

De Hondsrug op herhaling

Visieplan Stichting Bestemming Borger-Odoorn 2017-2022



Geopark de Hondsrug
Van alle tijden...



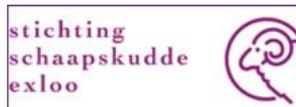
Organisatie der Verenigde
Naties voor Onderwijs,
Wetenschap en Cultuur



De Hondsrug
UNESCO
Global Geopark



Recreatieschap Drenthe



Stichting Bestemming Borger-Odoorn, Januari 2017

Inhoud

1. Voorwoord	3
2. Inleiding	4
3. Even terugblikken	5
4. Het werkgebied	8
5. Trends en visie	14
6. Aanpak uitvoering	18
7. De organisatie	27
8. Tien punten plan	29
Bijlage 1: het gebied in cijfers	30
Bijlage 2: totstandkoming visieplan	32



1. Voorwoord

De belangrijkste dingen in het leven zijn geen dingen, maar ervaringen.

Bijna iedereen denkt bij toerisme en recreatie direct aan overnachtingen en horeca. Maar hotels, campings, bungalowparken en restaurants zijn voor de toerist geen doel op zichzelf. Ze zijn een middel om deze mooie provincie te ervaren. Ervaringen, belevenissen, dat is wat we toeristen en recreanten moeten bieden. In die beleving spelen accommodatie verschaffers en horeca een belangrijke rol, samen met al die andere bedrijven en organisaties die de bezoekers een breed palet aan ervaringen voorzetten. Van Drouwenerzand tot het Hunebedcentrum en van Staatsbosbeheer tot een beeldentuin. Toerisme en recreatie is geen product dat je in één keer kunt kopen, maar het bestaat uit een keten van producten die gezamenlijk de vrijheidsbeleving vormen. In die keten is elke schakel van essentieel belang en om een kwaliteitsbeleving te kunnen creëren zijn we dus van elkaars kwaliteiten afhankelijk. Daarom is het van het grootste belang dat we op het niveau van de provincie Drenthe en in de regio De Hondsrug een gezamenlijk gezicht tonen, samen een herkenbare identiteit uitstralen. Dat moet uiteraard niet leiden tot uniformiteit of het slaafs navolgen van elkaar. Elk bedrijf en elke organisatie heeft zijn eigen taak en uitstraling, maar we moeten ons meer bewust worden dat we alleen in gezamenlijkheid de bezoekers die onvergetelijke ervaring kunnen geven.

Er is op het gebied van recreatie en toerisme heel veel in beweging gekomen in de afgelopen jaren en die verschuivingen zijn nog niet tot rust gekomen. Het bestuur van de stichting Bestemming Borger-Odoorn wil zich mede inzetten om op de Hondsrug tot een gecoördineerd visie en beleid te komen in samenwerking met Marketing Drenthe, het Recreatieschap Drenthe en de gemeentes op de Hondsrug. Een belangrijke stap daartoe is de inzet om de samenwerking met de gemeente Aa en Hunze te intensiveren en, als het even mogelijk is, ook te formaliseren.

Dit visie document van het bestuur is dan ook meer een richtingaanwijzer dan een plan, het geeft aan waar wij gezamenlijk met anderen naar toe willen werken. Het dicteert niet wat de toekomst moet gaan worden, maar geeft slechts aan wat de toekomst zou kunnen zijn. Enige bescheidenheid is op zijn plaats, want we worden eerder ingehaald door de toekomst dan dat we in staat zijn die bij te houden.

Frans Schouten

Voorzitter Stichting Bestemming Borger-Odoorn

2. Inleiding

In 2010 is de stichting Bestemming Borger-Odoorn opgericht als organisatie die de uitvoering van het toeristisch beleid van de gemeente Borger-Odoorn in samenwerking met het bedrijfsleven op zich heeft genomen. Sindsdien is er veel gebeurd: een economische crisis waar we ook weer uit zijn gekomen, veranderende interessegroepen met andere verwachtingen, een geopark met UNESCO status, een vergaande samenwerking met de gemeente Aa en Hunze, een toename van de belevingseconomie en nog veel meer. Wat een steeds terugkomend fenomeen is is het tempo waarmee de maatschappij en daarmee de toeristische sector aan het veranderen is. Daarbij moet dan vooral gedacht worden aan de toerist die in snel tempo telkens nieuwe ervaringen wil opdoen en dat in een steeds sneller tempo. Door deze trend ontstaat er ook een tegentrend, en dat is dat mensen meer rust en ruimte zoeken en juist tot bezinning willen komen, even ontsnappen aan de drukte. Wat belangrijk is is dat de partners in de toeristische sector keuzes moeten maken met betrekking tot het gezamenlijke verhaal, daarbij een profiel kiezen en daaraan vasthouden. Als die keuzes eenmaal gemaakt zijn is het belangrijk om dat te communiceren met de wereld. Dat gebeurt in een mix van oude en nieuwe media. Door internet en de bijbehorende social media wordt informatie verspreid in een tempo dat we nog nooit eerder hebben gezien. Om hierop in te kunnen spelen moet er samenwerking gezocht worden met partners in de sector, individueel lukt dat niet. In dat kader zijn 2017 en de jaren daarna een belangrijke tijd.

2017 is het jaar waarin de provincie Drenthe aan de slag gaat met nieuwe toeristische impulsen. Fietsen krijgt een nieuwe stimulans, erfgoed wordt extra onder de aandacht gebracht en Marketing Drenthe krijgt een nieuwe opdracht. Een opdracht die, niet zoals in het verleden een combinatie was van wonen, werken en toerisme, maar helemaal over toerisme (leisure) zal gaan. Deze opdracht zal minder een imagocampagne zijn maar zal meer gaan over samenwerking met de regio's, zorgen voor meer boekingen, meer interactie met de bezoeker en ook meer aandacht voor de buitenlandse bezoekers. Het is ook het jaar dat het Recreatieschap vernieuwt met nieuwe productontwikkeling en activiteiten zoals de aanleg van het wandelknooppuntensysteem en verspreiding van informatievoorziening. Het is ook het jaar dat het masterplan van Geopark de Hondsrug in werking gaat. En wat extra belangrijk is voor de stichting Bestemming Borger-Odoorn, het is het jaar dat de gemeente Borger-Odoorn met een nieuw beleidsplan komt waarin een stevige samenwerking met de stichting wordt gezocht.

Dit allemaal opgeteld heeft ervoor gezorgd dat het bestuur van de stichting Bestemming Borger-Odoorn heeft besloten een visieplan te maken waarin staat waar ze over 5 jaar wil staan. Eén van de belangrijkste punten is de samenwerking met bovengenoemde partijen, maar vooral met de gemeente Aa en Hunze. Dat moet leiden tot een nieuw stevig activiteitenpakket met een sterke organisatie die klaar is voor de toekomst.

3. Even terugblikken

Nadat er rond 2009 een lacune ontstond in de toeristische informatievoorziening in Drenthe en iedere gemeente zijn eigen oplossing moest zoeken voor een vervolg is door de gemeente Borger-Odoorn besloten in 2010 om de stichting Bestemming Borger-Odoorn op te richten. Sindsdien financiert de gemeente de coördinator plus een bijdrage in de uitvoering. Het bedrijfsleven financiert via het lidmaatschapsgeld ook een gedeelte. De doelstelling van de stichting is sindsdien:

- Het bevorderen van de mogelijkheden op het gebied van toerisme en recreatie in de gemeente Borger-Odoorn en omgeving
- Het optimaliseren van de marketing en promotie alsmede het verbeteren van de informatievoorziening
- Het ontwikkelen van nieuwe concepten in samenwerking met ondernemers door het geven van informatie
- Het afstemmen van het toeristische productaanbod op de wensen van de diverse interessegroepen die de gemeente bezoeken
- Het coördineren van de aansluiting van de talrijke wandel-, fiets-, en ruiterroutes op de grotere (regionale en landelijke) netwerken
- Het opzetten van netwerken in de toeristische-, recreatieve-, en culturele sector
- Het verrichten van alle verdere handelingen die met het vorenstaande in de ruimste zin verband houden of daartoe bevorderlijk kunnen zijn

De stichting Bestemming Borger-Odoorn heeft een stichtingsbestuur bestaande uit vier personen. Zij zorgen samen met de coördinator voor het reilen en zeilen van de organisatie. De coördinator geeft leiding aan een team van vrijwilligers en een aantal mensen die via een constructie van werkervaringsplekken zijn aangesteld via de gemeente.

De coördinator heeft als taak het in stand houden en uitbouwen van het ondernemersnetwerk, het aansturen van een team van vrijwilligers en medewerkers (niet betaalde functies), de exploitatie van twee TIP kantoren (Borger en Exloo), promotie van de gemeente, de uitvoering van tal van evenementen en activiteiten en het verzorgen van de informatievoorziening (fysiek en digitaal via een website en social media).

Sinds de oprichting in 2010 is veel gebeurd. Enkele voorbeelden zijn:

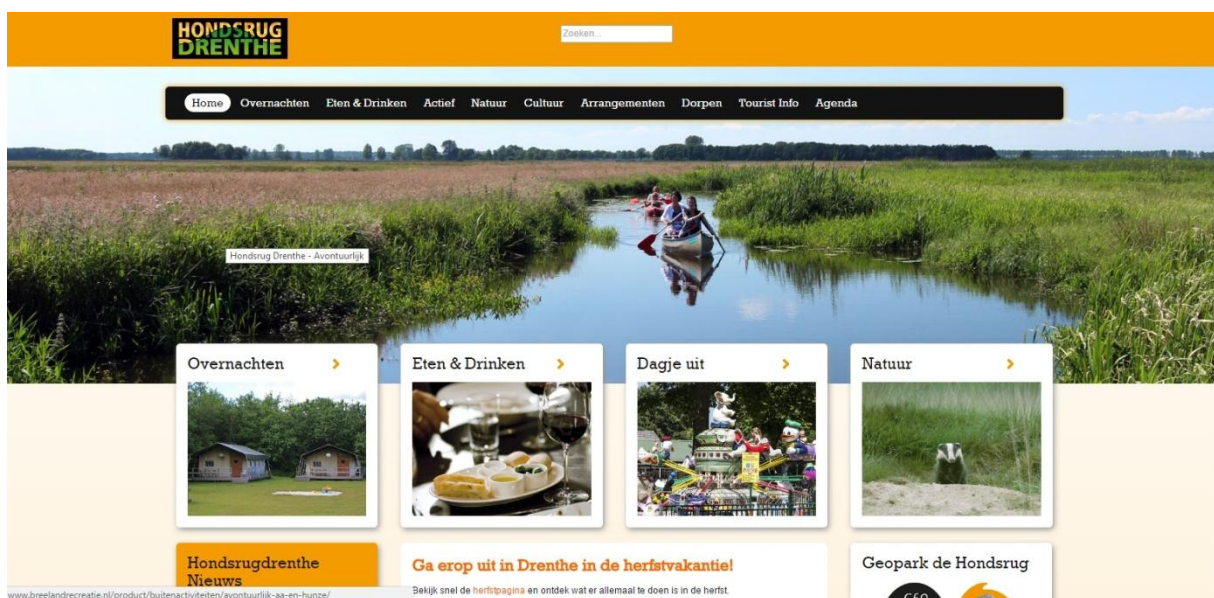
Jaarlijks een **ondernemersbeurs/congres** waar een groot deel van de toeristische sector uit het gebied aanwezig is. In de eerste jaren werd de beurs opgezet vanuit de gemeente Borger-Odoorn, later in samenwerking met de gemeente Aa en Hunze en Geopark de Hondsrug. Daarmee is het idee van de beurs/congres breder opgezet en groter geworden.

Jaarlijks is het gidsje **Aangenaam Borger-Odoorn** gemaakt. Dit handige gidsje werd gratis weggegeven door accommodatiebedrijven aan de gasten.



De website – van www.bestemmingborgerodoorn.nl naar www.hondsrugdrenthe.nl

Eerst had de stichting een eigen website. Op het moment dat de samenwerking met de gemeente Aa en Hunze vorm heeft gekregen is dat veranderd in een **gezamenlijke website** – www.hondsrugdrenthe.nl . Deze is gekoppeld aan de website van Marketing Drenthe.



Een netwerk van vrijwilligers is opgebouwd. Deze zijn voor meerdere activiteiten ingezet. Allereerst voor de bezetting van de **twee TIP kantoren** (Borger en Exloo), maar vooral als gastheer/gastdame op diverse bijeenkomsten, beurzen en markten.

Er zijn diverse verhuizingen geweest van de TIP kantoren. Momenteel staan ze op een prominente plek in het dorp waardoor het bezoek is toegenomen.

Medewerking wordt verleend aan tal van activiteiten en evenementen, zowel in de uitvoering als in de promotie ervan.

Er wordt meegewerkt aan de ontwikkeling van **Borger als Hunebedhoofdstad**. Dat heeft zich vooral geuit in de uitgave van de jaarlijkse **Hunebedhoofdstadkrant** in samenwerking met het Hunebedcentrum.

Een goede samenwerking is tot stand gekomen met de **schaapskudde in Exloo**. Hiervoor worden diverse werkzaamheden uitgevoerd.

In samenwerking met de gemeente wordt een deel van de invulling van **Cittaslow** verzorgd. Bijvoorbeeld door deelname aan markten en speciale activiteiten.

Er zijn jaarlijks meerdere **netwerkbijeenkomsten geweest met het bedrijfsleven**.

Er is vanaf het eerste moment **samengewerkt met de ontwikkeling van Geopark de Hondsrug** wat in 2015 heeft geleid tot een UNESCO status.

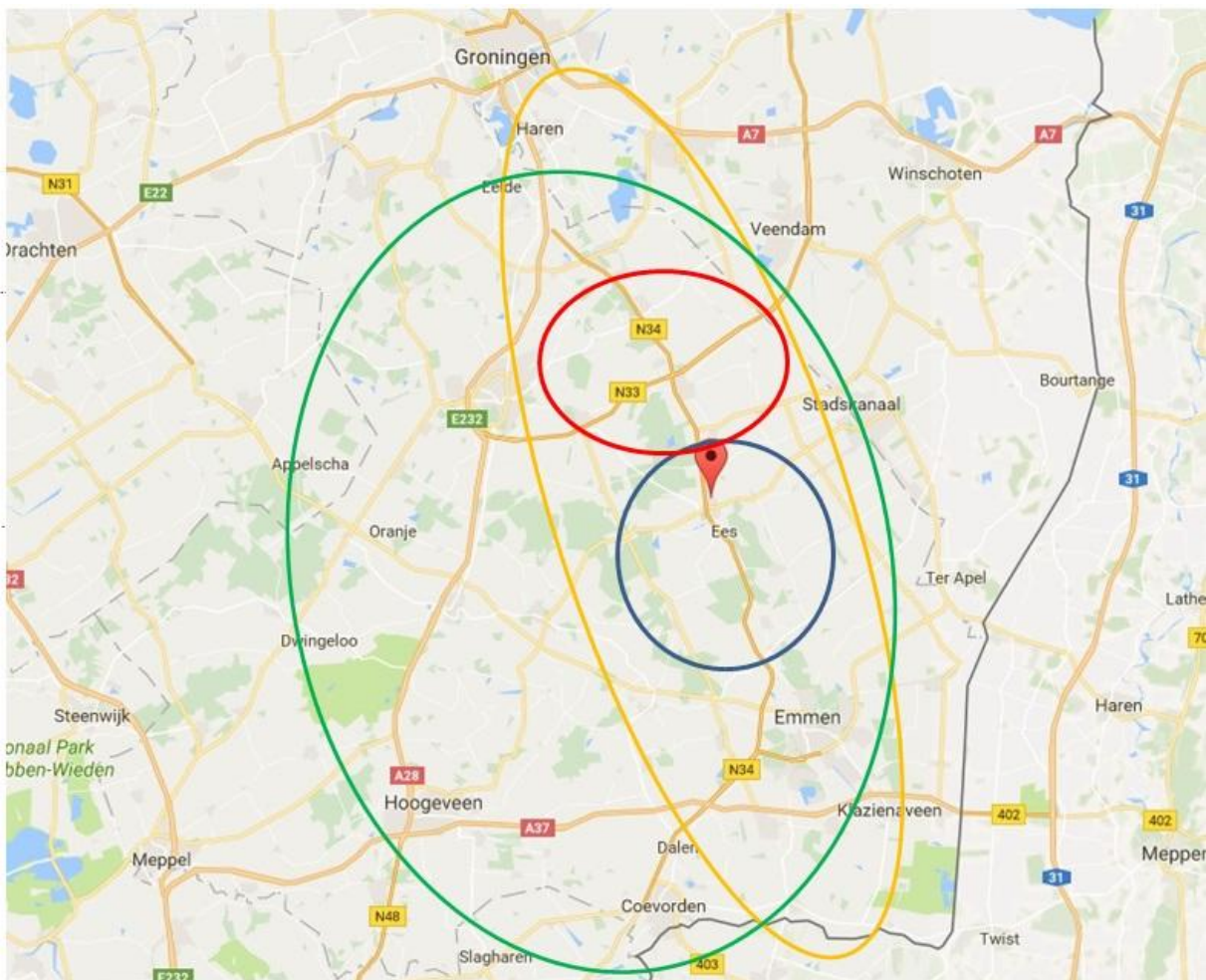
Vanaf 2014 wordt **intensief samengewerkt met de gemeente Aa en Hunze**. De samenwerking vindt vooral plaats op het gebied van **gezamenlijke marketing/promotie en informatievoorziening**. Dat heeft geleid tot een nieuwe naam voor het gebied – **Hondsrug Drenthe**. Diverse projecten zijn samen opgepakt zoals bijv. de jaarlijkse ondernemersbeurs, nieuwe promotie uitingen, speciale acties, gadgets, beurzen en dergelijke.



HONDSRUG
DRENTHE

4. Het werkgebied – vier lagen

De stichting Borger-Odoorn werkt op meerdere schaakborden tegelijk. Allereerst is er de samenwerking op provinciale schaal met Marketing Drenthe en Recreatieschap Drenthe. Daarnaast wordt samengewerkt met Geopark de Hondsrug op Hondsrugniveau. Meer intensief wordt samengewerkt met de gemeente Aa en Hunze om samen Hondsrug Drenthe vorm te geven en als laatste werkt de stichting op gemeenteschaal. Ieder van de vier lagen kent een eigen dynamiek. Des te kleiner de schaal des te intensiever zijn de werkzaamheden. Hieronder volgt een korte beschrijving van iedere laag waarin wordt gewerkt. In een volgend hoofdstuk wordt de aanpak per laag verder uitgewerkt.



Vier lagen van samenwerking: gemeente Borger-Odoorn/Hondsrug Drenthe/Geopark de Hondsrug/Drenthe

Laag 1: Drenthe

Allereerst is de gemeente Borger-Odoorn onderdeel van de provincie Drenthe. Via Marketing Drenthe wordt de provincie in zijn geheel in de Nederlandse markt gezet via imagocampagnes. Er zijn een aantal middelen waaraan kan worden meegedaan,

dat is voornamelijk de website en af en toe een actie die Marketing Drenthe inzet, zoals een beurs of een promotieactie.

Laag 2: UNESCO Geopark de Hondsrug

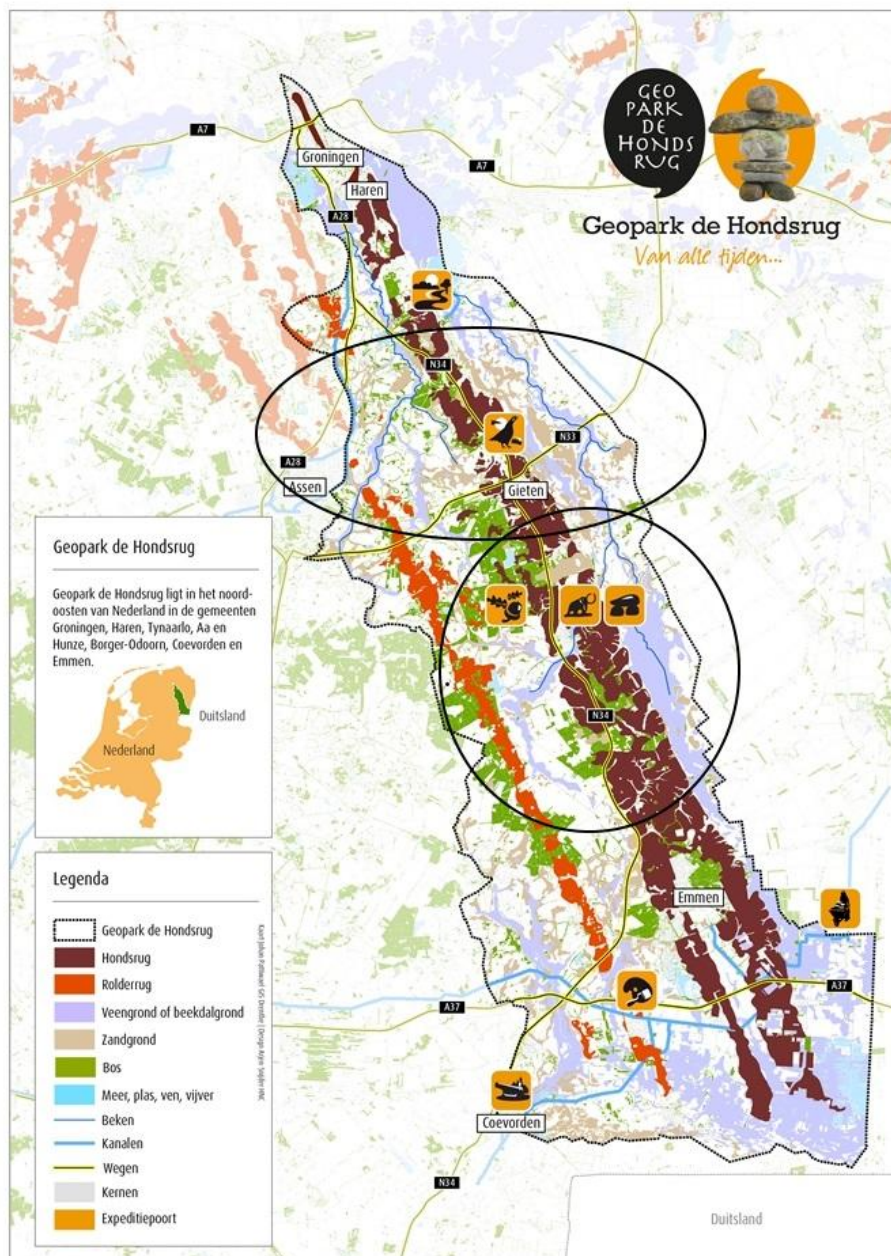
Als tweede is de gemeente Borger-Odoorn onderdeel van het Hondsruggebied. Dit gebied wordt, na een periode van tientallen jaren in de vergetelheid te zijn geraakt, weer als een eenheid gezien en ook als dusdanig in de markt gezet. Dat gebeurt via de organisatie van Geopark de Hondsrug. Sinds november 2015 heeft het gebied, vanwege de geopark status, een UNESCO label gekregen. Daarmee ligt er een kans om het hele Hondsruggebied inclusief de gemeente Borger-Odoorn een nieuwe impuls te geven. De basis is het unieke verhaal over de ontstaansgeschiedenis van het gebied; ijstijden, de prehistorie met zijn hunebedden en het landschap met zijn esdorpen en cultuurlandschap. De gemeente Borger-Odoorn heeft een strategische positie in het Hondsruggebied. Het ligt in het midden van het Hondsruggebied, tussen Emmen/Coevorden en Groningen in. In de gemeente liggen een aantal hoogtenpunten die met deze UNESCO status te maken hebben: de Hondsrug zelf, het Hunzegebied, het Voorste Diep, het grootste hunebed van Nederland, 18 hunebedden in totaal binnen de gemeentegrenzen en een aantal prachtige esdorpen zoals Exloo, Valthe en Odoorn. In het gebied zijn een aantal musea en attracties die gekoppeld zijn aan het UNESCO thema: de expeditiepoorten Hunebedcentrum en Boomkroonpad.

In 2016 is een masterplan gemaakt voor de komende tien jaar.

Op het niveau van Geopark de Hondsrug moet hier ook genoemd worden de ontwikkeling van de Hondsrug wandelcafe's en op den duur ook de Hondsrug fietscafe's. Dat zijn netwerken van horecagelegenheden van waaruit wandel- en fietsroutes worden ontwikkeld. Deze kunnen weer met elkaar worden verbonden tot grotere routes, arrangementen en nieuwe samenwerkingsvormen.

Naast afstemming met Geopark de Hondsrug is er ook af en toe overleg met de verschillende toeristische organisaties van de diverse Hondsruggemeenten. Deze afstemming moet gaan leiden tot een gemeenschappelijk Hondsrugbeeld.





Kaart: Geopark de Hondsrug

Laag 3: Hondsrug Drenthe: gemeenten Borger-Odoorn en Aa en Hunze

De derde laag is de samenwerking tussen de gemeente Borger-Odoorn en de gemeente Aa en Hunze. Het gebied kent veel landschappelijke overeenkomsten die voor de bezoeker interessant zijn. Gezamenlijk wordt het gebied vermarkt onder de naam Hondsrug Drenthe. Het sluit met deze naam goed aan bij UNESCO Geopark de Hondsrug. De Hondsrug wordt weer een sterk merk! We kunnen stellen dat de gemeente Borger-Odoorn en de gemeente Aa en Hunze samen het kerngebied vormen van het Hondsruggebied. De belangrijkste kenmerken zijn, naast de UNESCO waardige elementen die al genoemd zijn, de vele natuurgebieden met een

padenstructuur voor wandelaars, fietsers en ruiters, het Nationaal Park Drentsche Aa met de geopark expeditiepoort Homanshof, de musea, de dorpen, een goed netwerk van toeristische accommodaties in vele vormen, attracties en dergelijke. In het gebied wordt jaarlijks een groot aantal evenementen, sportieve activiteiten en festivals georganiseerd. In de omringende gemeenten is nog veel meer aanbod. Te denken valt aan Wildlands, de vele musea zoals het Drents Museum, Herinneringscentrum Kamp Westerbork, het Veenpark, het Veenland, de winkelgebieden in Groningen, Emmen, Assen en Coevorden enz. Al met al heeft het gebied een toeristisch sterk profiel.

Laag 4: Gemeente Borger-Odoorn

Op gemeenteschaal is een netwerk opgebouwd met ondernemers en organisaties die gezamenlijk het toeristisch profiel van de gemeente bepalen. Hieronder volgt een **opsomming van de meest onderscheidende partijen** die onderdeel zijn van het netwerk.

De ondernemers

Allereerst zijn dat de individuele ondernemers die ieder voor zich, of in samenwerking met elkaar, een product of activiteit aanbieden voor de toerist. De ondernemers maken samen het toeristische profiel van de gemeente en zorgen voor het aanbod.

Cittaslow

De gemeente is onderdeel van een wereldnetwerk van Cittaslow gemeenten. Dat zijn gemeenten die hebben gekozen voor een duurzame manier van werken waarbij het woord 'streekeigen' een belangrijke invalshoek is. Er is intussen een netwerk van Cittaslow supporters/ondernemers die allen het streven hebben op een duurzame manier te willen werken en die een versterking nastreven van het eigen streekeigen verhaal. Er liggen kansen om meer te doen met dit thema.



Borger Hunebedhoofdstad.

Sinds een jaar of tien is Borger de Hunebedhoofdstad van Nederland. Dit is ontstaan vanuit een werkgroep waarin ondernemers, de gemeente, het Recreatieschap en het Hunebedcentrum vertegenwoordigd waren. Bij de oprichting van de stichting Bestemming Borger-Odoorn heeft de werkgroep zich opgeheven en is de taak om het verder te ontwikkelen overgegaan naar de stichting Bestemming Borger-Odoorn. Met de titel: "Borger, Hunebedhoofdstad" laat het dorp zien dat het een bijzonder onderscheidend verhaal te vertellen heeft, namelijk dat van de hunebedbouwers. Het gaat vooral om het zichtbare aspect van de hunebedbouwers: het grootste hunebed van Nederland ligt in Borger, in de nabijheid liggen meer dan tien hunebedden en het Hunebedcentrum is er gevestigd. Steeds meer ondernemers geven aan dat ze het idee ondersteunen. Na een aantal jaren waarin niet veel gebeurde is in de herfst van 2016 een werkgroep opgestart die het concept nieuwe impulsen gaat geven.



Exloo schapendorp

In Exloo vertrekt iedere dag een schaapskudde. Het is het enige dorp in Drenthe waar de schaapskooi in het centrum van het dorp staat. Exloo is daarmee uniek te noemen.

Lofar in Buinen

Lofar in Buinen is zeer uniek. In het Hunzegebied is het hart gebouwd van het grootste wereldwijde antennenetwerk, waarmee de ruimte afgespeurd wordt naar signalen die ons inzicht geven in het ontstaan van ons universum. Het is een prachtig verhaal, maar helaas niet goed zichtbaar in het landschap. De natuurontwikkeling is intussen spectaculair in gang gezet. Vogelaars komen van verre om hier de grote rijkdom aan vogels te bewonderen.

Unieke attracties

De gemeente heeft een aantal bijzondere bedrijven die de gemeente onderscheidt van andere gebieden. Te denken valt aan Schutrups in Exloo die niet alleen toonaangevend is met de verkoop van schoenen, maar ook steeds meer met unieke sportieve activiteiten, het Boomkroonpad in Borger waar mensen door de boomkruinen kunnen lopen, het Hunebedcentrum in Borger waar het verhaal achter de hunebedden wordt ontrafeld en waar tevens de grootste keientuin van Nederland ligt, het Drouwenerzand als speelparadijs, Kabouterland in Exloo waar de kabouters het voor het zeggen hebben en meer.

Natuur

Binnen de gemeentegrenzen zijn een aantal bijzondere natuurgebieden te vinden waaronder de bosgebieden van Staatsbosbeheer, het Drouwenerzand van het Drentsche Landschap en het nieuwe natuurgebied van Lofar in Buinen.

Toeristische infrastructuur

In de gemeente ligt een groot netwerk van wandel-, fiets-, en ruitersporen. Zo goed als iedere toerist (en ook de eigen bevolking) maakt gebruik van dit netwerk. Het fietsknooppuntensysteem is een uitstekende aanvulling gebleken op de bestaande infrastructuur. De vele bijzondere plekken in de gemeente (en daarbuiten) worden via de diverse routes met elkaar verbonden.

Bijzondere accommodaties

De toerist kan in het gebied kiezen uit een breed scala aan accommodaties variërend van B&B tot grote bungalowparken, van minicampings tot zeer grote campings. Veel bedrijven behoren tot landelijke ketens.

Horeca

Er is in het gebied een grote variatie aan horeca, waaronder een aantal locaties met streekeigen identiteit en streekeigen producten.



5. Trends en visie op de toekomst

De stichting is zich goed bewust van de veranderingen in de maatschappij. Die hebben ook betrekking op de vrijetijdseconomie. Er zijn tal van trends gaande waar rekening mee moet worden gehouden om de juiste keuzes te maken voor het toeristisch profiel en bijbehorende productontwikkeling en promotie van het gebied. Een aantal trends die in gesprekken met partijen in het gebied vaak naar voren komen en van belang worden gevonden worden hier benoemd en zijn tevens het uitgangspunt voor de aanpak in het volgende hoofdstuk.

Toeristische sector van groot economisch belang

In het Ecorys rapport van 2016 staat dat in de toeristische sector in Drenthe meer dan 1 miljard euro omgaat. Het is daarmee een van de grootste economische sectoren binnen Drenthe, groter dan de landbouw. De voorspelling is dat dit de komende jaren blijft groeien. In de gemeente Borger-Odoorn is 33% van de beroepsbevolking op de een of andere wijze betrokken bij de toeristische sector. Dat is enorm, maar liefst één op de drie banen dus. In de gemeente Aa en Hunze is dat percentage 27%. Beide gemeenten springen daarmee boven de andere gemeenten in Drenthe uit (zie ook bijlage1). De vraag is of dat als positief moet worden ervaren, want het kan betekenen dat de overige economische sectoren het juist slechter doen. In ieder geval kan wel geconcludeerd worden dat de toeristische sector belangrijk is. Wat vooral van belang is, is de spin-off voor het MKB in de gemeente. Mensen die het gebied bezoeken gaan ook naar de supermarkt, het benzinestation en andere bedrijven.

Meer beleving versus rust en ruimte

Wereldwijd zien we dat mensen steeds meer beleving willen. Het moet telkens anders, intensiever en met meer beleving gepaard gaan. Het lijkt wel een soort wapenwedloop tussen toeristische aanbieders en gebieden. Het lijkt alsof de consument onverzadigbaar is. Er is echter ook een keerzijde en dat is dat steeds meer mensen in deze hectische wereld juist rust en ruimte nodig hebben en dat ook bewust opzoeken. Dat gebeurt voor een deel door activiteiten zoals wellness, yoga en spirituele ervaringen, maar vooral ook door op vakantie te gaan naar een gebied waar weinig prikkels zijn en waar mensen kunnen wandelen, fietsen, paardrijden of andere rustgevende activiteiten kunnen ontplooiën en waar mensen zich kunnen opladen. Dat past bij het gebied van Hondsrug Drenthe. De partners in het gebied moeten in de kernwaarden blijven geloven en daarom wel meegaan in trends maar niet te veel meegaan met allerlei hypes. De partners moeten zich echter wel bewust zijn van deze hypes en er vooral op inspelen door bijvoorbeeld bewust niets te doen of tegenacties op te starten op het moment dat er elders iets gebeurt. Er is daarnaast uiteraard altijd ruimte voor uitdagende activiteiten die passen bij specifieke doelgroepen en het specifieke landschap. Vooral uitdagende sportieve activiteiten passen binnen het concept. Uiteindelijk is het een yin-yang evenwicht.

Gebied met een verhaal

Ieder toeristisch gebied moet zich onderscheiden van een ander gebied. Des te sterker een eigen verhaal wordt ontwikkeld des te beter zal de toeristische sector zich kunnen ontplooiën. Daarbij is het wel essentieel dat de partijen in het gebied zich committeren aan het verhaal en dat ook uitstralen. Het gaat om het opbouwen van een gezamenlijk verhaal - 'story telling'. Daar is in het Hondsruggebied de afgelopen tien jaar stevig aan gewerkt. Het project Geopark de Hondsrug is daarmee begonnen nadat het Hondsruggebied in geen tientallen jaren meer een verhaal had. Het gebiedsverhaal staat intussen en daarmee heeft het gebied een UNESCO status behaald, dat is de hoogste status die er op mondiaal niveau bestaat. Daarmee staat het Hondsruggebied op de wereldkaart en dat biedt kansen. Steeds meer mensen gaan naar UNESCO gebieden, dat geldt nog meer voor buitenlanders die naar Nederland komen dan Nederlanders zelf. De stichting Bestemming Borger-Odoorn sluit zich daarom aan bij het masterplan van Geopark de Hondsrug waar de aanpak voor de komende jaren in staat beschreven. Het is de taak van de stichting en ook van Hondsrug Drenthe om de ondernemers bewust te maken van de kansen die er liggen. Samen het verhaal van het Hondsruggebied uitstralen is hierbij het motto.

Informatievoorziening

Internet en social media zijn niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Het wordt steeds belangrijker en zal in steeds nieuwe vormen verschijnen. Het is van belang om de ontwikkelingen bij te houden en er op in te spelen. Het gebied van Hondsrug Drenthe is te klein om op grote schaal te gaan experimenteren met nieuwe vormen van social media en internettoepassingen. Het is handiger in dit kader om aan te sluiten bij Marketing Drenthe. Daar zullen de nieuwste ontwikkelingen worden gevolgd en worden ontsloten via hun website. Aangezien Hondsrug Drenthe onderdeel is van deze website kan worden meegelift op de nieuwe ontwikkelingen.

Contentmarketing en story telling

Er zijn vele vormen van marketing maar wat vooral een trend is is zogenaamde contentmarketing. Dat betekent dat er weer naar inhoud gekeken wordt. Het is de trend van nu en de toekomst, zelfs Google heeft zijn algoritme er op afgestemd. Het komt er op neer dat er moet worden gedacht in verhaallijnen. Bij alles wat in de markt wordt gezet moet een verhaal worden bedacht. Er moet bijv. geen camping worden aangeprezen maar een oeroude plek waar al duizenden jaren geleden rendierjagers woonden. Je hebt nu ineens de eer als gast om op die plek tijdelijk te mogen wonen. Of een restaurant waar je niet standaard producten op de kaart ziet staan maar streekproducten met aparte namen en zelfs de naam van de boer die het heeft geproduceerd, of Borger als Hunebedhoofdstad met een hunebedcafé, de hunebedgames enz. Denken in verhalen is het uitgangspunt. Met een uniek verhaal maak je een individueel bedrijf, dorp en gebied bijzonder.

Duurzaamheid

Mensen worden zich steeds bewuster van hetgeen ze doen. Dat kent vele invalshoeken, van energie tot watergebruik, van voedsel tot bewegen. De gemeente Borger-Odoorn heeft al enige jaren geleden gekozen voor deelname aan het wereldwijde Cittaslow netwerk, dat hierbij perfect aansluit. We zien dat vele ondernemers bezig zijn om het bedrijf te vergroenen en te verduurzamen. Niet alleen omdat de gast dat steeds meer vraagt, maar ook omdat steeds meer mensen in de maatschappij zich bewust zijn van onze kwetsbare omgeving. Deze trend zal zich blijven doorzetten. We zien het bij bijvoorbeeld de Albert Heijn die al meer dan 1500 biologische producten op de schappen heeft staan, we zien het in de toename van zonnepanelen, in allerlei duurzaamheidslogo's die op producten staan, de hoeveelheid mensen die gezond willen bewegen in de vorm van wandelen en fietsen. Willen we het imago van rust en ruimte hoog houden, dan hoort daar een bewustwordingsproces bij waarmee we ons eigen gebied op een duurzame manier moeten inrichten en dat ook vertalen naar de potentiële gast.

Interessegroepen

Al tientallen jaren wordt in bijna ieder rapport over de toeristische sector in Drenthe gezegd dat we twee belangrijke doelgroepen hebben; gezinnen met jonge kinderen en actieve senioren. In de voorgaande zin staan twee zaken die we tegenwoordig anders moeten bekijken. Allereerst het woord doelgroep. Een enkel persoon kan op jaarbasis wel tot tien doelgroepen behoren. De ene keer als vader, daarna vanuit zijn werksituatie, daarna vanuit een vriendengroep en daarna vanuit zijn hobbyclub. Het is beter om hier te spreken van interessegroepen. Mensen worden dan meer benaderd vanuit interessevelden dan vanuit het klassieke doelgroepdenken. Wat betreft het tweede (de gezinnen met kinderen en actieve senioren), het lijkt soms wel of ieder nieuw rapport een kopie is van een ouder rapport. Intussen is de maatschappij wel wat veranderd. Er zijn tal van gezinssamenstellingen die er vroeger niet tot nauwelijks waren, denk aan grootouders die met kleinkinderen op stap gaan, homo/lesbienne stellen die soms wel soms geen kinderen hebben of alleenstaanden. Dat betekent dat de benadering van de toerist ook anders moet. Durf eens variaties te maken op de bestaande beelden. Waarom niet twee vrouwen of mannen die wandelen in het bos, of waarom niet een groep van vijf 70-jarigen die samen op vakantie gaan. Er kan veel meer ingespeeld worden op nichemarkten. Experimenteren is hierbij het motto. We moeten uiteraard de bestaande groepen blijven koesteren, maar we kunnen wel op zoek naar nieuwe. Aangezien dit een trend is op provinciale schaal is het essentieel om dit samen op te pakken met Marketing Drenthe.

Buitenlandse toerist wordt belangrijker

Lang is er geen aandacht besteed aan de buitenlandse markt. Alle focus lag op de Nederlandse markt. Die markt wordt echter niet groter. Daar komt bij dat het een soort wapenwedloop is van marketingacties door grotere regionale marktpartijen. De ene keer krijgt Limburg wat meer toeristen, daarna Friesland, daarna Drenthe enz. Maar de totale grootte van de markt blijft hetzelfde. We zien momenteel dat er steeds meer buitenlanders naar Nederland komen. Zo veel zelfs dat Amsterdam en omgeving zelfs beleid gaat ontwikkelen om minder buitenlandse toeristen te lokken naar de stad. Voor Drenthe, is uit onderzoek gebleken, is vooral een gedeelte van de Duitse markt en daarna de Vlaamse markt van belang. Ook liggen er kansen voor de individuele Chinese toerist (de groep die nu ook Giethoorn massaal aandoet) en kansen met betrekking tot vliegveld Eelde. Het is voor de stichting Bestemming Borger-Odoorn/Hondsrug Drenthe niet mogelijk om zelfstandig de buitenlandse markten te gaan veroveren. Dat is de taak voor Marketing Drenthe. Waar Hondsrug Drenthe wel voor kan zorgen is dat de ondernemers er klaar voor zijn. Nu nog is er weinig informatie in het Duits en ook voor de Vlamingen is geen op maat gemaakte informatie beschikbaar. Ook spreken nog te weinig medewerkers in de sector voldoende Duits om de gast te ontvangen. Ook moet gekeken worden of het aanbod wel goed genoeg is voor de buitenlandse markt. Dus de vermarkting kan het best door Marketing Drenthe plaatsvinden, maar het onderliggende product moet aangepakt worden op lokale schaal. Daar ligt de rol voor stichting Bestemming Borger-Odoorn/Hondsrug Drenthe.

Nieuwe technieken

Er komen telkens nieuwe technieken op ons af waarvan sommige interessant zijn om iets mee te doen in de toeristische sector en sommige minder. Zo zullen we de komende jaren zien dat er steeds meer wordt gesproken over Virtual Reality en Augmented Reality. Maar ook nieuwe apps voor het ontsluiten van routes en filmpjes komen er aan. Zeker als Drenthe beter wordt ontsloten met het 4G netwerk, en over enkele jaren ook het 5G netwerk, ontstaan er ongekende mogelijkheden voor de toeristische sector. Denk aan het ontsluiten van het landschap met verhalen door middel van filmpjes en games, we kunnen over enkele jaren een tijdreis door het landschap maken met simpele apparaten. Er zijn dan geen reisgidsen, routeboekjes of fysieke kaarten meer nodig. Ondernemers vragen zich nu al af wat ze hiermee zouden kunnen. De kennis hierover ligt bij grote toeristische partijen en onderwijsinstututen. Samenwerking met Marketing Drenthe, Recreatieschap Drenthe, Geopark de Hondsrug en Stenden Hogeschool in Emmen zijn hierbij van belang. Opgehaalde informatie kan via een digitaal en fysiek platform worden vertaald naar de individuele ondernemer.

Er zijn uiteraard veel meer trends te benoemen, maar bovenstaande zijn de meest belangrijke voor stichting Bestemming Borger-Odoorn.

6. Aanpak uitvoering

De aanpak zoals hieronder beschreven is gebaseerd op een verdergaande samenwerking met de gemeente Aa en Hunze. Iedere gemeente zal een eigen beleid blijven hanteren met betrekking tot de toeristische sector. Daar waar het gaat om wetgeving, vergunningen, bestemmingsplannen en andere typische beleidskwesties zal een verantwoordelijk ambtenaar, per gemeente, de uitvoering op zich nemen. Daar waar het gaat om promotie, productontwikkeling, activiteiten, informatievoorziening, toeristische kennisdeling en vooral een breed netwerk activeren en verbinden zal op den duur Hondsrug Drenthe verantwoordelijk zijn. Nu nog is de samenwerking tussen de gemeenten vooral gebaseerd op het gebied van promotie en informatievoorziening, maar de taken kunnen breder worden opgepakt. Om dit in goede banen te leiden zal er worden gewerkt aan een gezamenlijke organisatie. Dit wordt in het volgende hoofdstuk verder uitgewerkt.

In 2017 is de situatie nog lichtelijk diffuus. Dit omdat stichting Bestemming Borger-Odoorn en de gemeente Aa en Hunze beiden een coördinator hebben met eigen taken vanuit de gemeente/stichting. In dit takenpakket zit een overlap waarin wordt samengewerkt, namelijk op gebied van promotie en informatievoorziening. Onderstaande aanpak moet worden gezien als iets wat de komende tijd naar elkaar toe zal groeien, eindigend met een gezamenlijke aanpak van alle hieronder genoemde onderdelen.

- **Jaarplannen stichting Bestemming Borger-Odoorn**

Totdat er een nieuwe organisatie is gevormd met Aa en Hunze wordt er jaarlijks in november door de stichting Bestemming Borger-Odoorn een werkplan gemaakt voor het jaar erop. Dit plan wordt gemaakt in samenwerking met de ondernemers en organisaties en afgestemd met Aa en Hunze. Het bestuur moet uiteindelijk zijn toestemming geven waarna het wordt voorgelegd aan de gemeente Borger-Odoorn. De gemeente bekijkt of het rijmt met het fungerende beleid. Zij bepaalt dan of het jaarlijks toegezegde budget wordt uitgekeerd zodat de stichting het daarmee kan gaan uitvoeren. Dit betekent niet dat de stichting 100% afhankelijk is van de gemeente. Naast de uitvoering van het jaarplan is de stichting vrij om ook andere taken uit te voeren, mits daar andere financieringsbronnen tegenover staan.

Van groot belang is dat met het jaarplan niet alles wordt dichtgetimmerd, er moet altijd ruimte zijn voor spontane acties. Iedere dag gebeurt er wel wat en daar moet snel op kunnen worden ingesprongen.

Taakstelling: maken van jaarplannen in samenwerking met de partners. Deze worden jaarlijks eind november ingediend bij de gemeente Borger-Odoorn. Op het moment dat Hondsrug Drenthe een geïntegreerde organisatie is, wordt er één jaarplan gemaakt voor beide gemeenten. Binnen een jaarplan moet altijd ruimte zijn voor spontane acties.

- **Netwerk versterken en verbinden**

Eén van de belangrijkste taken van de coördinator van de stichting is het verder uitbouwen van het netwerk van ondernemers en organisaties die werkzaam zijn in het gebied. Vanuit dit netwerk komen de ideeën voort waar de organisatie mee aan de slag gaat. Het netwerk van de gemeente Borger-Odoorn moet de komende jaren meer en meer samengaan met de ondernemers van de gemeente Aa en Hunze. De komende jaren wordt gewerkt aan een communicatieplatform waaraan iedereen werkzaam in de toeristische sector kan deelnemen, in beide gemeenten. Het platform is enerzijds digitaal, maar kent ook een fysieke vorm.

Platform

Het digitale platform moet een plek worden waar informatie op wordt verspreid, waar kennis wordt gedeeld en moet vooral dienen als inspiratiebron voor nieuwe productontwikkeling en activiteiten. Daarbij kan gedacht worden aan:

- Nieuws uit de toeristische sector - lokaal
- Nieuws uit de toeristische sector – regionaal/nationaal/internationaal
- Trends
- Informatie over bijeenkomsten, cursussen, workshops enz.
- Artikelen over interessante ontwikkelingen in het gebied
- Vraag en aanbod van ondernemers
- Onderzoeken
- Presentaties die gegeven zijn tijdens bijeenkomsten erop plaatsen
- Informatie over deelname aan promotieacties van Hondsrug Drenthe
- Informatie over deelname aan promotieacties van anderen (bijv. Geopark de Hondsrug of Marketing Drenthe)
- Evenementen (handig voor accommodaties zodat ze een koppeling kunnen maken met arrangementen)
- Informatie over het verkrijgen van stagiaires, vrijwilligers, mensen met een werkervaringsplek enz.
- Informatie over het gebruik van social media
- Overige zaken waar vanuit het netwerk behoefte aan is
- Subsidieoverzicht
- Enz.

Het platform wordt aangeboden in de vorm van een website met een sterke link naar social media, voornamelijk facebook en twitter. Ieder artikel/item dat wordt toegevoegd wordt via social media naar het netwerk gestuurd. Daarnaast worden, één keer per week, de laatste artikelen/items per mail in de vorm van een nieuwsbrief toegestuurd.

De coördinatie van het platform ligt in handen van de stichting (later Hondsrug Drenthe). De deelnemers zullen worden geïnspireerd om zoveel mogelijk items aan te leveren.

Fysieke ontmoetingen

Het digitale platform is niet het enige middel voor netwerkvorming en kennisdeling. Elkaar ook fysiek treffen is van wezenlijk belang. Er zijn zowel in de gemeente Borger- Odoorn als in de gemeente Aa en Hunze verschillende momenten waarop ondernemers elkaar ontmoeten. Echter is er nog niet heel veel contact tussen de ondernemers in beide gemeenten. Tot op heden is het enige gezamenlijke moment de jaarlijkse recreatiebeurs/congres. Er worden de komende jaren meerdere netwerkbijeenkomsten per jaar georganiseerd. Ondernemers worden uitgenodigd (via het digitale platform) op een bedrijf in het gebied. Op deze bijeenkomsten laat het ontvangende bedrijf zijn/haar bedrijf zien en zullen een aantal interessante sprekers kort wat vertellen over nieuws uit de wereld van toerisme. Afsluitend is er uiteraard altijd de bekende netwerkborrel.

Werkgroepen

Het platform is niet de enige vorm om het netwerk te versterken. Er zullen werkgroepen worden opgezet met specifieke thema's. Deze thema's worden gekozen door de ondernemers. Ze kunnen worden omgezet in projecten. De financiering voor deze projecten wordt enerzijds door de gemeente gefinancierd en anderzijds wordt financiering bij derden gezocht en bij de deelnemers van de projecten. Deze projecten kunnen divers van aard zijn. Voorbeelden zijn Hunebedhoofdstad, een cursus Duits voor werknemers van toeristische accommodaties, workshops social media. De voortgang van de projecten wordt door de werkgroepen beschreven op het digitale platform en verteld tijdens de netwerkbijeenkomsten.

Taakstelling: het netwerk van de partners in Borger-Odoorn moet worden versterkt, in samenhang met het netwerk van de ondernemers in Aa en Hunze. Hiervoor worden een aantal hulpmiddelen ontwikkeld waaronder een digitaal platform, meer fysieke ontmoetingen en het instellen van werkgroepen.

- **Marketing op vier fronten: provincie Drenthe, Geopark de Hondsrug, Hondsrug Drenthe en gemeente Borger-Odoorn**

Al eerder werd gemeld dat de stichting Bestemming Borger-Odoorn in verschillende dimensies werkt: provincie Drenthe, Geopark de Hondsrug, Hondsrug Drenthe en gemeente Borger-Odoorn. Deze vier lagen kennen ieder een eigen dynamiek en aanpak. Ze worden hier één voor één beschreven.

Werkwijze Drenthe

Marketing Drenthe heeft als taak de provincie Drenthe onder de aandacht te brengen van potentiële gasten. Jarenlang gebeurde dat met imagocampagnes in een combinatie van toerisme, wonen en werken. Anno 2017 gaat Marketing Drenthe een nieuwe koers varen. Wonen en werken wordt losgekoppeld van de thematiek. Daarmee ligt de focus helemaal op toerisme (leisure). Naast promotie voor Drenthe wordt Marketing Drenthe meer een coördinerende organisatie op het gebied van diverse promotieuitingen en informatievoorziening. De banden met de regio's binnen Drenthe zullen worden versterkt, er zal vooral meer interactie komen. Ook zal er meer aandacht komen voor het daadwerkelijk boeken van vakanties en zal de organisatie meer als kennispoort voor de toeristische sector gaan dienen. Een lang gekoesterde wens van velen is dat er de komende jaren meer aandacht zal zijn voor de buitenlandse toerist. Hierbij moet vooral worden gedacht aan de Duitsers en de Vlamingen. In een zijlijn zal ook gekeken worden naar andere niche markten zoals de individuele Chinese toerist zoals we die nu al zien verschijnen in groeiende aantallen in Giethoorn, maar ook kan gedacht worden aan nieuwe groepen en landen die via vliegveld Eelde binnenkomen, bijvoorbeeld de Engelse markt. Marketing Drenthe zal onderzoek doen en marktverkenningen uitvoeren en zal dat meer dan in het verleden gaan delen met de regionale organisaties. Ook zullen zij op den duur meer promotie gaan bedrijven in Duitsland en België. Daar kan Hondsrug Drenthe op meeliften. Hondsrug Drenthe is te klein en heeft te weinig financiële bronnen om zelf de buitenlandmarkt te gaan benaderen. Beter is om aan te haken bij de acties van Marketing Drenthe. Wat wel een taak zal zijn voor Hondsrug Drenthe is er voor te zorgen dat de ondernemers en attracties klaar zijn voor de buitenlandse toerist. Nog veel te weinig ondernemers hebben informatie in het Duits of Engels beschikbaar en als dat er al is, dan is die informatie vaak niet afgestemd op de Duitse of Belgische bezoeker. Er zal meer kennis moeten komen over wat de Duitse, Belgische of andere buitenlander nu eigenlijk wil. Wat moeten worden aangeboden? Dus denken vanuit de gast en dan pas het product erbij maken met daarna ook de juiste tekst en afbeeldingen.

Naast bovenstaande gaat Marketing Drenthe een nieuwe website maken. De oude website voldoet niet meer aan de wens van de consument. Er moet meer beleving in de website, de zoekmogelijkheden moeten beter, er moeten betere verbanden met social media worden gelegd, er moeten betere boekingsmogelijkheden aan gekoppeld worden en het moet in meerdere talen beschikbaar zijn. Voor Hondsrug Drenthe is een goede Drenthe site van groot belang. De eigen site zal blijven worden gekoppeld aan de site van Marketing Drenthe.

Gezien de nieuwe koers van Marketing Drenthe is het belangrijk dat Hondsrug Drenthe goede contacten op regelmatige basis heeft met deze organisatie. Opgedane kennis door Marketing Drenthe kan weer doorvertaald worden naar het eigen ondernemersplatform.

Naast Marketing Drenthe is samenwerking met het Recreatieschap Drenthe van groot belang. Deze organisatie is verantwoordelijk voor de routes in Drenthe. De komende jaren zal onder andere het fietsknooppunten netwerk verder worden verbeterd en zullen steeds meer gebieden gaan aanhaken op het wandelknooppuntensysteem. Het is van belang dat Hondsrug Drenthe hier op aanhaakt om tijdig mee te kunnen doen met nieuwe ontwikkelingen. Naast de routestructuren in Drenthe houdt het Recreatieschap zich ook bezig met de verspreiding van toeristische informatie (folders, kranten, brochures enz.). Vanaf januari 2017 is er een nieuwe organisatie die dit voor Drenthe oppakt.

Taakstelling: versterken relatie met Marketing Drenthe en Recreatieschap, aanhaken op initiatieven van deze organisaties. De website van Hondsrug Drenthe blijven koppelen aan Marketing Drenthe. Routestructuren versterken in samenwerking met Recreatieschap Drenthe. Gebruik maken van de kennis die beide organisaties opdoen en dit vertalen naar de eigen ondernemers. Zorgen voor goede afstemming met betrekking tot buitenlandbeleid.



Download de gratis Drenthe app

Drenthe.nl

Drenthe

Werkwijze Hondsrugniveau

Geopark de Hondsrug is sinds 2013 onderdeel van het wereldnetwerk van geoparken en sinds 2015 heeft het een UNESCO status gekregen. Daarmee hebben zeven gemeenten in Drenthe en Groningen ook de UNESCO status verkregen. De

basis van deze benoeming is de bijzondere ontstaansgeschiedenis van het gebied. Dat is vooral gebaseerd op drie verhaallijnen: het ontstaan van de ruggen in het landschap gedurende meerdere ijstijden, het prehistorische verhaal met de nadruk op de hunebedbouwers en wat ze hebben achtergelaten in de vorm van hunebedden en als laatste het cultuurlandschap met zijn essen, veenlandschappen en de boerencultuur. Het gebied van de gemeenten Borger-Odoorn en Aa en Hunze ligt midden in het Hondsruggebied en ligt daarmee zeer strategisch. Het gebied kan zich dus toeristisch goed onderscheiden als het 'centrum van het Hondsruggebied'. Het is van groot belang dat wordt meegelift op de ontwikkelingen van Geopark de Hondsrug. Goede contacten op regelmatige basis zijn van groot belang. Aanhaken op de website www.dehondsrug.nl, zorgen voor bijdragen in het Hondsrugmagazine (www.hondsrugmagazine.nl) en zorgen voor geschikte activiteiten en evenementen zijn van groot belang. Het is van belang dat de ondernemers inzien dat een UNESCO status iets bijzonders is en het is vooral van belang om ze mee te helpen met het ontwikkelen van de juiste producten, activiteiten en arrangementen. Tips over hoe dat zou kunnen worden geplaatst op het ondernemersplatform. Ondernemers kunnen door middel van ambassadeurscursussen ambassadeurs worden. Des te meer dit door Hondsrug Drenthe wordt gestimuleerd des te meer wordt de boodschap uitgedragen richting de toerist en des te meer zal het gebied bekendheid krijgen.

De stichting Bestemming Borger-Odoorn pleit samen met de gemeente Borger-Odoorn en de gemeente Aa en Hunze voor een plusbeleid voor alle Hondsruggemeenten. Daarmee wordt bedoeld dat iedere gemeente en toeristische lokale organisatie in zijn uitstraling de kernwaarden van Geopark de Hondsrug (en daarmee de kernwaarden van 'onze' UNESCO status) zou moeten uitstralen. Alleen dan kunnen we het gebied als een eenheid wegzetten. Het Hondsruggebied moet een steeds sterker toeristisch gebied in Nederland worden. Dat kan alleen als er afstemming komt met de andere Hondsruggemeenten. Er zal daarom een meer intensieve overlegstructuur komen met vooral de toeristische organisaties in de Hondsruggemeenten; ToReCo in Coevorden, Tourist Info Emmen, de gemeente Tynaarlo, gemeente Haren en de gemeente Groningen.

Hunebedhighway

De N34 loopt als een verbindende weg door het Hondsruggebied. Al enige jaren geleden is de N34 door een aantal partijen uitgeroepen tot de Hunebedhighway. De reden is dat al in de prehistorie de route over de Hondsrug een belangrijke weg was, het wordt ook wel de prehistorische A1 genoemd. 47 van de 53 hunebedden liggen in de directe omgeving van de N34. Vandaar de naam Hunebedhighway. Niet alleen de hunebedden liggen langs deze weg, ook vele toeristische accommodaties, natuurgebieden en attracties liggen er. De bezoeker komt bij iedere afslag in een mooie omgeving terecht. Daarmee is het een belevingsweg met een toeristische betekenis. De stichting Bestemming Borger-Odoorn wil de komende jaren samen met Geopark de Hondsrug en andere partners de Hunebedhighway tot een landelijk

fenomeen maken en er steeds meer beleving aan toevoegen door middel van evenementen, routes, festivals enz. De gedachte is om dat te realiseren met een digitale belevingskaart, waar je via buttons allerlei lagen kunt aanklikken. De kaart kan via een banner eenvoudig door alle ondernemers op de eigen website worden geplaatst.

Taakstelling: werken aan een goede samenwerking met Geopark de Hondsrug, zorgen voor afstemming in kernwaarden, marketing en activiteiten. Zorgen dat de strategische positie van de gemeente Borger-Odoorn en de gemeente Aa en Hunze wordt versterkt. Pleiten dat ook de andere Hondsruggemeenten de Hondsruguitstraling van Geopark de Hondsrug gaan gebruiken zodat het Hondsruggebied een steeds sterker toeristisch gebied gaat worden.



Hondsrug Drenthe

De samenwerking tussen de gemeente Borger-Odoorn en de gemeente Aa en Hunze is reeds enige jaren geleden in gang gezet. Er hebben intussen diverse gezamenlijke promotieacties en activiteiten plaatsgevonden. De samenwerking zal de komende jaren intensiever worden. Er wordt voor gepleit om een gezamenlijke organisatie te vormen met een gezamenlijk uitvoeringsprogramma en gezamenlijke financiering. Het is daarbij van groot belang om ook een gezamenlijk netwerk van

ondernemers te vormen. Het eerdergenoemde platform (zowel digitaal als fysiek) is daarbij van essentieel belang.

Totdat een gezamenlijke organisatie wordt gevormd zal de samenwerking vooral bestaan uit promotieactiviteiten die het gebied bekend maken bij de toerist, de informatievoorziening en de recreatiebeurs. Het netwerk met de lokale ondernemers en specifieke onderwerpen die zich binnen de gemeentegrenzen afspelen zullen nog enige tijd per gemeente worden ingevuld. Te denken valt aan thema's als Hunebedhoofdstad, Exloo en de schaapskudde, Cittaslow, de culturele festivals in Aa en Hunze (bijv. het Bluesfestival Grolloo of Festival der Aa in Schipborg) en de vele sportieve evenementen. Op den duur zal dit meer naar elkaar toegroeien en zal er afstemming komen tot een gemeenschappelijk programma.

Taakstelling: werken aan een verdergaande samenwerking is belangrijk. Dit moet leiden tot een gezamenlijke organisatie en een gezamenlijk uitvoeringsplan. Zorgen dat het netwerk van partners wordt versterkt, vooral in de kennismaking tussen de ondernemers in de gemeenten onderling. Dit kan door persoonlijke contacten maar vooral ook door kennisdeling en kennismaking via het digitale en fysieke platform.

Gemeente Borger-Odoorn

Naast de gemeenschappelijke activiteiten op provinciale schaal, op Hondsrugniveau en met de gemeente Aa en Hunze zijn er ook specifieke onderwerpen die zich afspelen binnen de gemeente Borger-Odoorn. Deze zijn al eerder benoemd in het vorige hoofdstuk en vormen de basis voor een verdere versterking. De stichting Bestemming Borger-Odoorn zal deze activiteiten, initiatieven en ondernemers blijven stimuleren en helpen waar het kan. Soms is dat in de vorm van marketinginspanningen, soms in coördinerend vermogen, soms door de inschakeling van de vrijwilligers van de stichting, in de informatieverbreiding of in een andere vorm.

Een belangrijke taak is het open houden van de twee TIP kantoren in Borger en Exloo.

Stichting Bestemming Borger-Odoorn wil flink inzetten op een versterking van het Cittaslow gedachtegoed. In samenspraak met de gemeente Borger-Odoorn zullen afspraken worden gemaakt over de uitvoering van activiteiten. Er zijn een aantal ideeën die de stichting verder uit wil werken.

1. Kwaliteitsverbetering in het netwerk (vanuit het gedachtegoed van Cittaslow) en bijbehorende certificering van ondernemers.
2. Opzet van een netwerk van ambachtslieden vanuit de Cittaslow supportersgroep. Vanuit dit netwerk wordt gekeken hoe bepaalde ambachten nieuwe impulsen kunnen krijgen en welke activiteiten daarbij horen.
3. Een maandelijkse Cittaslowmarkt met lokale producten ergens in de gemeente.

Werkgroepen

In het netwerk zullen regelmatig vragen naar voren komen. In de meeste gevallen zullen meerdere partners die vraag hebben. In dat geval wordt een werkgroep gevormd. Vanuit zo'n werkgroep kan een projectplan voortkomen. Per jaar wordt een aantal projecten opgepakt en in het jaarplan gezet. In samenspraak met de gemeente wordt dan bepaald in hoeverre de projecten worden gefinancierd. Naast de gemeentelijke financiering kan worden gezocht naar extra financiering (met een eigen bijdrage van de ondernemers maar ook kan gedacht worden aan fondsen en andere subsidies).

Taakstelling: versterking van het ondernemersnetwerk in de gemeente. Versterken van het 'merk' Cittaslow, door middel van een aantal nieuwe producten en activiteiten. Er worden werkgroepen gevormd waar projecten uit voort gaan komen.

7. De organisatie

De huidige organisatie

De stichting Bestemming Borger-Odoorn bestaat uit een bestuur met vier bestuursleden die de toeristische sector vertegenwoordigen. Het uitvoeringsbureau bestaat uit een coördinator die gefinancierd wordt door de gemeente Borger-Odoorn aangevuld met een team vrijwilligers en mensen die in het kader van een werkervaringsplek werkzaamheden uitvoeren. Het bureau heeft tal van taken waaronder het in stand houden van het ondernemersnetwerk, het bemensen van twee TIP kantoren, het coördineren van een vrijwilligersteam, uitvoeren van diverse toeristische activiteiten, promotieacties in gang zetten, het mede organiseren van de jaarlijkse recreatiebeurs/congres, ICT toepassingen voor de website en de social media, contacten onderhouden met verwante organisaties en afstemmen met het gemeentelijk beleid (inclusief het Cittaslow uitvoeringsprogramma).

De stichting werkt nauw samen met de gemeente Borger-Odoorn, zowel inhoudelijk als financieel. De gemeente neemt het grootste deel van de financiering van de stichting voor zijn rekening. De werkplannen worden jaarlijks in november ingediend bij de gemeente.

De nieuwe organisatie

Het bestuur en de gemeente zijn zich goed bewust van het belang van de toeristische sector in de gemeente (zie ook bijlage 1, waarin het belang van de sector duidelijk wordt). Ze zijn zich ook goed bewust van de kwetsbare organisatie. Alles draait nu om één enkele betaalde kracht die veel taken heeft. In dat kader is de conclusie getrokken dat er iets veranderd moet worden. Gewerkt wordt aan een verbreding in het bestuur waarmee de toeristische sector in zijn geheel is vertegenwoordigd. Daarbij kan gedacht worden aan vertegenwoordigers uit de volgende sectoren:

- grote accommodaties
- kleine accommodaties
- attracties en musea
- horeca

Er is uitgesproken dat een vergaande samenwerking met de gemeente Aa en Hunze wenselijk is. Op het moment van schrijven zijn in beide gemeenten de uitvoerende capaciteiten te klein om alle wenselijke taken goed uit te kunnen voeren. Samen zou dat een stuk beter kunnen. Daarbij wordt gedacht aan een team van mensen die bestaat uit:

- één coördinator die met alle toeristische partijen contact heeft, een verbindend vermogen heeft, verstand heeft van gemeentelijk beleid en politiek en vooral goed kan netwerken

- een uitvoerder die kan vertalen wat de coördinator uit het veld haalt
- een parttimer die administratie en financiën doet
- een parttimer die ICT/social media/website op zich neemt
- dit team wordt aangevuld met vrijwilligers en mensen die een werkervaringsplek zoeken

Om een dergelijk team als samenwerking tussen twee gemeenten tot stand te brengen moet er een organisatie worden gevormd waar de financiën, arbeidsomstandigheden en andere afspraken goed geborgd zijn. Er wordt gepleit voor een stichtingsmodel (**Stichting Hondsrug Drenthe**).

Op het moment dat deze nieuwe stichting wordt gevormd verandert er wel wat in de huidige structuur. De stichting Bestemming Borger-Odoorn zal zichzelf op dat moment opheffen. Er moet een nieuw stichtingsbestuur worden gevormd met vertegenwoordigers uit beide gemeenten en uit verschillende disciplines. Verder wordt er gepleit voor een klankbordgroep van ondernemers en diverse werkgroepen. Er zullen afspraken tussen de beide gemeenten moeten worden gemaakt over de financiering van de gemeenschappelijke organisatie. Via jaarplannen zal de nieuwe stichting de beide gemeenten op de hoogte houden van de werkzaamheden. Een verdere uitwerking is nodig op het moment dat de nieuwe stichting wordt opgericht.

8. Tien punten plan

In dit visieplan is aangegeven welke richting de stichting Bestemming Borger-Odoorn op wil gaan en waar ze wil staan over 5 jaar. Dit is samen te vatten in een tien punten plan.

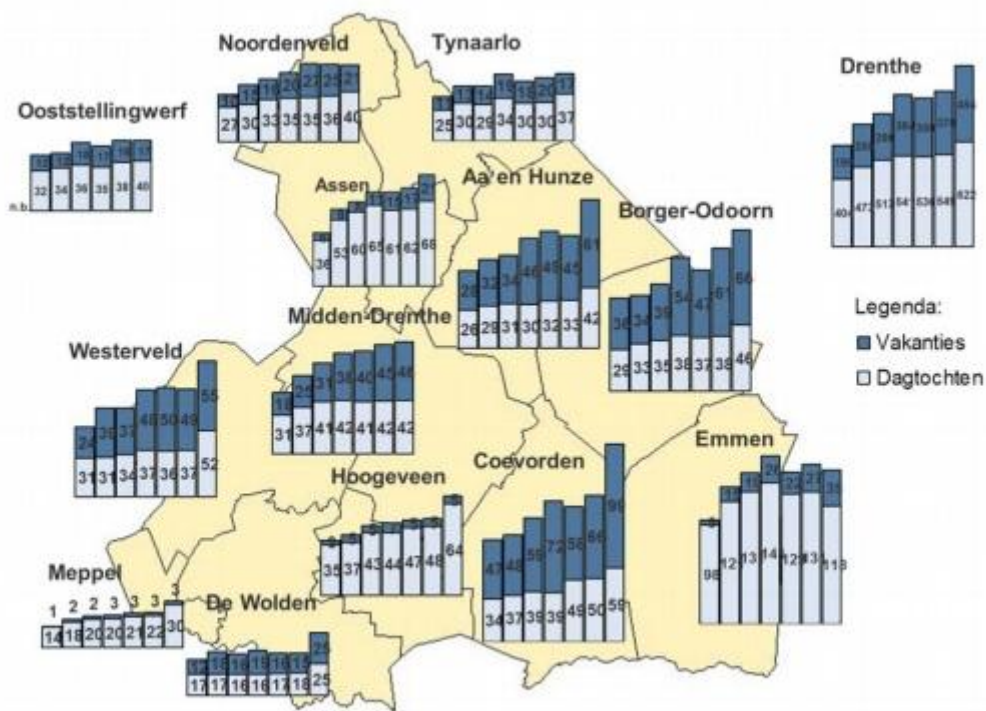
1. Professioneel, hedendaags en op een slimme manier het gebied dat Hondsrug Drenthe vertegenwoordigt bij veel mensen onder de aandacht brengen met als gevolg dat ze het gebied gaan bezoeken.
2. Professioneel en actueel de gast voorzien van informatie via een professionele website (via Marketing Drenthe), een mix van oude en nieuwe media, twee TIP kantoren (Borger en Exloo) en fysieke informatieverbreiding.
3. Aanjagen en realiseren van nieuwe producten en activiteiten
4. Versterking van het ondernemersnetwerk, onder andere door het opzetten van een digitaal en fysiek platform (recreatiebeurs/congres, bijeenkomsten).
5. Aansturen, enthousiasmeren en opleiden van een team vrijwilligers en andere niet-betaalde medewerkers die ondersteunende werkzaamheden verrichten en daarmee tevens het gastheer/vrouw team van Hondsrug Drenthe vormen en bemensen.
6. Versterken relatie met Marketing Drenthe en Recreatieschap en aanhaken op initiatieven van deze organisaties. De website van Hondsrug Drenthe blijven koppelen aan Marketing Drenthe. Routestructuren versterken (waaronder het wandelknooppuntensysteem) in samenwerking met Recreatieschap Drenthe. Gebruik maken van de kennis die beide organisaties opdoen door onderzoek en dit vertalen naar de eigen ondernemers. Zorgen voor goede afstemming met betrekking tot buitenlandbeleid.
7. Werken aan een goede samenwerking met Geopark de Hondsrug, zorgen voor afstemming in kernwaarden, marketing en activiteiten. Zorgen dat de strategische positie van de gemeente Borger-Odoorn en de gemeente Aa en Hunze wordt versterkt. Pleiten dat ook de andere Hondsruggemeenten de Hondsruguitstraling van Geopark de Hondsrug gaan gebruiken zodat het Hondsruggebied een steeds sterker toeristisch gebied gaat worden.
8. Om bovenstaande te realiseren wordt er gewerkt aan een vergaande samenwerking met de gemeente Aa en Hunze onder de vlag Hondsrug Drenthe. Dit moet leiden tot een efficiënte organisatie met een professioneel team met een duidelijk uitvoeringsplan. Op het moment dat de nieuwe organisatie staat wordt de stichting Bestemming Borger-Odoorn opgeheven.
9. Er komt een klankbordgroep van ondernemers naast het bestuur en er worden werkgroepen gevormd op basis van projecten.
10. Er wordt ieder jaar een werkplan gemaakt in samenwerking met de partners, deze wordt jaarlijks eind november ingediend bij de gemeente Borger-Odoorn. Op het moment dat Hondsrug Drenthe een geïntegreerde organisatie is, wordt er een werkplan gemaakt voor beide gemeenten. Binnen een werkplan moet altijd ruimte zijn voor spontane acties.

Bijlage 1

Het gebied in cijfers

Het Recreatieschap geeft eens in de paar jaar een nieuw rapport uit met daarin het overzicht van de stand van de toeristische sector. In december 2016 is het laatste rapport uitgekomen. Daaruit blijkt dat de toeristische sector in de gemeente Borger Odoorn en omliggende gemeenten sterk is te noemen. Er is weer groei na een aantal magere jaren. Onderstaande grafieken geven de stand van zaken t/m 2015 weer.

Figuur 4 Verdeling toeristische bestedingen per gemeente in Drenthe (x € miljoen)



Bron: Toerdata Noord/CBS/SLA/CVO, bewerking Ecorys

We zien dat in 2015 Borger Odoorn het goed doet. Aan het aantal vakanties (verblijfstoerisme) is 66 miljoen uitgegeven door bezoekers, aan het aantal dagtochten is 46 miljoen uitgegeven door bezoekers. Dat is een groei ten opzichte van de jaren daarvoor en het grootst zelfs ooit gemeten in de gemeente.

Tabel 1 Werkgelegenheidsontwikkeling toeristisch-recreatieve sector Drentse gemeenten in de periode 2013-2015¹

	2013			2015		
	Werkzame personen			Werkzame personen		
	Totaal	Toeristisch	Aandeel	Totaal	Toeristisch	Aandeel
Aa en Hunze	6.999	1.370	19,6	6.395	1.725	27,0
Assen	31.249	1.370	4,4	32.293	1.498	4,6
Borger-Odoorn	6.264	1.750	27,9	5.665	1.879	33,2
Coevorden	11.316	2.050	18,1	10.506	2.600	24,7
Emmen	40.471	2.680	6,6	39.007	2.506	6,4
Hoogeveen	23.649	910	3,8	23.351	1.180	5,1
Meppel	16.394	420	2,6	15.631	554	3,5
Midden-Drenthe	10.878	1.520	14,0	10.700	1.494	14,0
Noordenveld	9.016	1.090	12,1	8.401	1.028	12,2
Tynaarlo	9.843	880	8,9	9.122	912	10,0
Westerveld	8.780	1.510	17,2	7.820	1.811	23,2
De Wolden	6.123	590	9,6	6.034	833	13,8
Drenthe	180.982	16.140	8,9	174.925	18.020	10,3
Ooststellingwerf	6.686	970	14,5	6.760	880	13,0

Bron: Provinciaal Werkgelegenheidsregister Drenthe, bewerking Ecorys

Niet alleen de groei in de bestedingen in de toeristische sector ligt op een hoogtepunt ook het aandeel in werkgelegenheid is het grootst ooit, maar liefst 5665 mensen zijn volledig of gedeeltelijk (direct en indirect) werkzaam in de toeristische sector, dat is 33,2% van het totaal. Dat is het hoogste percentage van alle gemeenten in Drenthe. Dat laat zien dat de toeristische sector van enorm belang is.

Bijlage 2 Totstandkoming visieplan

Voor de totstandkoming van dit visieplan zijn een aantal mensen geïnterviewd.

De volgende mensen worden bedankt voor hun zienswijze:

1. Frans Schouten, voorzitter stichting Bestemming Borger-Odoorn
2. Hein Klompmaker, stichting Bestemming Borger-Odoorn/directeur Hunebedcentrum
3. Marja Oltmans, stichting Bestemming Borger-Odoorn/eigenaar Kabouterland
4. Bert van der Linden, stichting Bestemming Borger-Odoorn/eigenaar Drouwenerzand
5. Wim Brandt, coördinator stichting Bestemming Borger-Odoorn
6. Albert Trip, wethouder toerisme gemeente Borger-Odoorn
7. Dirkjan Haan, ambtenaar economie/toerisme gemeente Borger-Odoorn
8. Cathrien Posthumus, directeur Geopark de Hondsrug
9. Jan Tingen, voorzitter dorpsbelangen Borger
10. Eric van Oosterhout, burgemeester Aa en Hunze
11. Jose Rijnholdt, coördinator toerisme gemeente Aa en Hunze
12. Jaap Gorselink, gemeente Borger-Odoorn

Naast de interviews is er gebruik gemaakt van diverse beleidsstukken:

Concept beleidsplan Borger-Odoorn

Marketing Drenthe

Recreatieschap Drenthe

Ecorysrapport toerisme Drenthe 2016

Trendrapport NBTC