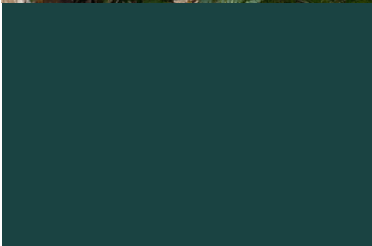


Educatie- en communicatiestrategie 2023-2030

Het verhaal van de Drentsche Aa



**Nationaal Park
Drentsche Aa**



Educatie- en communicatiestrategie 2023-2030



Nationaal Park Drentsche Aa

Inhoudsopgave

1. Achtergrond & aanleiding	4
2. Het verhaal van de Drentsche Aa	7
3. De merkidentiteit als basis	9
4. Stakeholders	11
5. Vertrekpunt educatie en communicatie	13
6. De waardering als uitgangspunt voor gezamenlijkheid	15
7. Draagvlak & betrokkenheid vs. zichtbaarheid & herkenbaarheid	17
7.1 Educatie	18
7.2 Aanbod actualiseren en ontwikkelen	19
7.3 Communicatie	19
7.4 Communiceren vanuit de inhoud	21
7.5 Thematische verhaallijnen	22
8. Uitvoering	23
8.1 Tot slot	24

Bijlage Power-interest matrix



A serene landscape featuring a calm river in the foreground, surrounded by tall reeds and grasses. The background shows a line of trees under a bright blue sky with soft, white clouds. The overall atmosphere is peaceful and natural.

Al die jaren dat ik zat te kijken
op het terras aan de rivier
dacht ik: zoals hier, zo moet het zijn

niets ontbreekt, niets is overbodig
het is te eenvoudig om te begrijpen
te vanzelfsprekend om te beschrijven
zo ligt het daar

het landschap met de rivier
ik zal het nooit kennen

Waardering voor het Drentsche Aa gebied

Drentsche Aa beken meanderen door een gebied waar mensen wonen, werken en recreëren in een prachtig door de tijd gevormde omgeving. Ieder heeft daarin zijn eigen belang. De horecaondernemer voorziet zijn gasten van lekker eten en drinken. De campinghouder maakt het mogelijk om in het gebied te verblijven. De boswachter zet zich dagelijks in om het prachtige landschap van natuur en cultuur te behouden. Boeren houden er vee en verbouwen gewassen. De fietsverhuurder verhuurd zijn fietsen aan de dagjesmensen en vakantiegangers. Het waterschap zet zich in voor voldoende schoon water, droge voeten en om water langer vast te houden en Waterbedrijf Groningen haalt al meer dan 140 jaar haar drinkwater voor de stad Groningen uit dit gebied.

Kortom het is een gebied waar bewoners, wandelaars, fietsers, hardlopers, boeren, bezoekers, gebruikers en beheerders, het Nationaal Park Drentsche Aa ieder op hun eigen manier gebruiken en beleven. Grote gemene deler is de waardering voor het gebied. De natuur, de cultuur, de historie, de rust, de ruimte, de stilte, de schoonheid en de verwondering. Het in de ijstijd ontstane ruggensysteem met beekdalen meanderend door een landschap van bos, heide en cultuur. Een gebied om trots op te zijn, om te behouden en te koesteren voor nu en de toekomst.

Geschiedenis

In de jaren na de oorlog werd landelijk ingezet op een zo effectief mogelijke landbouw. Het gebruik van kunstmest nam een vlucht en de opbrengsten van landbouwgronden werden vergroot. Op veel plekken werd de waterhuishouding aangepast (lees grondwaterstand verlaagd) voor de landbouw, zo ook in het Drentsche Aa gebied, om landbouwgronden intensiever te gebruiken. Daarnaast werden in het kader van de verkaveling beken en rivieren rechtgetrokken. De Drentsche Aa was daarin een uitzondering.

Dat laatste kwam vooral omdat in de jaren '60 door de provincie Drenthe en Staatsbosbeheer werd besloten om samen met de landbouw de oorspronkelijke (cultuur)natuur in het Drentsche Aa gebied te herstellen en beheren. Als een van de laatste beken in het land die nog meanderde, werd toen al erkend dat dit unieke landschap van grote waarde is als cultuurhistorisch erfgoed van Nederland. Grote vraag die toen leefde was daarbij hoe maak je een goede balans tussen een voornamelijk voor de landbouw ingericht gebied en de natuur én hoe beheer je dat? Een eenduidig antwoord op deze vraag was er niet. De laaggelegen gronden langs de beekdalen waren voor een groot deel ingericht als landbouwgrond en moesten worden verschaalt om de oorspronkelijke vegetatie te herstellen.

In samenwerking tussen de landbouw, de provincie en Staatsbosbeheer werd in eerste instantie afgesproken dat deze laaggelegen landbouwgronden alleen nog zouden worden gebruikt om te hooien en te beweiden. Het idee 'boeren als natuurbeheerders' werd daarmee geboren. Echter door het verbod op het gebruik van kunstmest op deze gronden, namen de opbrengsten verder af. De hooilanden werden schraler (wat het gewenste effect was) en deze 'onlanden' waren niet langer interessant om commercieel te gebruiken als landbouwgrond. De landbouw verplaatste zich naar de hoger gelegen delen en het beheer van de laaggelegen gronden werd een taak van Staatsbosbeheer.

Ook de overgangsgebieden van de lagergelegen veenrijke beekdalen naar de hogere zandgronden moesten worden verschaalt. Hier werd gekozen voor beweiding door grote grazers. Er ontstonden weer halfopen landschappen met afwisseling tussen lage en hoge vegetatie. Perfecte leefgebieden voor vogelsoorten als de Grauwe Klauwier, Geelgors en de Roodborsttapuit en een goede stap in de richting om de oorspronkelijke balans tussen natuur, landbouw en mens in het gebied te herstellen.

Naast dit extensieve beheer om de typische kenmerken van het beekdal te herstellen, moest ook de waterhuishouding hersteld. Door het grondwater niet langer te verlagen werden de gebieden rond de beekdalen en de overgangsgebieden naar de hogere zandgronden weer natter, waardoor de kenmerkende flora en fauna zich beter kon ontwikkelen.

Op zoek naar de balans

De aanpak die in de jaren '60 startte was even uniek als uitdagend en is dat nog steeds. Doordat de natuur en de mens hier tot op de dag van vandaag met en naast elkaar bestaan, zorgt dit voor een constante zoektocht naar balans. Niet alle ingrepen ten behoeve van de natuur zijn van positieve invloed op (de geschiedenis van) het menselijk gebruik en niet alle ingrepen ten behoeve van het menselijk gebruik zijn van positieve invloed op de natuur. Wel is gebleken dat de aanpak werkt. Het Drentsche Aa gebied is in de loop der jaren mooier, rijker en gevarieerder geworden en is een schoolvoorbeeld van hoe om te gaan met tegenstrijdige belangen. Hier in het Drentsche Aa gebied hebben partijen laten zien dat het kan en dat men ook in de toekomst blijft bijdragen aan het verder ontwikkelen van dit prachtige gebied.

Als we één ding hebben geleerd is het dat het een illusie is om te denken dat je een landschap kunt bevriezen. Het Drentsche Aa gebied is al meer dan 6000 jaar geleden omgevormd tot een landschap dat door mensen is gecultiveerd en uiteindelijk is geworden tot wat het nu is. Een uniek en prachtig landschap, met een rijke geschiedenis dat de moeite waard is om te beleven, te ervaren en van te leren.

2

Het verhaal van de Drentsche Aa

Net als alle verhalen moeten ze verteld worden om ze over te brengen. En dat doen we niet alleen, maar samen. Samen zijn we de stem van een van de mooiste en meest unieke gebieden van de wereld. Deze educatie- en communicatiestrategie draagt daar aan bij en biedt ons handvatten om allemaal vanuit onze eigen kracht te vertellen wat het Nationaal Park Drentsche Aa zo bijzonder maakt.

"Samen vertellen
we het verhaal van
de Drentsche Aa!"



Overbrengen van de unieke waarden

Vanuit bovenstaande gedachten zetten we met deze educatie- en communicatiestrategie in op het overbrengen van de unieke waarden van het Nationaal Park Drentsche Aa. De natuur, de cultuur, de historie, de rust, de ruimte, de stilte, de schoonheid en de verwondering. De beekdalen meanderend door een landschap van bos, heide en cultuur. Samen vormen ze het verhaal van de Drentsche Aa met als doel om positieve waardering bij bewoners, ondernemers, onderwijs (BO, VO), partnerorganisaties en bezoekers te creëren.

Dit doen we door in te zetten op vier kerndoelen:

- Belangstelling wekken en mensen van het gebied laten genieten (duurzame beleving bieden en enthousiasmeren);
- Kennis aanbieden en uitwisselen (informereren en begrip kweken vanuit de gedachte; waar je van houdt, ga je voor zorgen);
- Betrokkenheid versterken en draagvlak vergroten;
- Actieve deelname aan de doorontwikkeling (participatie) van het Drentsche Aa gebied bewerkstelligen.

Daarin maken we in dit plan onderscheid tussen educatie en communicatie.

3

De merkidentiteit als basis

In de uitvoering van educatie en communicatie is de merkidentiteit de basis. De merkidentiteit is gebaseerd op het DNA van het gebied en speelt een belangrijke rol in het vertellen van het verhaal van de Drentsche Aa.

Voor het Nationaal Park Drentsche Aa geldt dat we mensen een échte beleving willen geven. Het gebied is authentiek, heeft een rijke cultuurhistorie en bestaat uit een unieke natuur (mede gevormd door de unieke geo(morfo)logie). Wat we mensen daarin bieden is een tijdloze ervaring van een eeuwenlang door de mens gevormd afwisselend landschap. Daarin houden we rekening met de volgende kernwaarden:

Oorspronkelijk

Authentiek, no-nonsense en puur. Van onze mentaliteit tot het landschap. Gewoon zoals het is. We doen niet aan opsmuk. Ons gebied, met grote afwisseling en schoonheid van vloeiend in elkaar overgaande landschappen, heeft dat simpelweg niet nodig.



Toegankelijk

Gastvrij, open en persoonlijk. Onze gastheren en vrouwen staan open voor alle bezoekers en vertellen met liefde de 'geheimen' van het gebied. In de inrichting en horeca houden we rekening met de toegankelijkheid, zodat iedereen van onze mooie natuur kan genieten.

Topkwaliteit

Goed georganiseerd, zorgvuldig en informatief. Een landschap vol verhalen en natuur van topkwaliteit. Van het uitzonderlijk schone water tot het best bewaarde esdorpenlandschap van West-Europa. We hebben veel informatie tot onze beschikking en delen dit graag met iedereen die in ons gebied komt. Dit doen we zorgvuldig op een manier dat de ontvanger er ook echt iets mee kan.

Ongedwongen

Ruimte om echt te ontspannen. Een ongedwongen gevoel door de mentaliteit en de rust. Een informele sfeer terwijl de natuur goed beschermd wordt. Hierdoor kun je de natuur blijven ontdekken en staan we over het algemeen onbezorgd in het leven.

Robuust

Onderdeel van een van de stoerste provincies van Nederland. Sterk en ongepolijst. Een robuust gebied met zeer hoge natuurwaarden. Van eeuwenoude karresporen tot uitgestrekte bossen met hun zandmeren en stranden. Het landschap ademt een tijdloze historie, waar je ook komt.

Hierbij geldt dat we in alle uitingen op het gebied van communicatie en alle activiteiten die we houden op het gebied van educatie zoveel mogelijk rekening houden met het uitdragen van het DNA van het gebied en het inzetten op de kernwaarden. Zo dragen we gezamenlijk bij aan het vertellen van hetzelfde verhaal.

4

Stakeholders

Het Nationaal Park Drentsche Aa heeft verschillende stakeholders. Deze stakeholders zijn belangrijk voor de uitvoering van de educatie- en communicatiestrategie. Hierin geldt wel dat niet alle stakeholders voor educatie hetzelfde zijn als voor communicatie en andersom. Dit betekent dat er per situatie bekeken wordt welke stakeholders er van belang zijn. In het Drentsche Aa-gebied werken veel partijen samen aan de opgave om het Nationaal Park Drentsche Aa als uniek cultuurlandschap te behouden en te versterken. Daarnaast richt de educatie en communicatie zich op verschillende partijen en doelgroepen. Vanuit deze gedachten is de volgende lijst samengesteld:

Overheid: Ministerie LNV, provincies Drenthe en Groningen, waterschap Hunze en Aa's, gemeenten Assen, Tynaarlo, Groningen, Aa en Hunze, regio Groningen-Assen, waterbedrijf Groningen en waterleidingmaatschappij Drenthe.



Maatschappelijke organisaties: IVN Drenthe, De Hondsrug UNESCO Global Geopark, Natuur en Milieufederatie Drenthe, Stichting Samenwerkingsverband Nationale Parken, Vereniging Brede Overleggroep Kleine Dorpen Drenthe (BOKD), EUROPARC Federation, Cultuurhistorische verenigingen en musea, Belangenorganisaties (buurt- en dorpsverenigingen, boermarken), Platform Groeningen.

Terrein beherende organisaties: Staatsbosbeheer, Het Drentse Landschap, Vereniging Natuurmonumenten, grondeigenaren,

Branchevertegenwoordigers en samenwerkingsverbanden: LTO-Noord en recreatieschap Drenthe

Onderwijs: Primair en voortgezet onderwijs (schoolbesturen), beroepsonderwijs (middelbaar en hoger) en universiteit

Overige stakeholders: Drentsche Aa gastheren en gastvrouwen, Drentsche Aa gidsen, vrijwilligers in het gebied, bewoners en ondernemers in het gebied, recreanten (dagjesmensen, toeristen, buitensporters), Stichting Gebiedsfonds Drentsche Aa, individuele boeren, Boermarken en Junior Rangers

Zoals je leest is de lijst erg uitgebreid. Er zijn veel stakeholders die op de een of andere manier, in meer of mindere mate, belangrijk zijn voor de educatie en communicatie.

Stakeholdersanalyse basis voor projecten, activiteiten en opgaven

Zoals aangegeven bekijken we bij de uitvoering van de educatie- en communicatiestrategie per situatie welke stakeholders van belang zijn en hoe zich tot elkaar verhouden. Hiervoor werken we met de power-interest matrix.

Door deze matrix per project, activiteit en/of opgave in te vullen ontstaat een helder beeld van ieders rol. Daarnaast wordt meteen duidelijk welke externe stakeholders (doelgroepen) er bij een bepaald project, activiteit of opgave horen.

In bijlage 1 van dit plan is deze matrix opgenomen zodat deze kan worden ingevuld zodra er projecten, activiteiten of opgaven worden voorbereid, opgepakt en uitgevoerd.

5

Vertrekpunt educatie en communicatie

Om een goede educatie- en communicatiestrategie te maken is het belangrijk om eerst het gemeenschappelijke vertrekpunt voor de educatie- en communicatie in kaart te brengen. Daarin baseren we ons op de visie over het Nationaal Park 2030, zoals genoemd in het BIOplan.

In 2030 is Nationaal Park Drentsche Aa een park dat nog steeds in de top drie van gebieden met de hoogste Brede Welvaart staat. Het Drentsche Aa gebied is een plek waar het gezond wonen, werken en ontspannen recreëren is, waar gezondheid en duurzame/circulaire economie volop tot bloei komt, waar schone beken stromen, waar je zelfs het water uit kunt drinken en waar de natuur 'welig tiert'.



Om die visie werkelijkheid te maken wordt deze visie ondersteunt door een aantal ambities:

1. De ontwikkeling van een robuust klimaatbestendig water- en natuursysteem met ruim voldoende en schoon water, geschikt voor de bereiding van drinkwater;
2. Het vergroten van de biodiversiteit binnen en buiten N2000 en NNN-gebieden;
3. De ontwikkeling van een energie/CO2-neutraal gebied en een natuurinclusieve samenleving;
4. De ontwikkeling van duurzaam toerisme, op economisch vitale, ecologisch houdbare en een sociaal aanvaardbare wijze;
5. Een landbouwsector die duurzaam voedsel produceert, met een goed toekomstperspectief. Die bijdraagt aan de identiteit van het gebied als belangrijke grondgebruiker en landschapsbeheerder, met een belangrijke rol om de biodiversiteit te bevorderen;
6. Grote betrokkenheid van bewoners in en rond het gebied en een gezamenlijk gedragen inzet.

Op basis van deze visie en ambities vullen we de strategie op het gebied van educatie en communicatie in. Het strategisch startpunt. Daarbij is de strategie geen statisch stuk, maar een levend document. Zo hoeft niet alles wat nu in deze strategie staat, hetgeen te zijn dat we uiteindelijk realiseren. De kans is groot dat terwijl we bezig zijn met de uitvoering van deze weloverwogen strategie, dingen niet goed bedacht zijn of alweer achterhaald. Daarin is de actualiteit leidend, zodat de aanpassingen, die gaandeweg worden doorgevoerd, de strategie uiteindelijk sterker maken en bijdragen aan het behalen van de visie. Voor deze educatie- en communicatiestrategie hebben we op basis van de visie en ambities, het volgende educatie- en communicatie vertrekpunt voor ogen:

Bewoners en bezoekers (alle leeftijden) nemen de tijd om te genieten van de natuur en het landschap, de cultuurhistorie van het gebied, de ontwikkelingen in de landbouw en de onderlinge relaties tussen de samenstellende delen in het gebied van de Drentsche Aa. Er is kennis over het ontstaan ervan. Men begrijpt de diverse maatregelen die ten behoeve van de gebiedsontwikkeling worden genomen en er is interesse in het resultaat. Bewoners en regelmatige bezoekers nemen actief deel aan activiteiten die hiermee samenhangen.

Hoe we dit vertrekpunt gezamenlijk invullen leggen we in de hoofdstukken hierna uit.

6

De waardering als uitgangspunt voor gezamenlijkheid

Hoe we met elkaar communiceren (intern) en hoe we met elkaar de buitenwereld tegemoet treden (extern) zijn belangrijke voorwaarden om bij te dragen aan het vertrekpunt van de educatie- en communicatie. Daarin zien we het Nationaal Park Drentsche Aa als een gebiedsorganisatie.

“Bij alles wat we doen
staat de waardering en
kwaliteit voor het
Nationaal Park
Drentsche Aa centraal.”



Binnen deze organisatie (formeel ondergebracht in het Overlegorgaan Drentsche Aa) werken de verschillende partijen (bestuurders van betrokken instanties en eigenaren/beheerders uit het gebied) samen die allen een bepaalde taak of taken hebben. Het overlegorgaan wordt ondersteund en geadviseerd door het programmateam en de werkgroep C&E (Communicatie en Educatie). Zij bepalen samen de manier waarop de gebiedseducatie en -communicatie worden opgepakt en uitgevoerd. In deze werkgroep nemen de volgende partijen deel: IVN Drenthe, provincie Drenthe, gebiedsbewoners, gebiedsondernemers incl. recreatiesector, gemeenten Aa en Hunze, Tynaarlo, Assen en Groningen, waterschap Hunze en Aa's, natuurbeheerders (Staatsbosbeheer en St. Het Drentse Landschap), LTO-Noord (Landbouw), waterbedrijf Groningen, de Hondsrug UNESCO Global Geopark en AND (Agrarische Natuur Drenthe).

Daarbij geldt dat alle partijen in de werkgroep eigen entiteiten zijn, met ieder hun eigen opgaven, doelen, werkzaamheden en verantwoordelijkheden. De samenhang zit hem in de waardering voor het gebied. De natuur, de cultuur, de historie, de rust, de ruimte, de stilte, de schoonheid en de verwondering. De beekdalen meanderend door een in de ijstijden ontstaan landschap van bos, heide en cultuur. Een gebied om trots op te zijn, om te behouden en te koesteren voor nu en de toekomst.

Wanneer we onderling communiceren met elkaar, doen we dit vanuit deze gezamenlijke waardering.

Hetzelfde geldt voor onze inzet op educatie en communicatie met externe doelgroepen, waarbij we de nadruk leggen op **draagvlak & betrokkenheid** en **herkenbaarheid & zichtbaarheid**. Uiteraard zullen beide in de praktijk door elkaar heen lopen en zal educatie evengoed bijdragen aan herkenbaarheid & zichtbaarheid en communicatie aan draagvlak & betrokkenheid.

7

Draagvlak & betrokkenheid vs. zichtbaarheid & herkenbaarheid

Vanuit de kerndoelen (h.2) in relatie tot educatie en communicatie zien we een duidelijk onderscheid. Met educatie verhogen we de betrokkenheid en vergroten we het draagvlak voor het Nationaal Park Drentsche Aa en alle gebiedsontwikkelingen. Juist door beleving centraal te zetten. Daarin maken we gebruik van het KHG-model (kennis, houding, gedrag). Door het delen van kennis in de praktijk, bieden we actieve ervaringen die bijdragen aan een positieve houding en zorgen voor gedrag dat hier op aansluit.

Met communicatie zetten we in op het zichtbaar en herkenbaar maken van het Nationaal Park en de gebiedsontwikkelingen. De nadruk ligt op het wekken van belangstelling en het laten zien waarom de natuur, het landschap en de cultuurhistorie zo bijzonder zijn en moeten blijven. De UNESCO Werelderfgoedstatus, waar het Nationaal Park onderdeel van uitmaakt, kan daarbij ook actief worden ingezet.

Kortom educatie wordt primair ingezet als instrument om betrokkenheid en draagvlak voor het Nationaal Park en de gebiedsontwikkelingen te vergroten en communicatie speelt een belangrijke rol waar het gaat om het laten zien wat we doen, hoe we dat doen en wat het Nationaal Park bijzonder maakt.



7.1 Educatie

'Waar je van houdt, ga je voor zorgen' is een bekende uitspraak. Educatie speelt daarin een belangrijke rol waar het gaat om het creëren van betrokkenheid en draagvlak voor de unieke waarden van het Nationaal Park Drentsche Aa. Door mensen actief mee te nemen in de verhalen van de Drentsche Aa en deze in de praktijk te beleven (kennis & beleving), worden ze zich positief bewust van de unieke waarden van de natuur, het landschap en de cultuurhistorie (houding) en zullen deze beter respecteren (gedrag). Daarbij geldt:

- De liefde voor de natuur wordt van jongs af aan aangewakkerd. Daarom willen we dat ieder kind uit de omgeving voor zijn of haar twaalfde jaar de weg weet te vinden op het gebied van natuur en, in het verlengde hiervan, kennismaakt met de unieke waarden van het Nationaal Park – ongeacht iemands achtergrond, opleidingsniveau of sociaaleconomische status.
- Educatie zorgt ervoor dat alle bezoekers van het Nationaal Park een bijzondere en unieke ervaring kunnen meemaken op het gebied van natuur, erfgoed, cultuur en landschap. Ze kunnen de waarden van het Nationaal Park beleven en erover leren.
- Mensen die wonen of werken in het Nationaal Park zijn zich bewust van de unieke waarden van de natuur, het landschap en de cultuurhistorie en onderschrijven het belang van het beschermen en behouden van deze waarden voor huidige en toekomstige generaties.

Om educatie in het Drentsche Aa gebied vorm te geven zijn er vanuit de landelijke strategie rond de Nationale Parken zes richtlijnen opgesteld.

Deze zijn:

1. Het bieden van de mogelijkheid om 'magische' momenten op te doen (deze worden ingedeeld vanuit de beleefpiramide van het IVN);
2. Educatieve activiteiten worden mede vorm gegeven door het principe hoofd (kennis delen), hart (verwondering en beleving stimuleren) en handen (kennis toepassen in de praktijk);
3. De identiteit van het Nationaal Park dient als kompas voor de inhoud van de educatie;
4. Actuele maatschappelijke thema's, zoals biodiversiteitsherstel, worden aan de orde gesteld;
5. Er wordt ingezet op een eigentijdse aanpak met ruimte voor participatie en eigen initiatief van de doelgroep;
6. Er is goede samenhang in het educatieve aanbod van lokale, regionale en nationale partijen die werkzaam zijn in het Nationaal Park.

Daarbij streven we met deze zes richtlijnen naar een positieve bijdrage aan de doorlopende leerlijn in het onderwijs en hebben we aandacht voor de kwaliteit van de educatieve programma's en de begeleiding van activiteiten.

7.2 Aanbod actualiseren en ontwikkelen

Door verschillende partijen in het gebied worden educatieve activiteiten aangeboden die bijdragen aan de hierboven beschreven richtlijnen. Voor de periode tot en met 2030 is het van belang dat het educatieaanbod zich blijft ontwikkelen, waarbij rekening wordt gehouden met de identiteit, unieke waarden en actualiteiten van het gebied. Het stappenplan van het Landelijk Bureau Nationale Parken om het bestaande aanbod te inventariseren en waar nodig aan te vullen en te verbeteren is daarin leidend.

Daarbij gelden de volgende doelstellingen:

1. Alle kinderen (BO en VO) binnen en rondom het Nationaal Park, via het onderwijs (educatieve programma's), eens in hun leven een 'magisch moment' in het Nationaal Park hebben beleefd;
2. Bewoners en ondernemers (gastheren en gastvrouwen) zijn betrokken bij en treden op als ambassadeurs van het Drentsche Aa-gebied;
3. De Nationaal Park junior rangers en gidsen worden actief ingezet bij activiteiten in het Drentsche Aa-gebied.

7.3 Communicatie

Met communicatie dragen we, naast de kerndoelen, in belangrijke mate bij aan het herkenbaar en zichtbaar maken van het Nationaal Park Drentsche Aa als uniek en waardevol (cultuur)landschap met hoge natuur- en aardkundige waarden. Daarnaast is het Nationaal Park Drentsche Aa onderdeel van een het stelsel, van Nationale Parken (de Nationale Parken-familie).

In alle belangrijke communicatie uitingen verwijzen we - ook op langere termijn - er naar dat het Nationaal Park Drentsche Aa onderdeel is van het hele stelsel van 21 Nationale Parken in Nederland, en daarmee behoort tot een van de topnatuurgebieden in het land.

Verder wordt er met communicatie aandacht gegeven aan de verschillende gebiedsontwikkelingen (denk aan uitvoeringsprojecten, werkzaamheden, etc.).

De uitdaging zit hem erin dat we vanuit de gebiedsvisie communiceren. We vertellen allemaal hetzelfde verhaal, losstaand van de belangen die we als verschillende partijen hebben. Het gaat om het overkoepelende verhaal: het verhaal van de Drentsche Aa.

Daarin blijven de twee kernboodschappen (zoals genoemd in het communicatieplan 2.0) van kracht:

- Het Drentsche Aa gebied is een uniek gebied dat is ontstaan door de vorming van ruggen en dalen in de ijstijden. Al duizenden jaren gaan natuur en landbouw hier hand in hand. Door dit samenspel is een uniek landschap ontstaan met hoogwaardige natuur en een uitzonderlijk rijke cultuurhistorie in een waaier van slingerende beken. Het best bewaarde beek- en esdorpenlandschap van West-Europa.
- In het Drentsche Aa gebied werken bewoners, ondernemers, bezoekers en bestuurders samen aan behoud en ontwikkelingen van de unieke kwaliteiten van het gebied. Er is oog voor alle belangen en zo veel mogelijk wordt het gezamenlijke belang gezocht. Wonen en werken gaan hier hand in hand met natuur, landschap en cultuurhistorie.

De Nationaal Park-communicatie heeft daarbij de volgende doelstellingen:

1. Verdere versterking van het merk

Het Nationaal Park Drentsche Aa heeft zijn eigen merk, logo en huisstijl. Om te werken aan een goede zichtbaarheid en herkenbaarheid van het Nationaal Park in de omgeving en voor de externe doelgroepen is het van belang dat we eensgezind naar buiten toe treden. Daarin speelt duo-branding een belangrijke rol. In alle educatie en communicatie over het Nationaal Park houden we dezelfde lijn aan. We communiceren vanuit het gemeenschappelijke verhaal, gebruiken de huisstijl-elementen van het Nationaal Park en vullen dat aan met de eigen huisstijl en communicatie. Zo laten we de buitenwereld duidelijk zien dat we met verschillende partijen de handen ineen hebben geslagen om het Nationaal Park samen te ontwikkelen, versterken en behouden. De zichtbaarheid en herkenbaarheid van het Nationaal Park wordt hierdoor versterkt, zonder af te doen aan de zichtbaarheid en herkenbaarheid van de partijen zelf.

2. Verbeteren en versterken informatievoorziening en routestructuur

Er zijn verschillende manieren waarop de informatievoorziening over het Nationaal Park wordt vormgegeven. Daarin is onderscheid in de algemene informatie over het Nationaal Park (denk aan de middelen zoals de website, Op Stap krant, Doorstroom, brochures, digitale nieuwsbrief, socials, maar ook de middelen die vanuit de partijen in het gebied worden ontwikkeld), de marketing (via Marketing Drenthe) en de informatie die men zelf kan vinden (denk aan informatieborden, de Op-stap-krant, het nieuw te ontwikkelen bezoekerscentrum, de toegangspoorten en het Levend Bezoekersnetwerk met actieve Junior Rangers, gastheren, gastvrouwen en gidsen). Het is van belang dat alle informatie die vanuit Nationaal Park Drentsche Aa wordt ontwikkeld dezelfde stijl en vorm heeft. Dit draagt in belangrijke mate bij aan de herkenbaarheid en zichtbaarheid van het gebied als Nationaal Park.

3. Communicatie leidt tot verhoogde interesse

In alle communicatie over het Nationaal Park is de boodschap gericht op het uitleggen waarom we de dingen doen en hoe die bijdragen aan het verder versterken van het gebied. Door hier de nadruk op te leggen worden mensen geïnteresseerd in het Nationaal Park Drentsche Aa en verleidt om het te bezoeken en beschermen.

4. Communicatie heeft een sturende functie

Via het levende bezoekersnetwerk met toegangspoorten, knooppunten, gastheren en -vrouwen, gidsen en Junior Rangers dragen we bij aan een ongedwongen ontvangst, spreiding en zonering van bezoekers in deelgebieden.

Gasten worden zo goed geïnformeerd op weg geholpen om het gebied te verkennen via een samenhangend aanbod van brede wandel- en fietspaden tot kleine geitenpaadjes en beleefpaden. Alle informatie die bijdraagt aan de zonering is daarin op elkaar afgestemd en heeft een herkenbare huisstijl.

7.4 Communiceren vanuit de inhoud en gezamenlijkheid

Om de doelstellingen te behalen is het belangrijk dat alle partijen in het gebied bijdragen aan de Nationaal Park communicatie. Om daar succesvol in te zijn, communiceren we vanuit de inhoud en gezamenlijkheid. Dit betekent dat er wordt gecommuniceerd vanuit de parkopgaven (beheer, projecten, ontwikkelingen) in relatie tot de kwaliteit van het landschap. Is er een project? Dan communiceren we over het waarom van dit project en hoe dit bijdraagt aan het versterken van de kwaliteit het gebied. Is er een educatieve activiteit? Dan communiceren we over het waarom van deze activiteit en hoe deze bijdraagt aan het vergroten van het draagvlak en de betrokkenheid voor het Nationaal Park en de verschillende werkzaamheden/activiteiten die we hier uitvoeren.

Daarnaast is het belangrijk dat er wordt gecommuniceerd over het Nationaal Park Drentsche Aa als onderdeel van het landelijke stelsel van 21 Nationale Parken. Samen met de andere 20 Nationale Parken draagt het Nationale Park Drentsche Aa in belangrijke mate bij aan het verhaal van de Nederlandse natuur.

7.5 Thematische verhaallijnen

In de uitvoering van de educatie en communicatie in relatie tot bovenstaande zien we verschillende kansrijke thematische verhaallijnen:

- Ontstaansgeschiedenis / geo(morfo)logie (basis van het landschap)
- Op de grens van water en land (water als verdienmodel)
- Mens in het (esdorpen)landschap
- Eten van het land (streekproducten)
- Ontmoeting tussen mens en natuur/landschap (economie en ecologie in balans)

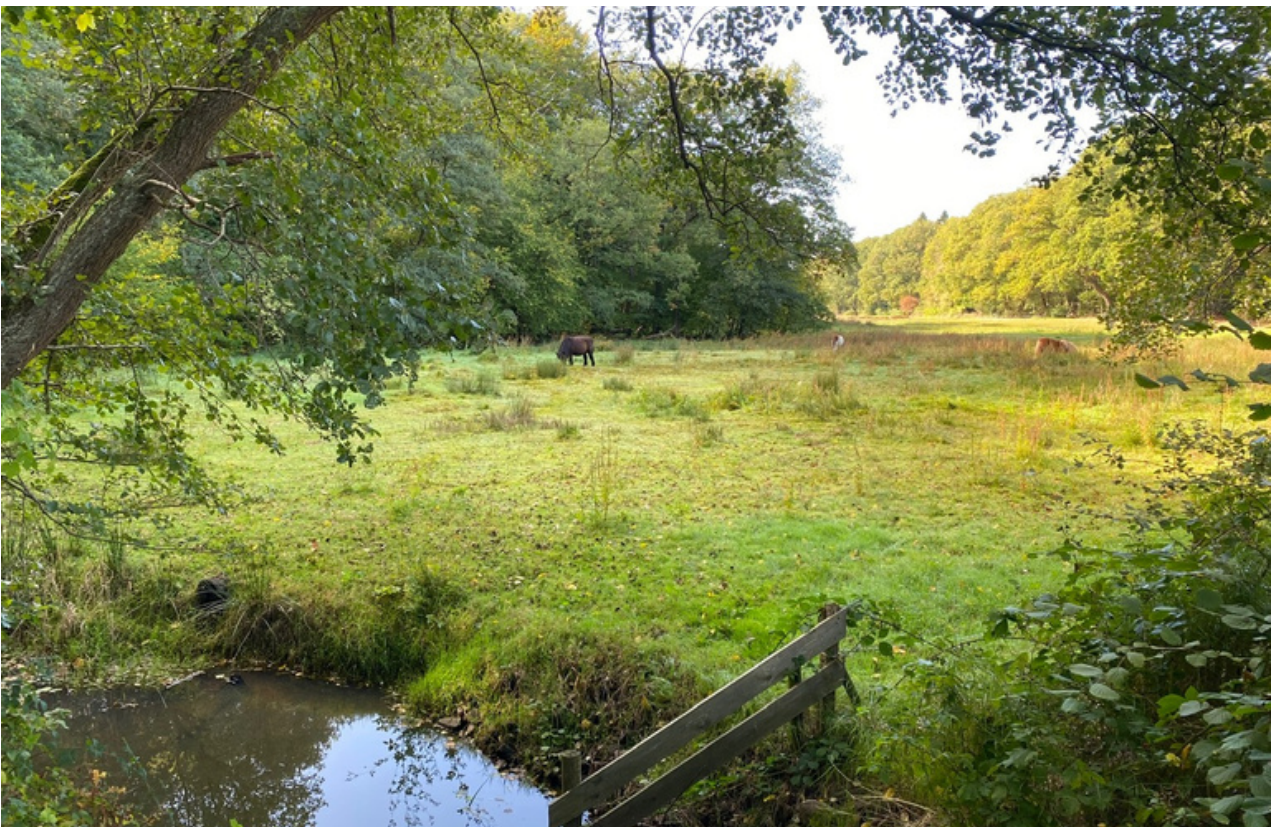
Juist door in te zetten op deze verhaallijnen bieden we de mogelijkheid om vanuit de gezamenlijke interne stakeholders te communiceren. De power-interest matrix is daarbij telkens het startpunt voor de uitwerking van een bepaalde verhaallijn en ieders rol daarin.

8

Uitvoering

De hiervoor beschreven strategie biedt ons de komende jaren alle uitgangspunten voor de uitvoering van een effectief educatie- en communicatiebeleid. Belangrijkste advies daarbij is om de educatie en communicatie altijd vanuit de inhoud vorm te geven. De bestaande mix van educatie- en communicatiemiddelen biedt daarin ruim voldoende mogelijkheden. Het is niet zozeer van belang om meer educatie en communicatie te bedrijven, maar om telkens te bepalen hoe dit zo effectief mogelijk kan.

Tegelijkertijd zijn er een aantal ontwikkelingen die vragen om het herijken van de huidige educatie- en communicatiestructuur. Denk aan de ontwikkeling van het 'Huis van de Drentsche Aa'. Dit bezoekerscentrum/ informatiepunt krijgt een centrale functie waar het gaat om de verdere inzet en uitrol van de parkeducatie en -communicatie. Dit betekent dat opnieuw moet worden nagedacht over de aanwezige functionele communicatie.



Denk aan de toegangs- en wegbewijzing in en rond het Nationaal Park. Maar ook het levend bezoekersnetwerk en de verschillende toegangspoorten. 'Less is more' is daarin het advies. Door dit goed te herijken, biedt dit kansen om positief bij te dragen aan het verder vertellen van 'het verhaal van de Drentsche Aa'.

Ander punt van belang is om vanuit de stakeholdersanalyse na te denken over de huidige invulling van de werkgroep C & E. Op basis van deze analyse is dit een natuurlijk moment om de huidige samenstelling van deze werkgroep onder de loep te nemen en waar nodig aan te passen. Het advies daarin is om dit te bezien vanuit de inhoud en niet vanuit verschillende doelstellingen. Ook geldt hier dat het moet gaan om de unieke waarden van het gebied en de boodschap die we hierin vanuit het Nationaal Park vertellen.

8.1 Tot slot

Met deze educatie- en communicatiestrategie dragen we bij aan het verder versterken van de waarden van het Nationaal Park Drentsche Aa. Het biedt ons een gedegen basis om gezamenlijk in te zetten op het creëren van draagvlak en betrokkenheid en op zichtbaarheid en herkenbaarheid. In de uitvoering van het werk geldt de strategie als basis, met de kanttekening dat deze niet in beton is gegoten. Tijdens de looptijd van deze strategie is het van belang om telkens af te wegen of de gekozen strategie nog dekkend is of wellicht moet worden aangepast.

Door de komende jaren te werken met concrete uitvoeringsplannen zetten we gezamenlijk in op de doelen zoals gesteld in deze strategie en laten we zien dat het Nationaal Park Drentsche Aa een uniek gebied is om trots op te zijn!

**“De Drentsche Aa, een
uniek gebied om trots op
te zijn!”**

BIJLAGE

Power-interest matrix

Power-interest matrix

De power-interest matrix is een methode om te bepalen hoe je met welke stakeholders moet omgaan. Door het invullen van deze matrix ontstaat een helder beeld over met wie je hoe moet communiceren. Door deze matrix per project, opgave of activiteit in te vullen wordt het mogelijk om niet alleen de manier van communiceren met je externe stakeholders in kaart te brengen, maar ook om te kijken hoe de verschillende interne stakeholders zich tot elkaar verhouden en hoe iedere stakeholder zich binnen een project, opgave of activiteit gedraagt.

