



ONTWIKKELKANSEN DRENTHEPAD

Onderzoek, inventarisatie & voorstel voor een uitvoeringsprogramma

In opdracht van:
Uitvoering:

Recreatieschap Drenthe
MASCINI Marketing & Communicatie

Drenthe

Ruinerwold, mei 2022

MASCINI Marketing & Communicatie

E-mail: ingrid@mascini.nl

Telefoon: +31 6 52074244

Adres: Oosteinde 70, 7961 NG Ruinerwold

Inhoudsopgave

1.	INLEIDING	3
1.1	Aanleiding	3
1.2	Vraagstelling	3
1.3	Plan van aanpak.....	4
2.	UITKOMSTEN ONDERZOEK.....	5
2.1	Bureauonderzoek	5
2.2	Uitkomsten enquête Drenthepad wandelaars.....	7
2.3	Bevindingen onderzoek Drenthepad stakeholders.....	8
3.	CONCLUSIES & AANBEVELINGEN	11
4.	VOORSTEL VOOR EEN UITVOERINGSPROGRAMMA.....	13
	BIJLAGE - TOELICHTING ENQUETE WANDELAARS DRENTHEPAD	14

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding

Het Drenthepad is het oudste streekpad van Nederland. Het pad is 329 kilometer lang en heeft 18 etappes. Het Drenthepad is ontstaan uit het oorspronkelijke Nivonpad. Het was het eerste LAW-pad dat na de Tweede Wereldoorlog werd uitgezet.

Het streekpad leidt de wandelaar door het kenmerkende Drentse landschap en de natuur (met o.a. drie nationale parken). Langs gebieden met prachtige boerderijen, hunebedden, veengebieden en zandverstuivingen. De routes bieden de wandelaar kennis te maken met de veelzijdigheid in de landschappen en bovenal te genieten van rust en ruimte.

Ondanks het feit dat het Drenthepad één van de oudste streekpaden is, is het pad relatief onbekend (specifiek onder Drentse recreatieondernemers) en telt het pad in verhouding tot andere LAW en streekpaden relatief weinig wandelaars. Dit concluderen wij uit onderzoek van Wandelnet waaruit blijkt dat slechts 2% van alle LAW-wandelingen in Drenthe plaatsvindt. Let op: het totaal aantal van 32,1 miljoen LAW-wandelingen, zijn wandelingen van meer dan 15km. 4,5 Miljoen ging specifiek over de LAW/streekpaden.

Provincie	Abs.	%
Zuid-Holland	5.519.000	17%
Gelderland	5.264.000	16%
Noord-Brabant	4.500.000	14%
Noord-Holland	4.387.000	14%
Limburg	3.821.000	12%
Utrecht	1.770.000	6%
Overijssel	1.644.000	5%
Friesland	1.492.000	5%
Flevoland	1.294.000	4%
Zeeland	906.000	3%
Groningen	879.000	3%
Drenthe	512.000	2%
Totaal aantal LAW-wandelingen: 32.097.000		



Recreatieschap Drenthe heeft na een themabijeenkomst vanuit het Wandelplatform Drenthe met de toeristisch regisseurs en Marketing Drenthe besloten tot een onderzoek naar de kansen die Drenthepad biedt voor toerisme en recreatie. Dit gezien de wandelsport aan populariteit wint (mede door corona) én het pad uitermate goed past binnen de positionering en beleving van de Oerprovincie Drenthe. Het Drenthepad vormt bovendien de ruggengraat voor het wandelknooppuntennetwerk Drenthe dat momenteel wordt uitgerold in heel Drenthe (een deel is al gerealiseerd).

1.2 Vraagstelling

Welke kansen zijn er om met meer/betere informatievoorziening, gerichte promotie, vergroten bekendheid van het pad bij ondernemers, productontwikkeling en eventuele andere activiteiten het Drenthepad in te zetten voor een duurzame ontwikkeling van toerisme en recreatie in Drenthe?

De nadruk ligt op het in kaart brengen van de kansen voor informatievoorziening en promotie en eventueel laaghangend fruit qua productontwikkeling. Kaders zijn de uitvoeringsagenda van het Wandelplatform Drenthe, de oer-positionering van Drenthe en de doelgroepen in het meerjarenplan van Marketing Drenthe. Ook moet Nivon zich in de voorgestelde plannen kunnen vinden. Tot slot gelden de principes van duurzaam toerisme/recreatie (economisch vitaal, ecologisch houdbaar en sociaal aanvaardbaar).

1.3 Plan van aanpak

- Er zijn twee sessies georganiseerd met betrokken stakeholders om informatie op te halen voor wat betreft bevindingen en kansen voor het Drenthepad.
- Er is bureauonderzoek uitgevoerd en een enquête gehouden onder wandelaars van het Drenthepad om hen als ervaringsdeskundigen te vragen naar hun ervaring en wensen m.b.t. het pad.
- In dit rapport worden de uitkomsten gepresenteerd, plus een advies gegeven over hoe specifiek de informatievoorziening en promotie geoptimaliseerd kunnen worden, plus mogelijke productontwikkeling om het pad aantrekkelijker te maken.
- Het conceptrapport is teruggekoppeld aan deelnemers van de sessie en daarna definitief gemaakt.

2. UITKOMSTEN ONDERZOEK

Naar aanleiding van het bureauonderzoek en de enquête onder Drenthepad wandelaars én het onderzoek onder/de gesprekken met stakeholders zijn de volgende bevindingen gedaan.

2.1 Bureauonderzoek

Fact & Figures LAW

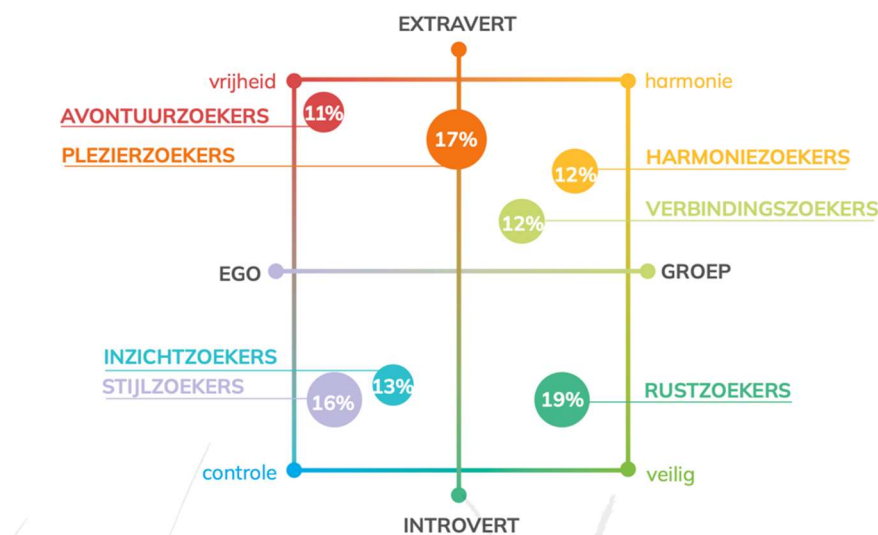
- 1,2 miljoen LAW - wandelaars in Nederland
- 32,1 miljoen wandelingen van min. 15 km, waarvan 4,5 miljoen over het LAW-netwerk
- Motieven: buiten willen zijn 25%, ontspanning 19%, conditie 13%
- Leeftijd 35-64 jaar (57%)
- Gezelschap 2,6 personen
- Favoriete wandeldag: zondag 27%, zaterdag 21%, woensdag 13%
- Pluspunten landelijk: omgeving, kwaliteit, bewegwijzering en routeverloop
- Minpunten landelijk : horeca, rustpunten, bezienswaardigheden
- Er wordt gebruik gemaakt van GPS/Routekaart
- Gem. uitgaven € 6,85 per persoon (o.b.v. 4,5 miljoen LAW wandelingen = € 31 miljoen)
- Drenthe > 512.000 LAW = 2% van totaal

Bron: Infoblad LAW wandelen van Wandelnet (2016)

Toolkit natuurbeleving

Op basis van de Toolkit Natuurbeleving (Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, ZKA Leisure Consultants en Bureau Buhrs, 2021) is onderzocht welke doelgroepen vanuit de Leefstijlvinder 'passen' bij het Drenthepad 'product'. Vervolgens is ook bekeken of deze doelgroepen aansluiten bij de doelgroepfocus in de meerjarenstrategie van Marketing Drenthe.

Nederlandse bevolking verdeeld naar leefstijl



Natuur- en wandelinteresse per type leefstijlgroep

Leefstijlgroep	Wandeltype	LAW	Focus strategie Marketing Drenthe
Avontuurzoekers	Avontuurzoekers lopen langer dan gemiddeld: 24 uur op gemarkeerde routes. Ideale dag: 4 uur of langer. Rust en nieuwe plekken ontdekken is doel. Horeca is niet essentieel.	✓	✗
Plezierzoekers	Wandelen minder dan gemiddelde wandelaar. Bewegwijzering is niet zo belangrijk, horeca en prullenbakken juist wel. Graag natuur met veel voorzieningen. Houden niet van open agrarisch landschap. Wandelen graag met een app.	✗	✗
Harmoniezoekers	Wandelen vinden harmoniezoekers prima, maar ze zijn geen liefhebber van struinen, lange afstanden of meerdaags wandelen. De wandelingen van de harmoniezoekers zijn bovengemiddeld vaak kort (tussen 30 minuten en een uur). Voorkeur voor nette, goed onderhouden natuur. Vlak, goed toegankelijk met wegen en paden. Veel voorzieningen. Wandelpaden: verharde paden waar geen auto's kunnen rijden. Liever geen smalle paden.	✗	✓
Verbindingszoekers	Als ze gaan wandelen dan is dat meestal 30min – 2 uur. Met name enthousiast over natuurlijk bos en heide, kleinschalig cultuurlandschap, dorpslandschap, veenweidegebied en open agrarisch landschap vinden ze vaker mooi dan andere leefstijlen. Kenmerken: wildernis, oernatuur, bosrijk en begroeid, goed toegankelijk met wegen en paden, heuvelachtig, weinig voorzieningen. Met wild en grote grazers.	Twijfel	✓
Inzichtzoekers	Inzichtzoekers houden meer van wandelen dan van fietsen en lopen iets langer dan gemiddeld: 1-2 uur en soms langer. Op een ideale dag wandelen ze liever nog langer.: vogels / wild spotten, bezoekerscentrum, observatiehut/ uitkijkpost zijn geliefd. Gaan liefst naar oernatuur zonder voorzieningen, en met aanwezigheid van wild en grote grazers. Wandelpaden: op half of onverharde, smalle paden. Een (willekeurige) wandel- tocht, gemarkeerd, LAW.	✓	✓

Leefstijlgroep	Wandeltype	LAW	Focus strategie Marketing Drenthe
Stijlzoekers	Een (willekeurig) wandeltochtje is niet kenmerkend voor de stijlzoeker. Maar juist het sportieve van wandelen: LAW, wandelen tijdens een evenement en meerdaags op pad zijn. Halfverharde, smalle paden hebben hun lichte voorkeur Zoeken graag nieuwe plekken/ gebieden op, zijn bereid daarvoor te reizen. Gaan graag naar omvangrijke gebieden.	✓	✗
Rustzoekers	Rustzoekers gaan minder vaak dan gemiddeld op pad in de natuur, en vinden dat prima zo. Als ze wandelen zijn het korte stukjes dicht bij huis.	✗	✗

Uit deze analyse blijkt dat de Avontuurzoeker, Inzichtzoeker en Stijlzoeker een aantoonbare interesse hebben in LAW-wandelingen. De doelgroep **Inzichtzoeker** is een van de leefstijlgroepen waar Marketing Drenthe zich op richt. Dit is daarom een interessante doelgroep voor het Drenthepad.

De **Verbindingszoeker** is een andere leefstijlgroep waar Marketing Drenthe zich op richt. Deze leefstijlgroep houdt van de natuur en de rust maar wandelt niet echt langer dan 2 uur. Deze leefstijlgroep zou wel verleid kunnen worden.

2.2 Uitkomsten enquête Drenthepad wandelaars

Om een goed beeld te krijgen van wat er qua product en informatievoorziening geoptimaliseerd zou kunnen/moeten worden, is input van eerstelijns betrokkenen essentieel: de Drenthepad wandelaar zelf.

Er is in februari 2022 een enquête gehouden en verspreid via diverse sociale mediakanalen, waaronder de besloten Facebook-pagina 'SP6 -Drenthepad'. De enquête is bovendien door betrokken stakeholders gedeeld met hun achterban. In één week tijd hebben maar liefst 111 wandelaars gereageerd. Van deze wandelaars waren 59 wandelaars op dit moment het Drenthepad aan het lopen, waarbij 52 personen het pad al hadden afgerond. De resultaten zijn gebaseerd op 102 enquêtes.

De vragen in de enquête waren onderverdeeld in de volgende items:

- De **bekendheid** van het Drenthepad – Hoe heeft u de informatie over het pad überhaupt gevonden?
- De **vindbaarheid** van informatie rond het Drenthepad – Waar en hoe oriënteert de wandelaar zich? Hoe goed is de informatie te vinden? Is informatie over het landschap voldoende aanwezig?
- De **bereikbaarheid** van het Drenthepad – kan een bezoeker eenvoudig de startpunten vinden en bereiken
- De **zichtbaarheid** van het Drenthepad – zoals startpunten en routebordjes
- De **waardering** van het Drenthepad voor wat betreft kwaliteit en beleving, ook in relatie tot andere LAW/streekpaden
- De **bereidheid** het Drenthepad **te promoten** onder vrienden/familie (net promotor score)

Uitkomsten enquête

- Het Drenthepad wordt 'lovend' gewaardeerd door de wandelaar – het product is kwalitatief goed (m.u.v. natte periodes in het jaar, maar dat vindt men ook 'verklaarbaar' en geen probleem).
- Velen bevelen het pad aan vrienden/familie aan, waarbij men het pad gelijkwaardig (33%) of zelfs een betere score (25%) geeft dan andere LAW-paden.
- De Drenthepad wandelaar wandelt vnl. aan de hand van de bewegwijzering in het landschap, aangevuld met de kaart uit de Drenthepad-gids van Nivon. Ruim 30% maakt gebruik van het GPX bestand van Wandelnet.
- De Drenthepad / LAW wandelaar waardeert het Drenthepad specifiek om het afwisselende landschap, de rust en de ruimte > extra beleving is niet nodig (en niet gewenst)
- De routebewegwijzering verdient aandacht (wordt aan gewerkt door de padcoördinator van Nivon, samen met Recreatieschap Drenthe)
- Er is behoefte aan extra bankjes op diverse etappes
- De aansluiting met horeca kan beter, specifiek op de start- en eindpunten

2.3 Bevindingen onderzoek Drenthepad stakeholders

Naast het onderzoek onder de wandelaars zijn ook betrokken stakeholders uit de recreatieve sector gevraagd naar hun bevindingen en adviezen rond het Drenthepad. Dit zijn de terreinbeheerders, toeristisch regisseurs, enkele ondernemers, Recreatieschap, Marketing Drenthe, de beleidsambtenaren recreatie en toerisme bij gemeenten en Provincie Drenthe, alsook Nivon. Uit de sessie bleek dat er weinig stakeholders zijn die zelf het Drenthepad (of delen ervan) gelopen hebben. Voor wat betreft de productkwaliteit en informatievoorziening was hier relatief weinig *ervaringsinput* op te halen.

Wel zien de stakeholders kansen het Drenthepad een podium te geven. Het pad krijgt positieve reviews, het past bij de profilering Drenthe Oerprovincie, het sluit aan bij de trend rond buitensporten (mede ingegeven door Corona), het biedt kansen extra toeristen aan te trekken in het voor- en naseizoen.

In de sessies is er specifiek gesproken over:

- **Onbekendheid bij recreatieondernemers**

Recreatieondernemers zijn niet voldoende op de hoogte van het Drenthepad. Zeker ondernemers rond of aan het pad gelegen. Zowel verblijfsrecreatie als horecapunten. Dit is laaghangend fruit. Zij kunnen een rol spelen in de promotie van het pad. Zorg dat zij de informatie op hun website hebben staan, meenemen in communicatie (nieuwsbrief, sociale media) en dat er flyers op de locatie liggen met informatie.

- **Horeca: meer betrokkenheid en spin off**

Hoe kunnen we zorgen voor meer betrokkenheid van en spin off naar horeca. Hier komt naar voren dat de horeca in coronatijd ook veelal dicht is geweest. Daarnaast komt de route niet altijd logisch langs horecapunten (waarbij coördinator van het Drenthepad aangeeft dat het op sommige plaatsen een bewuste keuze is om de mooie paden over de natuur te prefereren i.p.v. een route door een dorpje/langs horeca). Daarnaast is de vraag of mogelijk start- of eindpunten aangepast kunnen worden, zodat het een punt is bij een horecaondernemer (bijv. Theehuis 't Hunebed bij Havelte/Darp).

- **Doelgroepkeuze noodzakelijk**

Op wie gaan we ons richten? Wie is de doelgroep en hoe groot is die doelgroep? Zijn het vooral inwoners of komen ze ook van verder. Er wordt de suggestie gedaan om ook eens naar andere doelgroepen te kijken dan de '55-plusser'. Vriendinnengroepen wellicht? Conclusie is dat we uit onderzoek (LAW Facts & Figures) een grote vijver LAW-wandelaars zien, waar slechts een klein deel van in Drenthe heeft gelopen. Dit is laaghangend fruit. Zolang een vijver nog niet leeg is, is de meest voor de hand liggende marketingstrategie 'marktpenetratie' (met je bestaande product in een bestaande doelgroep aanspreken).

Als we LAW-wandelaar naast de doelgroepfocus van Marketing Drenthe leggen dan zien we dat dit aansluit bij de doelgroep 35+ waar zij zich op richten (voor- en naseizoen), specifiek de Inzichtzoeker en daarnaast de Verbindingszoeker.

- **Informatievoorziening: Nivon-gids is goed, informatie op drenthepad.nl kan beter**

Hoe kijken wij naar de informatievoorziening? We zien en horen dat de wandelaars bovenal gebruik maken van de NIVON-gids over het Drenthepad en de pagina over het Drenthepad op wandelnet.nl (met GPX-bestanden en kaarten in PDF). De gids en deze website geven veel informatie.

Kan drenthe.nl hier nog aanvullends iets in betekenen? De stakeholders en Marketing Drenthe adviseren om de broninformatie op wandelnet.nl en drenthepad.nl (website van Nivon) te houden. Op de wandelpagina op drenthe.nl wordt het Drenthepad genoemd als wandelroute en activiteit, met doorlink naar wandelnet.nl. Wel zou het een verbetering zijn om op bij de wandelroutes op drenthe.nl een aparte categorie aan te maken voor de (etappes van) langeafstandswandelingen in Drenthe.

Verder is geconstateerd dat de informatie op drenthepad.nl op dit moment niet compleet en vindbaar genoeg is voor de wandelaar. Optimalisatie van deze website is laaghangend fruit en een belangrijke *quick win*, omdat het dé pagina is waar potentiële wandelaars op terecht komen als ze online informatie zoeken over het Drenthepad. De vindbaarheid op de website van de overnachtingslocaties en de informatie rondom horeca kan veel beter, zodat de potentiële wandelaar zich goed kan voorbereiden.

Tot slot: er komt een nieuwe Nivon-gids over het Drenthepad uit in 2025 (het jubileumjaar van het pad). De uitkomsten van dit onderzoek worden meegenomen ter optimalisatie van de informatie (specifiek horecapunten en bankjes).

- **Bereikbaarheid**

De startpunten van de etappes liggen niet altijd heel bereikbaar. Via het OV ben je wel even onderweg. Toch zien en horen we van wandelaars hier relatief weinig negativiteit. Wel kunnen we verblijfsrecreatie ondernemers aansporen om vervoer aan te bieden naar de startlocaties.

- **Zichtbaarheid kan beter**

Het Drenthepad is voor 'onbekenden' relatief weinig zichtbaar in het landschap. Je moet weten dat de geel/rode bordjes zonder naamsaanduiding van het pad bij het Drenthepad horen.



Er wordt de suggestie gedaan om op TOP's of parkeerplaatsen/startlocaties een infobord te plaatsen. Dit kan wellicht ook een onderbord zijn op bijv. een bestaand wandelplatform bord.

De suggestie wordt gedaan om speciale Drenthepad bankjes te ontwikkelen, wellicht in samenwerking met een kunstenaar (houtsnij?), eventueel voorzien van een QR code, zodat derden wandelaars geïnteresseerd raken in het Drenthepad. Deze kunstbankjes zijn tevens een tool om aandacht van de pers te krijgen met bekendheid van het pad onder inwoners als gevolg.

- **Route geeft al voldoende beleving**

Moet er aanvullende beleving komen rond het Drenthepad? Gaat dat voor extra aantrekkingskracht zorgen? Vanuit de enquête komt naar voren dat de wandelaars met name genieten van het landschap, de rust en de ruimte. De doelgroep Inzichtzoekers en Verbindingszoekers vragen niet om 'attracties', maar om een bezoekerscentrum, vogelkijkhut, uitkijktoren of landschappelijke informatie onderweg (bijv. via QRcodes of panelen). Er wordt uit de groep stakeholders geopperd om wandelaars via digitale informatie te informeren over bezienswaardigheden en mogelijk events langs de route. Zodat zij zelf kunnen beslissen of zij hier gebruik van willen maken.

- **Promotie biedt kansen**

Op de vraag hoe de promotie voor het Drenthepad geoptimaliseerd kan worden, werd eenduidig geantwoord dat de basis voor informatievoorziening bij Nivon en Wandelnet ligt. Het is niet slim om drenthe.nl als basis te gaan gebruiken, te meer omdat de beheerders van deze website (Marketing Drenthe, met input van Recreatieschap Drenthe) geen eigenaar zijn van het Drenthepad.

Promotie kan wel via Marketing Drenthe ingezet worden. De website drenthe.nl is dan puur het portaal en 'doorgeefluik' richting de websites van Nivon (of Wandelnet). Daarnaast kwam naar voren dat recreatieondernemers aan het Drenthepad betere ambassadeurs kunnen worden. Zij zullen voorzien moeten worden van content t.b.v. de promotie (via hun website, sociale media, nieuwsbrief, flyer in hotel etc.).

- **Evenementen aan Drenthepad koppelen**

Er is gediscussieerd over de mogelijkheid om evenementen aan het Drenthepad te koppelen. Enerzijds kunnen evenementen bijdragen aan bekendheid van een pad, anderzijds worden niet LAW wandelaars wellicht gestimuleerd een keer het pad of een deel ervan te lopen.

Wat betreft dit punt zijn er twee kanttekeningen. Het Drenthepad gaat door ongerepte natuur en Nationale Parken. Er zal eerst bij de terreinbeheerder gepolst moeten worden hoe zij tegen deze suggestie aankijken. Daarnaast kunnen we na analyse van de LAW doelgroep concluderen dat deze doelgroep juist van rust en ruimte houdt. Geen drukte en zij lopen ook niet warm voor evenementen. Potentieel kan een evenement dus negatieve impact hebben op de PR en beleving van het Drenthepad.

Tot slot is het Drenthepad een lang tracé van 18 etappes. Het organiseren van een evenement kan het beste op een specifiek traject. Provinciebreed zal tot gevolg hebben dat dit een enorme organisatie wordt. Rekening houdend met de smalle paden en weinig voorzieningen (toiletten bijv.) onderweg.

Ook wordt het idee geopperd om wandelevents van derden in Drenthe te gebruiken om het Drenthepad te promoten. Er zijn al diverse LAW events, zoals bijv. de wandel 3-daagse van Diever waar we mogelijk een geïnteresseerde doelgroep kunnen bereiken.

3. CONCLUSIES & AANBEVELINGEN

De hoofdconclusie is dat de kwaliteit van het pad al prima is, maar dat het een podium verdient voor extra bekendheid en zichtbaarheid en dat er meer verbinding met ondernemers gemaakt kan worden. Met als doel dat meer wandelaars het pad gaan lopen met economische spin off voor de regio.

Aan deze conclusie zijn de volgende aanbevelingen verbonden:

- De kwaliteit van het Drenthepad is prima. Wel kan de bewegwijzering beter (wordt aan gewerkt door de padcoördinator van Nivon, samen met Recreatieschap; het is wenselijk de maatregelen hiervoor op korte termijn uit te voeren).
- De informatievoorziening op www.drenthepad.nl is niet compleet genoeg voor de wandelaar en moet op korte termijn geoptimaliseerd worden (met name de informatie over overnachtingslocaties en horeca), zodat de potentiële wandelaar zich goed kan voorbereiden.
- Extra bankjes zijn gewenst.
- Aansluiting horeca op start- en eindpunten kan beter.
- De zichtbaarheid van het Drenthepad in het landschap kan beter.
- De bekendheid van het Drenthepad bij verblijfsrecreatie- en horecaondernemers kan beter.
- De promotie van het Drenthepad via Drenthe.nl kan geoptimaliseerd worden, specifiek in de doelgroep (langeafstand)wandelaars.
- De bekendheid en betrokkenheid bij het Drenthepad van de inwoners in Drenthe kan beter.

Hier is het advies om allereerst te focussen op de bestaande Nederlandse Lange Afstand Wandelaar, binnen de doelgroepen **Inzichtzoekers** en **Verbindingszoekers**.

Dit past bij de doelstelling om een **duurzame vorm van toerisme** en recreatie na te streven. Wandelaars uit deze doelgroepen zijn vaak (groot) liefhebber van de natuur en het landschap en men is veelal niet op zoek naar veel reuring en drukte. Gelet hierop moet het dan ook niet te druk worden en moet gestreefd worden naar een gebalanceerde ontwikkeling verspreid over de provincie en de seizoenen.

Op dit moment is focus op de buitenlandse markt geen prioriteit. Zodra nieuw informatiemateriaal en infoborden gerealiseerd worden zou overwogen kunnen worden deze communicatie ook in het Duits en Engels te vertalen.

Grote vijver LAW-wandelaars om te enthousiasmeren

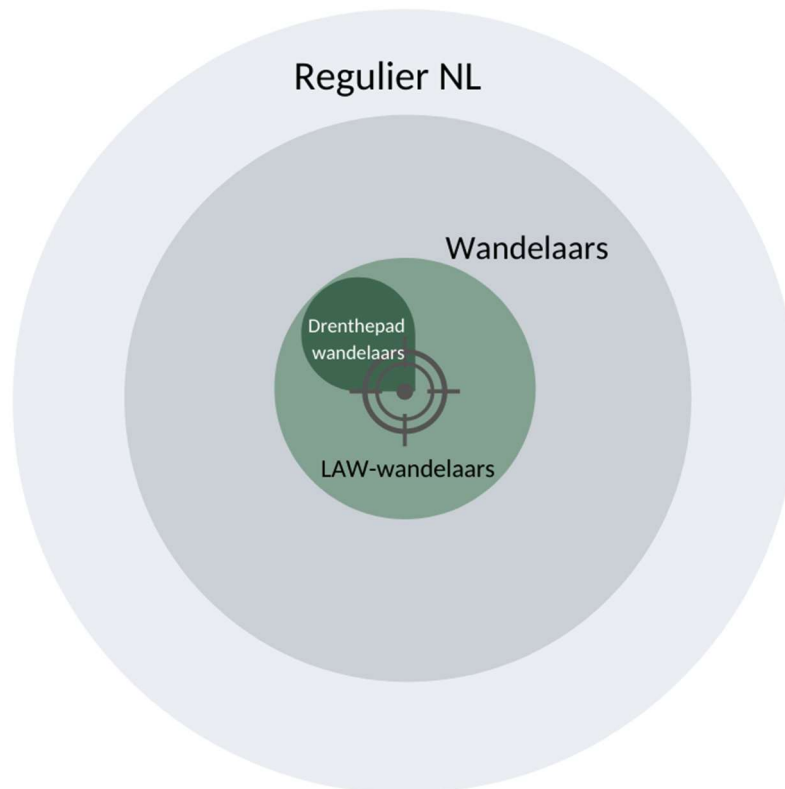
De doelgroep bestaande Lange Afstand Wandelaar is enorm groot (1,2 miljoen LAW-ers in Nederland). Waarbij het aantal Lange Afstandwandelingen in Drenthe relatief heel klein is (2% van alle Lange afstandwandelingen wordt in Drenthe gemaakt, zie 2.1). Hiervoor geldt dat we in een relatief dunbevolkte regio wonen maar er lijkt hier wel winst te behalen.

Kortom: er is nog een grote vijver met Lange Afstandwandelaars die bereikt en geïnteresseerd kunnen worden. De beste marketingstrategie om ontwikkeling te stimuleren is in dit geval dus **marktpenetratie**.

Bij marktpenetratie wordt het marktaandeel van een bestaand product vergroot. Deze groeistrategie richt zich dus op een bestaande markt en een bestaande doelgroep.



Marktpenetratie als strategie voor groei



4. VOORSTEL VOOR EEN UITVOERINGSPROGRAMMA

Om uitvoering te geven aan de aanbevelingen kunnen de volgende activiteiten worden ingezet, naar prioriteit:

DOEL	ACTIE
Informatievoorziening	<p>Optimalisatie van de website drenthepad.nl</p> <ul style="list-style-type: none"> • Algemene informatie • Overnachtingslocaties (lijst aanvullen en vindbaarheid op website verbeteren) • Horecapunten • Basisinformatie verbeteren voor potentiële wandelaars om zich goed te kunnen voorbereiden <p>Aparte categorie voor langeafstandswandelingen bij de wandelroutes op drenthe.nl</p>
Verbinding ondernemers	<p>Per etappe ondernemers inventariseren (checken lijst Nivon).</p> <p>Ondernemers uitnodigen voor info bijeenkomst - 3 stuks (Kop van Drenthe, (Zuid)oost en Zuidwest)</p> <p>Informatie toolkit ontwikkelen voor ondernemers. Zowel flyers als digitale informatie voor op de website.</p>
Verbinding horecapunten	Per etappe horeca inventariseren en bepalen hoe horeca opgenomen kan worden in informatievoorziening Nivon.
Verbinding cultuur / events	Per etappe inventariseren welke bezienswaardigheden/ culturele events er opgenomen kunnen worden in de digitale informatievoorziening.
Promotie	<ul style="list-style-type: none"> • Flyers maken en distribueren • Inzet Google Ads gekoppeld aan drenthe.nl • Inzet websites en communicatie ondernemers • Samenwerken met ANWB (ook lid Wandelplatform) • Inzet wandel <i>influencers</i> • Bestaande wandelevenementen benaderen om Drenthepad onder de aandacht te brengen
Zichtbaarheid Drenthepad in landschap	Startpunten voorzien van informatiepaneel. Eventueel in combi met wandelpaneel recreatieschap (onderbord).
Beleving van het pad – bankjes	Suggestie: per etappe inventariseren welke rustpunten er zijn. Per etappe 1 kunstbankje ontwikkelen met lokale kunstenaars (geïnspireerd door het landschap). Instagramwaardig en voorzien van QR code met informatie over het Drenthepad en de kunstenaar. Hier kan tevens lokaal PR uit gerealiseerd worden!

BIJLAGE - TOELICHTING ENQUÊTE WANDELAARS DRENTHEPAD

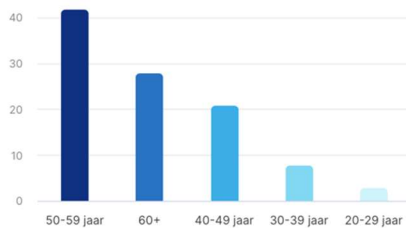
Om een goed beeld te krijgen van wat er qua product en informatievoorziening geoptimaliseerd zou kunnen/moeten worden, is input van eerstelijns betrokkenen essentieel: de Drenthepad wandelaar zelf.

Er is in februari 2022 een enquête gehouden en verspreid via diverse sociale mediakanalen, waaronder de besloten Facebook-pagina 'SP6 -Drenthepad'. De enquête is bovendien door betrokken stakeholders gedeeld met hun achterban. In één week tijd hebben maar liefst 111 wandelaars gereageerd. Van deze wandelaars waren 59 wandelaars op dit moment het Drenthepad aan het lopen, waarbij 52 personen het pad al hadden afgerond.

De resultaten zijn gebaseerd op 102 enquêtes:

- Vrouw – 75%
- Man – 25%
- Loopt alleen – 26%
- Loopt in gezelschap – 74%
- 71% heeft meerdere LAW/streekpaden gelopen,
- 50% van de wandelaars heeft het Pieterpad gelopen

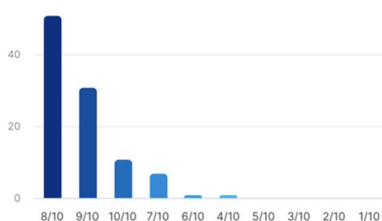
30. Wat is uw leeftijd?



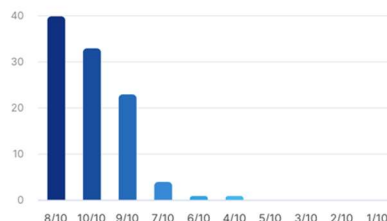
Productkwaliteit

Om allereerst te starten met de ervaren productkwaliteit: De wandelaars zijn unaniem 'lovend' over de beleving van het Drenthepad. Dit is m.n. af te leiden aan de vraag welk cijfer de wandelaars aan het Drenthepad geven en in welke mate wandelaars het pad aanbevelen aan anderen:

24. Met welk cijfer beoordeelt u uw ervaring met het Dren...

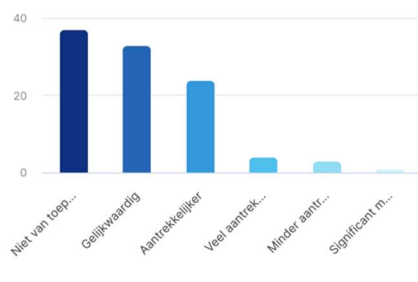


25. Op een schaal van 1 tot 10, in hoeverre beveelt u het ...



Daarnaast is ook gevraagd naar de waardering van het Drenthepad t.o.v. van andere LAW/streekpaden (indien de wandelaar daar ervaring mee heeft). Circa 25% beoordeelt het Drenthepad als aantrekkelijker, 33% gelijkwaardig.

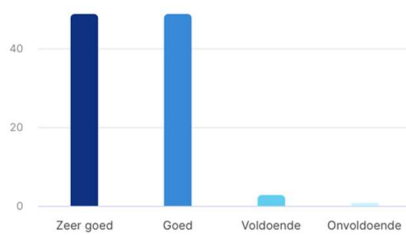
27. Indien u meerdere langeafstandswandelingen heeft g...



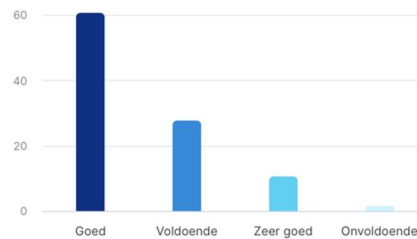
Opvallend zijn de groot aantal wandelaars die een toelichting geven op de beoordeling. Verrassend en veelzijdig is een vaak gelezen opmerking. Daarnaast geven diverse wandelaars aan dat het Drenthepad hen vele onontdekte plekjes in Drenthe heeft laten zien, terwijl de wandelaars zelf uit Drenthe komen. Dus ook voor inwoners uit Drenthe biedt het pad verrassingen.

Als we vragen naar de beleving van het pad, dan kunnen we deze vraag onderverdelen in enerzijds de beleving van het landschap en anderzijds de faciliteiten zoals aanwezigheid van bankjes of horecapunten langs de route.

20. Hoe beoordeelt u het landschap en de bezienswaardi...

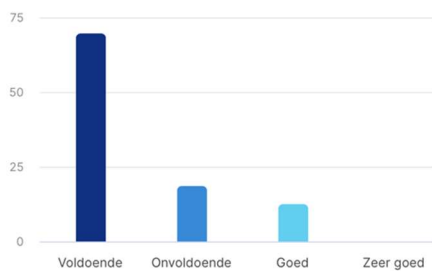


18. Hoe beoordeelt u de kwaliteit van paden?

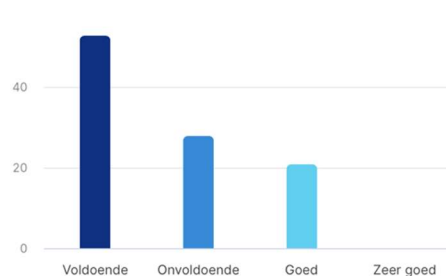


De kwaliteit van de paden is in natte periodes niet optimaal (modderig), maar wandelaars geven aan dat geen probleem te vinden.

16. Hoe ervaart u de horecapunten onderweg?



14. Hoe ervaart u de bankjes overweg?



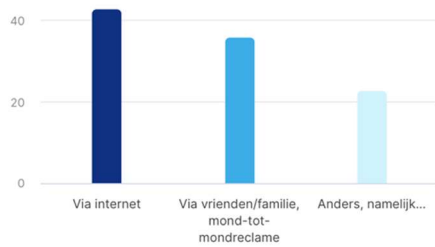
Bankjes en horecapunten kunnen optimaler, maar geen noodzaak voor de ondervraagden. In de opmerkingen komt naar voren dat diversen tijdens coronatijd hebben gelopen, waarbij alle horeca dicht was. Anderen geven aan dat het specifiek op de start- en eindlocatie wel handig zou zijn. Nivon geeft aan dat de routes staan voor natuur en landschap en dat horeca ondergeschikt is. Op sommige punten blijkt er in de nabije omgeving wel voldoende horeca aanwezig te zijn. Er zal onderzocht moeten worden hoe er slim verbinding gemaakt kan worden met deze horeca.

Als we kijken naar overnachtingslocaties zien we dat het overgrote deel (83%) van de 102 ondervraagden geen gebruik maakt van slaapplekken. De meesten wandelen ook maar één etappe per keer (79%). Dat betekent niet dat er geen kansen liggen op dit vlak. Zie de aanbevelingen.

Informatievoorziening

Bekendheid

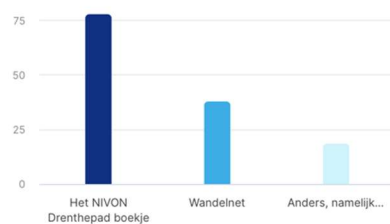
7. Hoe bent u in aanraking gekomen met het Drenthepad?



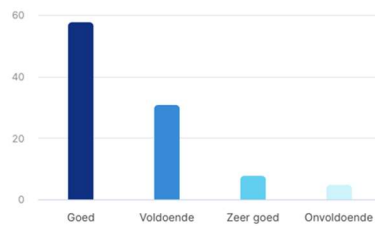
Het merendeel van de wandelaars (41%) geven aan het Drenthepad via Internet gevonden te hebben. Opvallend is het grote aantal wandelaars dat aangeeft het pad via familie/vrienden te kennen (mond-tot-mond reclame).

Vindbaarheid van informatie

8. Welke middelen gebruikt u ter voorbereiding van de et...



22. Hoe beoordeelt u de verkregen informatie over het la...

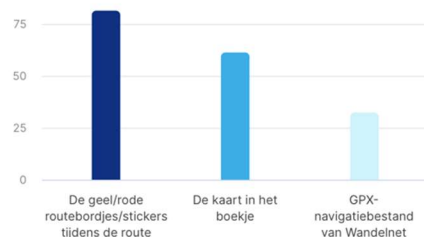


Ter voorbereiding van etappes wordt met name NIVON Drenthepad gids geraadpleegd. Op een tweede plek komt de informatie via Wandelnet. Dit is de website waar NIVON ook gebruik van maakt voor de informatievoorziening (routes, bezienswaardigheden en GPX bestanden). De verkregen informatie over het landschap die hier te vinden wordt als goed beoordeeld.

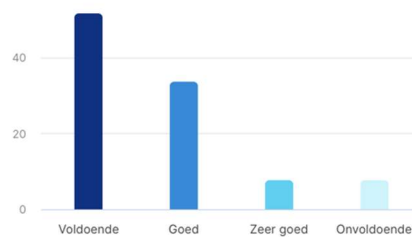
Zichtbaarheid

Ook is wandelaars gevraagd hoe zij in het landschap navigeren en hoe zij de aangeboden faciliteiten in dezen beoordelen. Hoe zichtbaar is de route?

9. Van welke navigatie maakt u gebruik tijdens het wand...



10. Hoe ervaart u de route bewegwijzering onderweg? (g...



80% van de ondervraagden wandelt a.h.v. de geel/rode routebordjes in het landschap. Sommigen gebruiken daarbij de kaart in de NIVON gids. 32% van de wandelaars loopt a.h.v. GPX. In de toelichting wordt vaak opgemerkt dat de bewegwijzering niet overal even helder is.



Jan | 15-02-2021

Ik lees net dat het slecht is gemarkeerd? Wij zijn nu tot aan Appelscha en door corona even op laag pitje omdat je nietmet 4 personen in de auto mag Maar de markering is prima tuurlijk even goed opletten maar is heel netjes en goed te doen Bedankt voor dingen die dat doe En het is een mooie route



Ans | 27-01-2021

Vandaag gelopen, goed te volgen met markering. Bij twijfel keek ik op de GPX versie op mijn mobiel. Soms stond markering net iets verder dan verwacht. 1 x zag ik geen markering (met GPX goede richting op). Lag dit aan mij of markering? Geen idee. Erg mooie route, momenteel soms erg natte stukken.



Gerda | 25-01-2021

Ik herken mij niet in onderstaand commentaar. We zijn nu op 75% van de route, en tuurlijk hebben wij ook wel eens even twee keer moeten kijken, maar over het algemeen is de route erg duidelijk aangegeven. Wel wordt geadviseerd om de route te lopen in combinatie met het boekje, wat wij dan ook doen.



Paul | 11-01-2021

Markering is zeer slecht! We hebben de eerste 3 etappes gelopen, en de markering ontbreekt vaak, en de verfmarkering lijkt wel van 15 jaar geleden. We hebben dan heel vaak verkeerd gelopen. Wie onderhoud het pad? Hier moet nodig iets aangedaan worden lijkt mij!



Stephan | 09-11-2020

Fraaie route die mooie stukjes Drenthe verbindt. Soms onnodig over verharding, zand en graspaden lopen veel fijner! Route goed bijhouden, markering soms slecht. Schotse Hooglanders soms onbetrouwbaar, afstand houden voorkwam niet dat ik boom in moest vluchten (1,5uur). Mooie dorpen en wildkampeerpl.

Bron: Reviews Drenthepad op wandelnet.nl