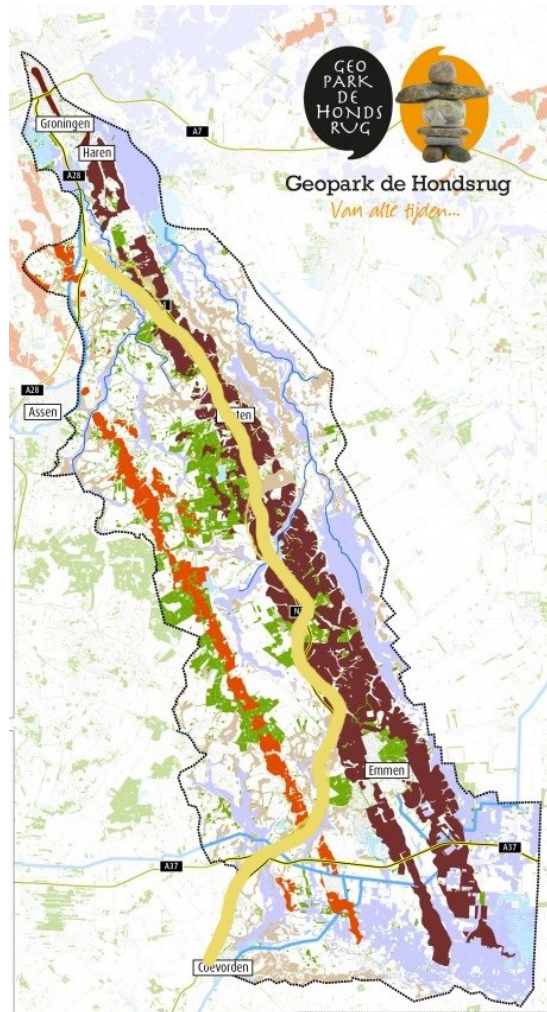


Hunebedhighway, de eerste belevingsweg van Nederland



Welkom op de
Hunebed Highway

November, 2017

Inhoudsopgave

| | |
|---|-----------|
| Aanleiding | 3 |
| Achtergrond: prehistorische A1 | 3 |
| Hunebedhighway – een discussie - historisch correct versus marketingmiddel | 4 |
| Toerisme en ontsluiting van het Hondsruggebied | 5 |
| Toeristische bedrijven in het Hondsruggebied | 6 |
| Wat is er zoal te beleven langs de N34/Hunebedhighway | 7 |
| Van rijksweg naar provinciale weg | 9 |
| UNESCO status Hondsruggebied | 11 |
| Hunebedhighway als marketingconcept | 12 |
| Een logische verbinding – Hunebedhighway en Borger, Hunebedhoofdstad | 12 |
| Beleefbaar maken van de weg | 13 |
| Overstappen vanuit de auto op de fiets of te voet | 15 |
| Marketing | 16 |
| Hunebedhighway businessclub | 17 |
| Wie heeft welke rol | 18 |
| Belangrijkste conclusies | 20 |
| Stappenplan | 21 |
| Bijlage 1 Lijst met geïnterviewden | 22 |

Aanleiding

Diverse partijen zijn betrokken bij het concept Hunebedhighway. De centrale vraag is hoe van de N34 een unieke belevingsweg kan worden gemaakt. Een weg waar de lokale inwoner trots op is en waar de bezoeker van het gebied een bijzonder vakantiegevoel van krijgt. Een dergelijke belevingsweg bestaat nog niet in Nederland, het kan daarmee een 'unique selling point' voor Drenthe en in het bijzonder het Hondsruggebied worden. De werkgroep Hunebedhighway heeft de opdracht gegeven om een gesprek aan te gaan met de belangrijkste stakeholders om te komen tot een gezamenlijk uitgangspunt.

Het onderliggende document geeft een overzicht van diverse gedachten die door de belangrijkste stakeholders, door middel van interviews, naar voren zijn gebracht (zie bijlage 1). De stakeholders komen uit diverse disciplines, variërend van UNESCO Hondsrug Global Geopark, de provincie Drenthe, Nationaal Park Drentsche Aa, Marketing Drenthe, musea, Recreatieschap Drenthe, ondernemers en lokale marketingorganisaties. Het resultaat van het proces is in onderstaande tekst weergegeven.

Achtergrond: Prehistorische A1

Sinds de prehistorie is het Hondsruggebied een gebied waar wordt gewoond en gewerkt. Een plek waar je goed kon wonen, waar aan de flanken water beschikbaar was, waar je enigszins een boerenbestaan kon opbouwen en waar ook nog eens grote keien lagen waar de hunebedbouwers hun graven van maakten. Meerdere nederzettingen, in eerste instantie een paar huizen/boerderijen per nederzetting, ontstonden zo in het gebied. De nederzettingen volgen het patroon van de ruggen in het Hondsruggebied met de nadruk op de hoofdruigen, de Hondsrug en de Sleenerug die overgaat in de Rolderug. De nederzettingen waren met elkaar verbonden via paden in het zand. Er waren twee hoofdroutes, die over de Hondsrug en die over de Sleenerug/Rolderrug. Bij Zuidlaren kwamen deze routes bij elkaar en gingen door richting het begin van de Hondsrug waar nu Groningen ligt. Deze routes samen worden ook wel eens de prehistorische A1 genoemd, één van de drukste routes in de prehistorie.

De oude wegen in het Hondsruggebied zijn nog altijd min of meer te volgen, ze zijn uiteraard wel wat verschoven door de loop van de tijd maar in de basis liggen ze nog in de buurt van de huidige wegen. Meestal zijn het nu geasfalteerde wegen of wegen met klinkers en soms zijn het nog zandpaden. Ze verbinden de vele dorpen in het gebied. De meeste dorpen van nu hebben hun oorsprong in de prehistorie, bijv. Valthe, Exloo, Borger, Zuidlaren, Sleen, Rolde enz.

De N34 is de hedendaagse variant van de oude route. Hij ligt niet op de ruggen waar de oude prehistorische wegen liggen maar gaat er als het ware tussendoor. Het verbindt het gebied, links en rechts liggen de ruggen van het Hondsruggebied. In de basis verbindt deze weg nog altijd Coevorden/Emmen met de stad Groningen. De weg verbindt de vele (pre)historische plekken, de dorpen, de toeristische accommodaties, de inwoners en al het andere. Daarmee is het een identiteitsbepalende factor in het Hondsruggebied. Dagelijks rijden duizenden auto's over deze weg zonder stil te staan bij het bijzondere karakter. Kunnen we dat veranderen?

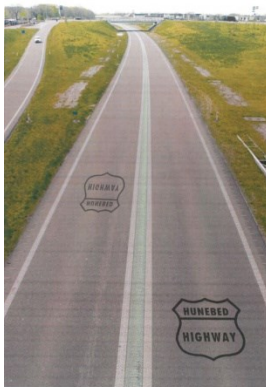
Hunebedhighway – een discussie - historisch correct versus marketingmiddel

Sinds een jaar of tien, sinds de overgang van rijksweg naar provinciale weg, wordt er regelmatig gesproken over het meer beleefbaar maken van de N34. Deze gedachtegang ging gepaard met een nieuwe naam, dat werd al snel de Hunebedhighway. De reden hiervan was dat de weg de hedendaagse representant is van de oude route die min of meer is ontstaan in de tijd van de hunebedbouwers, meer dan 5000 jaar geleden. Links en rechts van de N34 ligt het merendeel van de hunebedden die we in Nederland vinden. Er zijn sindsdien vele discussies geweest over de naam. In eerste instantie, tien jaar geleden, werd er bezwaar gemaakt over de Engelse naamgeving. Nu de maatschappij meer aan Engelse woorden gewend raakt wordt dit bezwaar nauwelijks nog naar voren gebracht. Hierna vond de discussie vooral plaats tussen marketeers en erfgoed specialisten. Vanuit de marketing klinkt de Hunebedhighway goed omdat iedereen in Nederland weet dat Drenthe en hunebedden met elkaar verbonden zijn en het een gemakkelijk te onthouden naam is, met een hoog belevingspotentieel. Vanuit de erfgoedkant werd er tegenin gebracht dat de N34 niet de plek is waar de oude route heeft gelopen en dat het dus historisch niet klopt. Er is ook nog een discussie geweest of het de Hondsrughighway of Hunebedhighway moet worden. We zien nu na 10 jaar dat er consensus is over de naam Hunebedhighway. In dit document wordt daarom de naam Hunebedhighway aangehouden als leidende naam voor de belevingsvariant van de N34.

Er zijn in de laatste tien jaar diverse ideeën langs gekomen. Deze ideeën zijn mede input voor dit document. Er zijn door Hein Klompmaker, directeur Hunebedcentrum, een aantal artikelen geschreven. Deze zijn te vinden in het hunebednieuwscafe.nl. Zie <http://www.hunebednieuwscafe.nl/2016/06/hunebedhighway-samenhangende-visie/> en <http://www.hunebednieuwscafe.nl/2016/10/guilty-pleasure/>. Hieronder staan een aantal foto's met relatie tot de ideeën van Hein Klompmaker.



De N34 moet een stoer imago krijgen, een soort van Route 66



Er zijn ideeën over de fysieke zichtbaarheid op de weg



Logo, gebaseerd op Route 66

Toerisme en ontsluiting van het Hondsruggebied

In de jaren vijftig werd recreatie steeds belangrijker voor de inwoners van Nederland. De overheid en ondernemers vonden dat de inwoners van Nederland af en toe moesten bijkomen van een druk bestaan. Mensen kregen daarom meer vakantiedagen. Er ontstonden op diverse plekken in Nederland clusters van vakantieparken, in eerste instantie hotels en campings, later ook bungalowparken. Bekende voorbeelden zijn de Veluwe, Zeeland en ook Drenthe. Binnen Drenthe werd het Hondsruggebied één van de gebieden met een hoge concentratie aan vakantieparken. Meer en meer mensen kwamen naar Drenthe om op te laden. Deze bezoekers wilden het gebied ontdekken. De ANWB voorzag hierin door her en der in Nederland autoroutes te ontwikkelen. Eén van de eerste autoroutes werd de Hondsrugroute. Deze slingert al vele jaren door het gebied en doet beide hoofdruigten aan. Pas onlangs zijn de bekende zeshoekige borden weggehaald. De route is nog wel te downloaden via de site van de ANWB, zie <https://www.anwb.nl/vrije-tijd/autoroute/hondsrugroute>



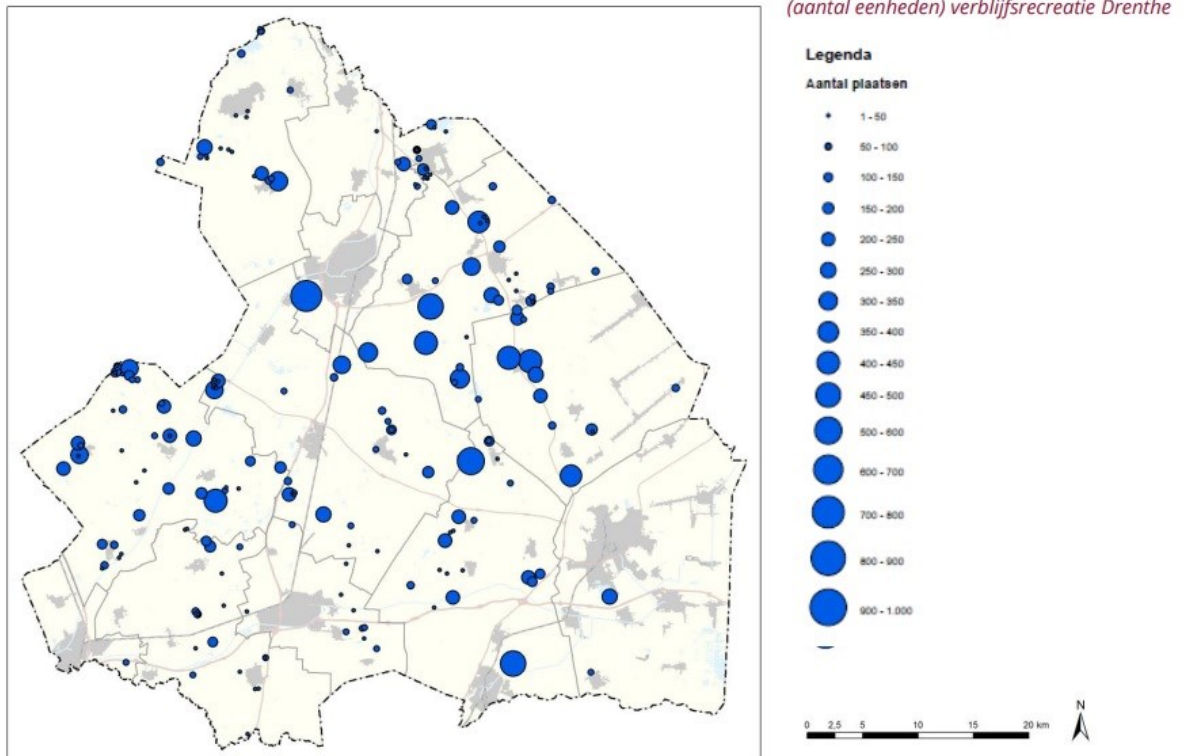
De ANWB Hondsrugroute, sinds de jaren 50 een begrip.

Wie het echte Hondsruggebied wil ervaren kan het beste over de oude routes door het gebied rijden. Dat zijn de wegen over de ruggen van het Hondsruggebied. Je rijdt dan door de vele esdorpen, langs hunebedden, Saksische boerderijen, natuurgebieden enz. Het is de bedoeling dat mensen vanaf de Hunebedhighway geleid worden naar de oude wegen in het Hondsruggebied, naar het kleinschalige landschap met al zijn bijzondere kenmerken. Vanaf hier kunnen bezoekers naar de vele toeristische bezoekerplekken, accommodaties, attracties, horeca enz. Hiermee krijgt het begrip belevingsweg twee betekenissen. *Enerzijds gaat het om het beleefbaar maken van de weg zelf en anderzijds moet de weg verleiden naar de beleving in het achterland.*

Toeristische bedrijven in het Hondsruggebied

Toerisme is een van de belangrijkste economische activiteiten in het Hondsruggebied. Langs de N34 liggen vele toeristische bedrijven. Op de kaart hieronder is te zien hoe de spreiding en grootte van de bedrijven zich in het gebied voordoet. Er ligt met name een grote concentratie in het gebied dat wordt begrensd door het Nationaal Park Drentsche Aa.

B2 Geografische spreiding en concentratie van de verblijfsrecreatie in Drenthe



Uit: Onderzoek Vitaliteit Verblijfsrecreatie Drenthe/Recreatieschap Drenthe en Provincie Drenthe

Wat is er zoal te beleven langs de N34/Hunebedhighway

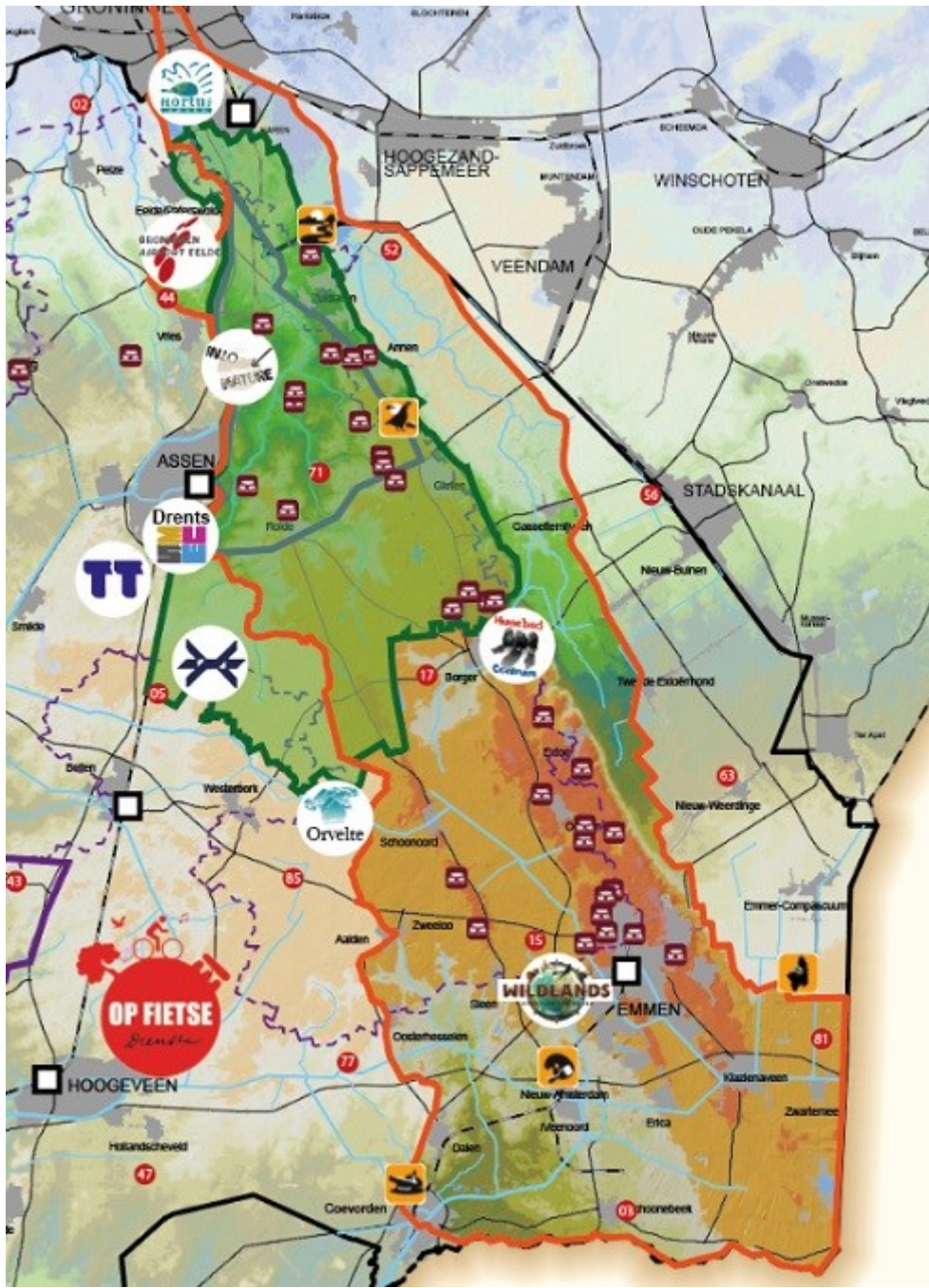
Aangezien het Hondsruggebied al een geschiedenis heeft van duizenden jaren is er veel (pre)historie te vinden langs de Hunebedhighway. Dat begint al bij binnenkomst in Drenthe bij de vestingstad Coevorden, dit is al heel lang de toegangspoort naar Drenthe. De naam Coevorden is er zelfs uit ontstaan (een voorde waar de koeien doorheen werden geleid). Daarna gaat de weg langs vele bijzondere locaties en gebieden richting Groningen. Een groot gedeelte van de N34 gaat in het noordelijke gedeelte door en langs het Nationaal Park Drentsche Aa, vanaf de weg zie je links en rechts de bijzondere deelgebieden van het park. De N34 eindigt bij de Punt aan de grens bij de provincie Groningen. In oude tijden liep de route via Zuidlaren richting de stad Groningen wat het eigenlijke eindpunt van de (pre)historische route is. Een discussiepunt is daarom of het wenselijk is om de belevingsroute na de Punt te vervolgen naar de stad Groningen.

De belangrijkste verhaallijnen met bijbehorende interessante plekken zijn terug te vinden in het masterplan van Hondsrug UNESCO Global Geopark. Dat zijn:

- Ijstijden
- Prehistorie
- Cultuurlandschap met de nadruk op de esdorpen

De drie hoofdverhaallijnen kennen tal van interessante locaties in het gebied. Zo zijn er diverse bijzondere gebieden die verbonden zijn via de N34, waarvan het Nationaal Park Drentsche Aa de grootste is. Andere voorbeelden zijn het Drouwenerzand, Zuidlaardermeer, Bargerveengebied en andere. In het gebied is een aantal archeologisch zeer interessante locaties te vinden zoals Strubben-Kniphorstbosch (het grootste archeologische monument van Nederland), het Sleenerzand, Appelbergen, Balloërveld en dergelijke. Er zijn in en buiten deze archeologische gebieden tal van eeuwenoude karrensporen, honderden grafheuvels, galgenbergen, oude routestructuren, pingoruïnes enz. Gebaseerd op deze verhaallijnen zijn er diverse musea/attracties ontstaan in het gebied. Dit zijn de poorten van het geopark (Hunebedcentrum, Stedelijk Museum Coevorden, Veenpark, Van Gogh huis, Boomkroonpad, Homanshof, Hortus en Scheepvaartmuseum). Naast deze landschappelijk gerelateerde objecten, musea en gebieden zijn er nog tal van grote attracties zoals Wildlands, Plopsaland en het Drouwenerzand. Het gebied kent verder tal van typische Drentse esdorpen zoals Valthe, Exloo, Drouwen, Odoorn, Sleen, Rolde enz. Het hele gebied is goed ontsloten door fiets- en wandelpaden.

Al met al ontsluit de Hunebedhighway het Hondsruggebied, dat vol ligt met interessante locaties voor de eigen inwoners en de toerist. *De Hunebedhighway is daarmee niet alleen een belevingsweg op zich maar vooral ook een weg die mensen geleid naar een zeer beleefbaar achterland, dat uitnodigt tot ontdekking.*

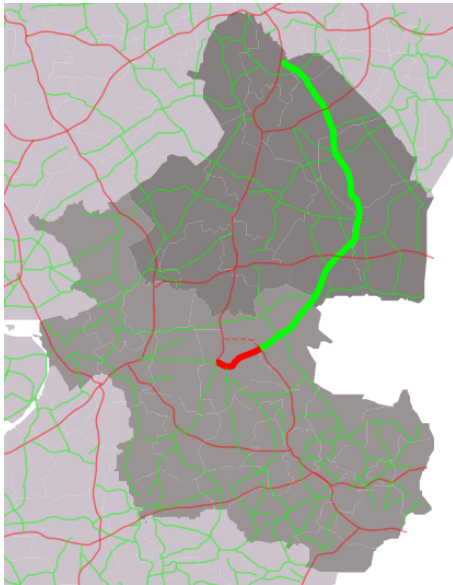


Kaart van het Hondsruggebied met daarin de bezoekerscentra, hunebedden en belangrijkste plaatsen. Het groene gebied in het noordelijke gedeelte laat het Nationaal Park Drentsche Aa zien, bijna de helft van de N34 ligt in dit gebied.



Van rijksweg naar provinciale weg

Sinds 2007 is de N34 van de Nederlandse staat overgegaan naar de provincie Drenthe (het Overijsselse gedeelte dat vanaf Coevorden doorloopt naar de rotonde bij de Witte Paal is in 2011 overgegaan van de staat naar de provincie Overijssel). Het beheer van het Drentse deel is daarmee volledig in handen van de provincie Drenthe gekomen. Sindsdien wordt de weg stukje voor stukje veiliger gemaakt maar ook mooier. De weg wordt steeds beter geïntegreerd in het omringende landschap.



De weg begint in Overijssel bij de Witte Paal en loopt tot aan de Punt aan de grens met de provincie Groningen.

Op sommige plekken is langs de N34 het gebiedsverhaal al enigszins opgepakt. Een voorbeeld is de rotonde bij de afslag Borger waar keien in zijn verwerkt die tevoorschijn zijn gekomen bij het graven van de rotonde bij Gieten.



Uitgangspunten vanuit de provincie Drenthe voor ontwikkelingen langs de N34

De provincie is eigenaar van de weg en vindt het idee van meer beleefbaarheid prima en werkt er graag aan mee. Er zijn echter wel een aantal voorwaarden in verband met veiligheid en onderhoud. Bij alle ontwikkelingen die plaats gaan vinden moeten deze voorwaarden worden meegenomen.

De voorwaarden:

- Het gaat niet alleen om de beleefbaarheid van de weg zelf maar ook om de beleefbaarheid van het achterland
- Binnen de 8 meter zone, gerekend vanaf de weg, moet voorzichtig worden opgetreden met het plaatsen van objecten
- Er moet rekening worden gehouden met onderhoudsvriendelijkheid
- Botsveiligheid is een belangrijk begrip. Bij alles wat wordt gedaan moet worden bedacht dat er geen obstakels zijn die ervoor zorgen dat er bij botsing ernstig letsel kan ontstaan. Dat betekent dat er bijvoorbeeld geen keien op drie meter afstand van de weg in de berm kunnen worden gelegd. Stel er rijdt een auto tegenaan, dan is de kans op ernstig letsel groot. Buiten de 8 meter zone is het geen probleem en kan veel meer. In de praktijk is het landschap buiten de 8 meter zone meestal niet meer in eigendom van de provincie en heb je te maken met andere eigenaren. Dat zal in veel gevallen één van de gemeenten zijn of een particuliere eigenaar.
- Mits de botsveiligheid goed is geregeld zijn er mogelijkheden om ook binnen de 8 meter zone objecten neer te zetten. Een voorbeeld waar dat is gebeurd is in Veenhuizen. Daar zijn zogenaamde poortstenen bij de ingang neergezet (zie foto).
- Er mogen geen extra beschilderde figuren op het wegdek worden geprint. Dit in verband met het tegengaan van gladde stukken die met name voor motorrijders gevaarlijk kunnen zijn bij nat weer.
- Bebording is geen belemmering. Er wordt gedacht aan borden bij het begin en het eind, bij de afslagen van de N34 en informatiepanelen op carpoolplekken/parkeerplekken in de directe omgeving van de afslagen.
- In goede afstemming is het mogelijk om iconische objecten bij het begin en eind van de weg te plaatsen.
- Er wordt voor gepleit om te onderzoeken of er combinaties te maken zijn tussen auto en fiets, via een systeem van parkeerplaatsen/carpoolplaatsen bij de afslagen van de N34.



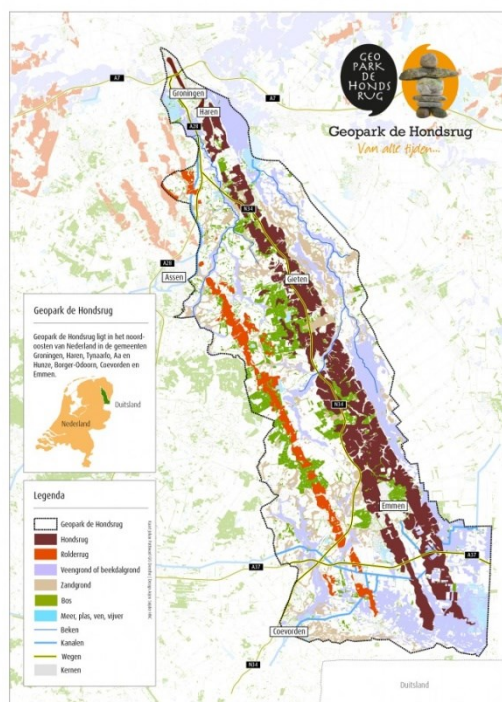
Voorbeeld van poortstenen bij Veenhuizen. Er is een botsvriendelijk ontwerp gemaakt.

UNESCO status Hondsruggebied

Sinds de eerste gedachten over de Hunebedhighway ontstonden is er veel gebeurd in het gebied. Niet alleen is de provincie Drenthe flink bezig geweest, en nog steeds bezig is, om de weg veiliger en mooier te maken maar is ook het Hondsrug UNESCO Global Geopark ontstaan. Er is sinds 2010 gewerkt aan deze status, in 2015 is het verkregen. Het hele Hondsruggebied is hier onderdeel van (merendeel van de gemeenten Coevorden, Emmen, Borger-Odoorn, Aa en Hunze, Tynaarlo, Haren en Groningen). Het gebied heeft een UNESCO status verkregen op basis van het unieke karakter van het gebied. Dit karakter heeft alles te maken met de ontstaansgeschiedenis gedurende de laatste ijstijden in relatie tot de cultuurhistorie. Daarmee is het Hondsruggebied onderdeel van een groot wereldwijd netwerk van meer dan 130 geoparken.

In het masterplan van het Hondsrug UNESCO Global Geopark, verschenen in 2016, staat dat één van de hoofddoelen voor de komende jaren het beleefbaar maken van de hoofdadere, de route die door het gebied loopt, is. Deze route is voor het belangrijkste deel de N34. Het is nog de vraag of de Hunebedhighway stopt bij de Punt, waar de N34 eindigt, of dat er een vervolg komt naar de stad Groningen (zoals het vroeger ook was). Er kan voor gekozen worden om de route te laten vervolgen door Zuidlaren, Midlaren, Noordlaren, Onnen, Glimmen, Haren en uitkomend op de Grote Markt in Groningen. Dan is de 'ruggegraat' van het Hondsruggebied compleet en kan het volledig gekoppeld worden aan het geopark.

Omdat de Hunebedhighway de centrale ontsluitingsweg voor het Hondsruggebied is, is het logisch om het project Hunebedhighway te koppelen aan het geopark. Het eigendom van de weg blijft uiteraard bij de provincie Drenthe.



Kaart Hondsrug UNESCO Global Geopark, het gebied beslaat 7 gemeenten in de provincies Drenthe en Groningen.

Hunebedhighway als marketingconcept

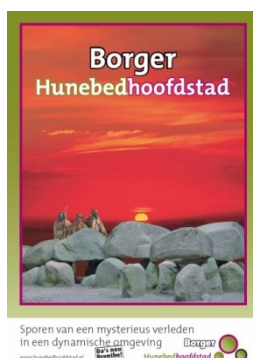
De Hunebedhighway moet een belevingsweg worden met een (inter)nationaal karakter. Het moet een weg worden waarvan inwoners een trots gevoel krijgen en bezoekers een vakantiegevoel. Een gevoel van:

- Wat geweldig dat ik hier mag wonen
- Ik ben nu in het land van de hunebedden, een oeroud gebied
- Ik ben nu in Drenthe (zeker als je vanuit Overijssel of vanuit Groningen komt)
- Ik ben nu in het Hondsrug UNESCO Global Geopark
- Ik ben nu in een bijzonder gebied waar van alles te beleven is
- Een spannend gebied met bijzondere activiteiten

Aangezien er zo goed als geen belevingswegen in Nederland zijn kan het als zeer bijzonder worden ervaren voor bezoekers (een 'unique selling point'). Voor marketingorganisaties is dit een goed middel om de samenhang in het gebied te laten zien en te vermarkten. Voor het geopark is het de levensader die alle verhaallijnen met elkaar verbindt, voor Marketing Drenthe is het een middel om het Hondsruggebied/geopark (inclusief het thema hunebedden als onderdeel van de 'Big 5' strategie) gemakkelijker in de 'etalage' te zetten, voor ondernemers is het een middel om mensen beter naar het bedrijf te geleiden, voor musea is het een middel om thema's aan te koppelen en voor de gemeentelijke toeristische organisaties kan het een middel zijn tot meer samenwerking en gezamenlijke vermarkting van het Hondsruggebied. Daarnaast willen de meeste organisaties meer toeristen in het gebied krijgen.

Een logische verbinding – Hunebedhighway en Borger, Hunebedhoofdstad

Al meer dan tien jaar geleden heeft Borger zich uitgeroepen tot Hunebedhoofdstad van Nederland. De reden was dat rondom Borger een grote concentratie hunebedden ligt, waaronder het grootste hunebed van Nederland. Daarnaast ligt het Hunebedcentrum hier. De ondernemers in het dorp konden zich vinden in het thema en zo is de Hunebedhoofdstad begonnen als een marketingconcept met de bedoeling om het dorp prominenter bij de bezoeker op het netvlies te krijgen. Het begon met borden bij de toegangswegen, posters, website, gratis ansichtkaarten enz. Later gingen ondernemers aanhaken met eigen producten zoals Oerbieren en Oerwijn, in etalages werden grote foto's van hunebedden opgehangen, er werden speciale pannenkoeken ontwikkeld enz. Na een tijdelijke stilte is in 2016 een nieuwe werkgroep opgericht die momenteel nieuwe plannen ontwikkeld. Het is een mooi gegeven dat halverwege de Hunebedhighway de Hunebedhoofdstad van Nederland ligt met als basis het grootste hunebed van Nederland en het Hunebedcentrum.



Beleefbaar maken van de weg

Wie nu over de N34 rijdt ziet een mooie, veilige route die door een glooiend landschap gaat. Je ziet op diverse plekken een aantal gebiedsborden die iets over de omgeving zeggen. Zo zie je gebiedsborden van het Hondsrug UNESCO Global Geopark, van de Vestingstad Coevorden en van het Nationaal Park Drentsche Aa. Op een aantal plekken zie je verwijzingen naar de geschiedenis van het gebied, bijv. bij Borger waar in de geluidswal een graanspieker als uitzichttorentje is geplaatst.



Ook zien we op diverse plekken kunstwerken staan, deze hebben echter voor de meeste gebruikers van de weg niet een directe relatie met het gebied alhoewel dat wel het uitgangspunt is geweest.



Vanuit de diverse stakeholders is de wens naar voren gekomen om een **landschapsplan** te maken waarin richtlijnen en projectideeën komen te staan om de Hunebedhighway meer zichtbaar te maken rondom de thema's van het Hondsruggebied (ijstijden, prehistorie en cultuurlandschap met de nadruk op de esdorpen). Het landschapsplan moet aansluiten bij de plannen van het Nationaal Park Drentsche Aa (waaronder het BIO-plan Drentsche Aa 2.0 (2012-2020 en het bebodingsplan). Naast het maken van een landschapsplan kan ook gedacht worden aan het inschakelen van bijv. de Design Academy uit Eindhoven of de opleiding Imagineering van de NHTV internationaal hoger onderwijs in Breda. De provincie Drenthe heeft een directe relatie met de Design Academy.

Uit de interviews met de stakeholders komen een aantal uitgangspunten voor het landschapsplan naar voren:

- Het thema hunebedden moet meer zichtbaar worden, nu is er nergens een hunebed te zien
- Een duidelijke structuur voor borden aangeven (bij het begin en eind van de N34 en bij de afslagen van de N34, infopanelen op de carpoolplaatsen/parkeerplaatsen), ook het Nationaal

Park Drentsche Aa is bezig met een bebordingsplan voor het gebied, afstemming is dus wenselijk

- Vormgeving en uitstraling van de borden
- Landschappelijke elementen moeten op een mooie, niet schreeuwende, manier in het landschap te zien zijn. Te denken valt aan grote keien die op plekken liggen waarbij het lijkt alsof ze er tienduizenden jaren liggen, maar ook elementen zoals het graanspiekertje bij Borger die naast een verhaal ook een functionele functie hebben.
- Iconische objecten bij het begin en het eind plaatsen
- Mensen moeten verleid worden om een van de afslagen van de weg te nemen om het gebied te gaan verkennen
- Alle afslagen van de N34 zijn toegangspoorten naar het achterland
- Tegengaan van illegale reclame langs de weg

Enkele voorbeelden van iconische toegangspoorten ter inspiratie



Overstappen vanuit de auto op de fiets of te voet

Het uitgangspunt van de Hunebedhighway is dat het niet alleen gaat om een verhoogde beleefbaarheid van de N34 maar dat het vooral gaat om de beleefbaarheid van het achterland. Immers de toeristen moeten vooral de afslagen nemen en het gebied intrekken. Dit kan op diverse wijzen. Allereerst via de vele websites (Geopark, Marketing Drenthe, Nationaal Park Drentsche Aa, toeristische organisaties, ondernemers, musea, gemeenten) en andere digitale middelen (social media, e-magazines, nieuwsbrieven enz.). Daarnaast is het wenselijk om het ook in het fysieke landschap te ontwikkelen. Uit de interviews komen de volgende ideeën naar voren:

- Via bebording bij de afslagen van de N34 duidelijk maken dat er in het achterland veel te beleven is
- Stimuleren dat mensen de auto op parkeerplaatsen/carpoolplaatsen in de directe omgeving van de afslagen van de N34 zetten en van daaruit met de fiets of wandelend verder het gebied ingaan. Dit soort locaties worden meestal TOP's of HUB's genoemd (Toeristische Overstappunten). Daar zijn vele voorbeelden in Nederland van te vinden. Er kan hierbij ook gedacht worden aan aansluiting op het fietsknooppuntensysteem. Dat kan door bordjes te maken vanaf de TOP's/HUB's die verwijzen naar het dichtstbijzijnde knooppunt.
- Op de parkeerplaatsen/carpoolplaatsen informatieborden zetten met daarop informatie over hetgeen er te beleven is in de omgeving, daarmee krijgt iedere afslag zijn eigen specifieke beleving

De provincie Drenthe is momenteel bezig met onderzoek naar een soort van 'wittefietsenplan' zoals in diverse toeristische gebieden in de wereld is te vinden. Vooral in steden zien we systemen waarbij je via reservering of een ander systeem fietsen kunt huren voor een beperkt budget. Gezocht wordt naar een systeem in samenwerking met ondernemers in de omgeving om dit verder te ontwikkelen. Dit idee zou heel goed passen in de omgeving van de Hunebedhighway. Er zijn diverse fietsenwinkels in de dorpen langs de N34. Zo is er ook een initiatief om een eigen Drentse fiets te ontwikkelen. Deze is goed te gebruiken voor dit plan. Deze is rood van kleur, dus wellicht moeten we hier spreken over het 'rodefietsenplan'.



Marketing

Marketing betekent dat de Hunebedhighway zichtbaar moet worden en bij de mensen onder de aandacht wordt gebracht. Hiervoor zijn een aantal zaken van belang:

1. Alles wat wordt ontwikkeld moet vanuit een concept worden ontwikkeld, met een eenduidig vormgeving/huisstijl/beeldmerk. Dit moet worden afgestemd met de diverse stakeholders waarvan het Nationaal Park Drentsche Aa met een eigen concept de belangrijkste is. Dit concept moet bewaakt worden door de projecteigenaar (Hondsrug UNESCO Global Geopark).
2. Het beeldmerk/huisstijl/vormgeving moet een sterke relatie met het geopark hebben
3. De Hunebedhighway moet een centrale rol krijgen in het kaartmateriaal dat wordt gebruikt bij de ontsluiting van het geopark.
4. De te ontwikkelen middelen worden opgenomen in de toolkit van het geopark (bestaat reeds en kan gemakkelijk worden uitgebreid)
5. Het wordt integraal onderdeel van de 'Big 5' strategie van Marketing Drenthe
6. Het is wenselijk om een interactieve kaart van het Hondsruggebied te maken waarin de Hunebedhighway de rode lijn is. Op de interactieve kaart is via een legenda te zien wat er zoal in het gebied is te beleven. Zo kun je bijv. klikken op het knopje attracties zodat je ziet dat Wildlands, het Drouwenerzand, Plopsaland en dergelijke langs de route liggen, of een knopje hunebedden, accommodaties, musea enz. Zo kun je iedere interessegroep tevreden stellen, ze kunnen immers zoeken op hun eigen interesseveld. Deze kaart kan via een simpele button, die iedere ondernemer op zijn eigen website kan plaatsen, toegankelijk worden gemaakt. Vanuit de kaart kunnen mensen daarna doorklikken naar de site van Hondsrug UNESCO Global Geopark. Op deze manier wordt via de interactieve kaart het Hondsruggebied beter ontsloten.
7. Zorgen dat er geen illegale reclame langs de weg wordt geplaatst. Het ziet er rommelig uit doet afbreuk aan het concept.

Enerzijds is er al heel veel en anderzijds moet er altijd vernieuwing plaatsvinden. Dat kan door in gezamenlijkheid nieuwe activiteiten en productontwikkeling te realiseren. Een aantal zaken zullen de komende jaren, onafhankelijk van dit initiatief, worden ontwikkeld zoals het wandelknooppuntensysteem, bebordingsplan Nationaal Park Drentsche Aa, ontwikkelingen met betrekking tot het beleidsprogramma 'strategisch narratief', nieuwe themaroutes en dergelijke. Het is logisch om hierbij aan te sluiten. Er moet ook ruimte zijn voor nieuwe initiatieven. Als de Hunebedhighway de hoofdader wordt die niet alleen het gebied ontsluit maar ook samenwerking moet bevorderen tussen de partijen die werken in het gebied kan ook gezamenlijk aan nieuwe productontwikkeling worden gewerkt. Voorbeelden zijn:

- Een marathon over de Hunebedhighway
- Souvenirs – bijv. een t-shirt lijn met 'coole'-grappige-stoere afbeeldingen
- Gadgets
- Enz.

Hunebedhighway businessclub

Bert van der Linden, directeur van het Drouwenerzand in Drouwen heeft het idee opgepakt om de Hunebedhighway businessclub op te richten met als doel producten, activiteiten en marketingacties te ontwikkelen om daarmee de Hunebedhighway meer bekendheid te geven (nationaal en internationaal met de nadruk op de Duitse markt). De eerste pogingen zijn reeds ondernomen. Het bleek lastig om ondernemers mee te krijgen omdat er verder nog niets was ontwikkeld. De conclusie was dat het alleen mogelijk is om in gemeenschappelijkheid van alle partijen iets dergelijks op te zetten. Nu er zeer waarschijnlijk een gemeenschappelijk programma komt waar overheden, organisaties, musea en ondernemers aan meewerken wordt het gemakkelijker om ondernemers mee te krijgen in het ontwikkelen van de businessclub. Als er concrete plannen liggen om uit te voeren kan initiatiefnemer Bert van der Linden met een beter verhaal naar de ondernemers in het Hondsruggebied toe. De rol van de businessclub zal vooral zijn het bij elkaar brengen van financiële middelen om daarmee marketingacties in gang te zetten en nieuwe producten te ontwikkelen. Dit in afstemming met de andere partijen en met inachtneming van hetgeen wordt ontwikkeld in het concept (waaronder beeldmerk/huisstijl/vormgeving). Samenwerking is hierbij het sleutelwoord.

Wie heeft welke rol

Er zijn diverse partijen betrokken bij het project Hunebedhighway. Een ieder zit er vanuit een andere invalshoek in en heeft daarbij ook eigen belangen. Om een project als dit uit te kunnen voeren moet duidelijk worden wie welke rol heeft. De financieringsrol is hierbij buiten beschouwing gelaten, dat is in dit stadium nog niet te zeggen. Hieronder volgt een overzicht:

Provincie Drenthe

- Eigenaar N34, verantwoordelijk voor alles wat er rondom de weg gebeurt waarbij veiligheid en esthetiek een grote rol speelt
- Hoofdverantwoordelijk voor het landschapsplan
- Hoofdverantwoordelijk voor het bebodingsplan en iconische objecten bij begin en eind van de weg.
- Parkeerplaatsen/carpoolplekken geschikt maken voor de TOP's/HUB's
- Inschakelen van de Designacademy
- Meedenken over het inhoudelijke gedeelte (beleving achterland)

Hondsrug UNESCO Global Geopark

- Projectcoördinatie/voorzitter werkgroep
- Informatie leveren voor het inhoudelijke gedeelte (beleving achterland), wat is er te beleven bij welke afslag
- Maken digitale belevingskaart
- Communicatie met alle partijen in het Hondsruggebied
- Bewaking totaalconcept

Nationaal Park Drentsche Aa

- Afstemming met de plannen van het Drentsche Aa gebied, waaronder het BIO-plan Drentsche Aa 2.0 (2012-2010) en het bebodingsplan Drentsche Aa.
- Communicatie met de achterban/ondernemers/bestuurders/organisaties
- Meedenken in het landschapsplan

Marketing Drenthe

- De Hunebedhighway wordt integraal onderdeel van de 'Big 5' strategie en gekoppeld aan het thema hunebedden. Tevens wordt het gebruikt om het Hondsruggebied/Hondsrug UNESCO Global Geopark een plek geven in de reguliere marketingkanalen
- De Hunebedhighway wordt onderdeel van de internationale marketing (in eerste instantie Duitsland (met de nadruk op Nordrhein Westfalen en Nedersaksen) en Vlaanderen)

Toeristische organisaties in het Hondsruggebied

- Afstemmen marketingacties (niet alleen onder elkaar maar vooral ook met het geopark en Marketing Drenthe) om daarmee een totaalbeeld van het gebied te bevorderen

- Meedenken over het inhoudelijke gedeelte (wat is er te beleven in het achterland, per afslag)
- Zorgen voor draagvlak bij de achterban
- Speciale gebiedsactiviteiten en productontwikkeling
- De Hunebedhighway/Hondsruggebied een plek geven in de reguliere marketingkanalen

Recreatieschap Drenthe

- Bordjes plaatsen voor geleiding van de TOP's/HUB's naar het dichtstbijzijnde fietsknooppunt
- Draagvlak creëren bij de aanliggende gemeenten

Ondernemers/musea

- Oprichten businessclub
- Zorgen voor productontwikkeling en activiteiten
- Input voor inhoudelijke aspecten van het project
- Marketinginspanningen
- Plaatsen button belevingskaart

Gemeenten

- Meedenken in het landschapsplan
- Zorgen voor voldoende beleving in het achterland
- Zorgen voor draagvlak bij achterban (in samenwerking met de toeristische organisaties)

Belangrijkste conclusies

- Er is een algemene consensus over de naam Hunebedhighway
- Het moet een belevingsweg worden met een (inter)nationaal karakter. Beleving moet op twee manieren worden uitgelegd. Enerzijds wordt de weg op zichzelf beleefbaar gemaakt en anderzijds geleid de weg naar het achterland (het Hondsruggebied) waar de beleving van het gebied centraal staat
- Er moet een totaalconcept komen waar beeldmerk/huisstijl/vormgeving in wordt vastgelegd. Dit moet worden bewaakt door de projecteigenaar.
- Er moet een goede afstemming komen met de plannen van het Nationaal Park Drentsche Aa waaronder het nieuwe bebodingsplan
- Het concept Hunebedhighway komt te vallen onder het Hondsrug UNESCO Global Geopark (in afstemming met de stakeholders)
- De zichtbaarheid van de verhalen van het Hondsruggebied moet groter worden, nu is er bijv. geen enkel hunebed te zien langs de route. Dit moet worden vertaald in een landschapsplan.
- Via de provincie wordt de Design Academy uit Eindhoven ingeschakeld voor een opdracht gerelateerd aan het landschapsplan.
- Er moet een bebodingsstelsel komen met in ieder geval een bord bij het begin en bij het eind van de weg. Ook bij alle afslagen moet een begeleidingssysteem met borden komen naar het achterland.
- Bij het begin en het eind zouden iconische poortstenen moeten komen om het gebied te markeren
- Om het achterland beter beleefbaar te maken zouden er infopanelen op de carpoolplaatsen/parkeerplaatsen moeten komen. Iedere afslag krijgt een eigen beleving aangezien er bij elke iets anders te doen en te zien is/storytelling per afslag.
- Er kunnen op carpoolplaatsen en parkeerplaatsen zogenaamde TOP's/HUB's worden ontwikkeld. Hier kunnen mensen hun auto laten staan en met de fiets en te voet verder het gebied verkennen, het is wenselijk om vanaf deze locaties mensen naar het dichtstbijzijnde knooppunt in het fietsknooppuntensysteem te begeleiden. Dat kan later, als dat in het gebied wordt uitgerold, ook met het wandelknooppuntensysteem
- Het is wenselijk om een digitale belevingskaart te maken die ondernemers in het gebied via een button gemakkelijk op hun website kunnen plaatsen. De kaart verwijst rechtstreeks door naar de website van het geopark
- Tegengaan van illegale reclame langs de weg.
- Er liggen kansen om een Hunebedhighway businessclub op te richten. Deze kan alleen worden opgericht als de infrastructuur van de Hunebedhighway wordt ontwikkeld. De businessclub wil zich richten op marketingacties (nationaal en internationaal met de nadruk op de Duitse markt) en productontwikkeling.
- Marketing Drenthe maakt de Hunebedhighway integraal onderdeel van de 'Big 5' strategie (in relatie tot het thema hunebedden en het Hondsruggebied/geopark)

Stappenplan

Dit document is een eerste stap naar een actieplan. Omdat op het moment van schrijven nog geen definitieve keuzes zijn gemaakt door de werkgroep Hunebedhighway kan er ook nog maar summier worden weergegeven welke volgende stappen genomen kunnen worden. Er is uiteraard budget nodig om het een en ander uit te voeren. Het is op dit moment nog niet mogelijk een financiële paragraaf te maken. Om het proces verder te brengen is het van belang om een stappenplan voor ogen te hebben. In onderstaand stappenplan wordt een schets gegeven hoe het zou kunnen gaan. Het een en ander hangt wel af van de keuzes die bij stap 1 worden gemaakt.

Stap 1. Op basis van het onderliggende document keuzes maken door de werkgroep

Stap 2. Kenbaar maken van de plannen bij de achterban (vooral provincie, gemeenten, toeristische lokale organisaties, ondernemers) – (door alle deelnemende partijen van de werkgroep)

Stap 3. Maken handboek beeldmerk/huisstijl/vormgeving (door projectcoördinator geopark)

Stap 4. Digitale belevingskaart van de Hunebedhighway/Hondsruggebied wordt gemaakt door Hondsrug UNESCO Global Geopark en wordt digitaal verspreid naar achterban

Stap 5. Alle deelnemende partijen kunnen met het handboek en de digitale belevingskaart marketinguitingen via eigen kanalen in gang zetten.

Stap 6. Deze stap gaat gelijktijd met stap 4 en 5. Provincie legt contact met Design Academy Eindhoven (door Marc Kocken – strategisch narratief Provincie Drenthe). Een opdracht wordt gegeven voor een designopdracht, dit is input voor een landschapsplan

Stap 5. Er wordt door de provincie Drenthe, als eigenaar van de N34, opdracht gegeven voor een landschapsplan (inclusief bebordingsplan, iconische objecten, landschappelijke elementen, geleiding naar achterland, TOP's/HUB's). Alle deelnemende partijen van de werkgroep zijn hierbij betrokken.

Stap 6. Bert van der Linden, als initiatiefnemer van de Hunebedhighway businessclub, kan verder met het proces om een businessclub op te richten (om de ondernemers te overtuigen is bovenstaande nodig)

Stap 7. Uitvoering landschapsplan inclusief bebording bij begin en eind N34, iconische objecten, bebording bij de afslagen, informatiepanelen carpoolplekken/parkeerplaatsen, bebording naar dichtstbijzijnde fietsknooppunt, 'rodefietsenplan' en uitwerking extra zichtbaarheid voor een aantal thema-afslagen N34.

Stap 8. Alle belanghebbenden in het gebied gaan zelf activiteiten en producten ontwikkelen. Hondsrug UNESCO Global Geopark bewaakt het concept.

Bijlage 1

Lijst van geïnterviewden

| | |
|----------------------|---|
| Cathrien Posthumus | - manager Hondsrug UNESCO Global Geopark |
| Dick Dijkstra | - directeur Recreatieschap |
| Hein Klompmaker | - directeur Hunebedcentrum |
| Jose Reinholdt | - regisseur toerisme Aa en Hunze en Coevorden |
| Foppe Koen | - provincie Drenthe – Afdeling Wegen en Kanalen |
| Alice Wosten | - directeur Marketing Drenthe |
| Lars Borgdorff | - hoofd toerisme Marketing Drenthe |
| Gretha Roelfs | - provincie Drenthe – afdeling bodem/geopark |
| Mark Kocken | - provincie Drenthe – strategisch narratief |
| Bert van der Linden | - directeur Drouwenerzand |
| Bestuur Drentsche Aa | - Nationaal Park Drentsche Aa gebied |