

A man and a woman are walking on a dirt path in a forest. The woman is on the left, wearing a green jacket, a red patterned top, and blue jeans. The man is on the right, wearing a red plaid shirt, a blue t-shirt, and blue jeans. They are walking towards the camera. In the background, there is a large, gnarled tree with thick branches and green pine needles. The ground is covered in dirt and some pine cones.

Drenthe

merkgids

Drenthe

Oerprovincie van Nederland

Colofon

Deze merkgids is een uitgave van Provincie Drenthe, Marketing Drenthe en Recreatieschap Drenthe

Teksten

Marketing Drenthe & Business Openers

Fotografie

Gijs Versteeg, Jesaja Hizkia, Karin Broekhuijsen, toeristische organisaties en regio's Drenthe

Vormgeving

Gewoon Arie

Met dank aan

Allen die een bijdrage hebben geleverd aan het tot stand komen van deze merkgids

provincie Drenthe

marketingdrenthe



Recreatieschap Drenthe



Inhoudsopgave

Drenthe, Oerprovincie van Nederland	Pagina 5
1. Overkoepelend merk Drenthe	Pagina 7
Het verhaal van Drenthe	Pagina 9
Drenthe, een sterk merk	Pagina 10
Het karaktermodel	Pagina 12
Het karakter van Drenthe	Pagina 15
Het merk Drenthe	Pagina 17
Onze waarden	Pagina 18
Waardenmeetlat van Drenthe	Pagina 20
2. Het merk Drenthe in de praktijk	Pagina 23
Karaktervol ontwikkelen van het merk Drenthe	Pagina 25
Het oergevoel in communicatie	Pagina 26
Belevingen	Pagina 32
3. Zelf aan de slag	Pagina 36
Eigen merkhuis	Pagina 39
4. Basismerkhuis in de praktijk	Pagina 41
Regionaal Landschap Zuid-West Drenthe	Pagina 43
Het karakter van Regionaal Landschap Zuid-West Drenthe	Pagina 45
Het merk Regionaal Landschap Zuid-West Drenthe	Pagina 47
Waardenmeetlat van Regionaal Landschap Zuid-West Drenthe	Pagina 48
Het verhaal van Regionaal Landschap Zuid-West Drenthe	Pagina 51
5. Een sterk Drenthe bouwen we samen	Pagina 53



Drenthe, Oerprovincie van Nederland

Drenthe staat voor oer. Maar wat betekent dit precies en wat kan je er mee?

In deze gids beschrijven we het merk Drenthe op een handzame manier zodat iedereen die meebouwt aan Drenthe dit op een consistente manier kan doen. Om het makkelijker te maken om het oergevoel allemaal op dezelfde manier over te brengen, ontwikkelden we een basismerkhuis. Vanuit dit merkhuis kan iedereen een eigen invulling geven aan "oer".



1. Overkoepelend merk Drenthe

Het merk Drenthe op een
handzame manier beschreven



Drenthe, Oerprovincie van Nederland

Het verhaal van Drenthe

Wanneer het leven draait om overvolle agenda's en continue bereikbaarheid is het soms tijd om de wereld om je heen even op pauze te zetten. Terug naar de basis en naar dat wat echt belangrijk is. Dat kan in Drenthe, Oerprovincie van Nederland. Een ongedwongen én stoer gebied, met ongerepte natuur, indrukwekkende verhalen, hartelijke mensen en een gevoel van oorsprong.

Drenthe telt maar liefst drie Nationale Parken en heeft prachtige natuurgebieden. Je vindt hier ongerept oerbos, ruige heidevelden en een uitgestrekt beekdallandschap. De horizon reikt zover je ogen kijken kunnen. Dwalend over de oneindige heide of op een mountainbike dwars door de zandvlaktes. Genietend van de opkomende of ondergaande zon, de rust en de duisternis. Hier ervaar je pas wat stilte is.

Voor kinderen is de natuur één grote, stoere speeltuin. Hier kunnen ze klimmen en klauteren, op pad met de boswachter of de schaapsherder en slapen in een echte boomhut.

Drenthe is ook een gebied vol verrassingen. Festivals midden in de natuur, authentieke brink- en esdorpen en een landschap boordevol geschiedenis. Neem bijvoorbeeld het verhaal over de hunebedden. Spannend en mysterieus. Het verhaal over Vincent van Gogh, die in Drenthe inspiratie zocht en vond.

Het verhaal van de paupers, die in de Koloniën van Weldadigheid een perspectief op een beter bestaan geboden werd. Nergens anders in Nederland is de geschiedenis zo voelbaar. Het landschap van Drenthe komt pas echt tot leven als je de verhalen kent.

Drenthe is dichtbij en toch ben je even helemaal weg. Hier kom je los van het dagelijkse leven. We nodigen je van harte uit om ons stoere gebied te beleven en de verhalen te ontdekken.

Let op!

Dit verhaal is niet bedoeld om letterlijk te publiceren of over te nemen. Het omschrijft het oergevoel van Drenthe. Gebruik het verhaal als inspiratie voor eigen teksten en om het oergevoel beter te begrijpen en over te brengen.



Drenthe, een sterk merk

Het gevoel van Drenthe, Oerprovincie van Nederland verwerkten we op de vorige pagina in een merkverhaal. Maar wat bedoelen we hier nou precies mee?

Het woord **Oer** is niet te missen. Authentiek, origineel, oorspronkelijk, stoer, no nonsens, puur, de basis, echt. Het sluit aan bij de trend dat mensen willen ervaren én voelen (i.p.v. zien en doen).

Oer gaat over het oorspronkelijke van ons gebied. De echte verhalen en belevingen. Het stoere en soms zelfs mystieke van onze natuur en rijke geschiedenis.

Om het makkelijker te maken om het oergevoel allemaal op dezelfde manier over te brengen, hebben we dit uitgewerkt tot een merk met een eigen karakter en waarden.

Tip!

De toepassing van Oer als 'heel erg' is niet wat we bedoelen. Denk aan 'oerendhard' of 'oergezellig'. Het gaat echt om het gevoel, het oorspronkelijke.

Een merk staat voor de emotionele band die personen met een product of organisatie hebben, maar ook met een gebied. Het is het gevoel dat wordt opgeroepen en achtergelaten wanneer iemand met een merk in aanraking komt.

Een sterk merk is **authentiek** (passend bij het gebied en zijn geschiedenis), **relevant** (aantrekkelijk voor mensen om er te zijn) en **onderscheidend** (anders dan andere gebieden).

Als die 'optelsom' plaatsvindt en alle elementen logisch bij elkaar passen krijgt het gebied aantrekkingskracht. Mensen weten wat ze van het gebied kunnen verwachten en de verwachtingen worden waargemaakt 'van de bezienswaardigheden tot de manier waarop je wordt begroet'.

Voorbeeld

Schotland is een sterk merk. Iedereen weet wel dat ze daar niet allemaal in kilts rondlopen, whisky drinken en boomstammen werpen, maar het ruige onafhankelijke karakter zit echt in het gebied. Zowel in het landschap als in de mensen. Dat trekt ons aan als bewoner of bezoeker.



Het karaktermodel

Een sterk merk weerspiegelt een duidelijk karakter. Er zijn verschillende manieren om dit karakter te duiden. Wij gebruiken hiervoor het Brandpositioner© model*.

Er bestaan acht oerkarakters waarmee mensen, maar ook bedrijven, organisaties of gebieden kunnen worden getypeerd. Karakters bovenin het model zijn meer uitgesproken, karakters onderin meer ingetogen. Karakters aan de linkerkant zijn meer sociaal-georiënteerd en rechts meer resultaat-georiënteerd. Alle karakters zijn even waardevol en kunnen de basis vormen voor een sterk merk.

*Gebaseerd op het archetypemodel van Carl Gustav Jung, grondlegger van de analytische psychologie.

Avonturier

Individueel met veel energie. Grensverleggend en durft dingen anders te doen. Denk aan een merk als Red Bull.

Leider

Vastberaden en straalt een gevoel van autoriteit uit. Zelfverzekerd en vertelt anderen hoe het moet. Denk aan een merk als Nike.

Regisseur

Scherpzinnig, verzorgd en enigszins op de achtergrond. Regelt het perfect vanuit de inhoud. Denk aan een merk als Nespresso.

Specialist

Zorgvuldig en streeft met een heldere focus naar perfectie. Werkt hard en gedegen. Denk aan een merk als Miele.

Beschermer

Oprecht en met een kalme uitstraling. Staat voor 'het goede behouden' en creëert een gevoel van authenticiteit. Denk aan een merk als WNF.

Verzorger

Sociaal en licht ingetogen. Zorgt voor harmonie en wil anderen graag gelukkig maken. Denk aan een merk als Nivea.

Hartelijke

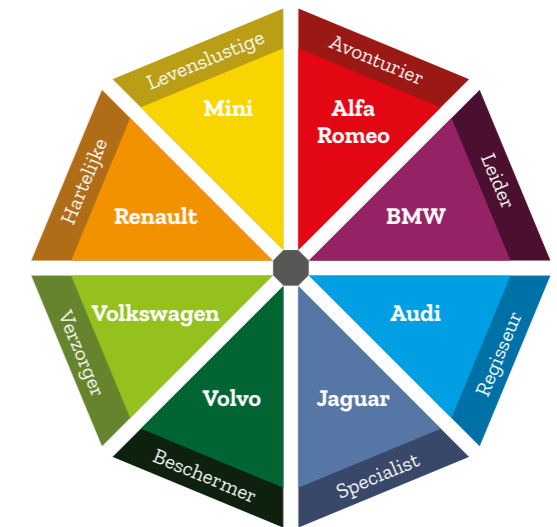
Sociaal en open. Legt gemakkelijk contact en vindt 'het samen leuk hebben' belangrijk. Denk aan een merk als Hema.

Levenslustige

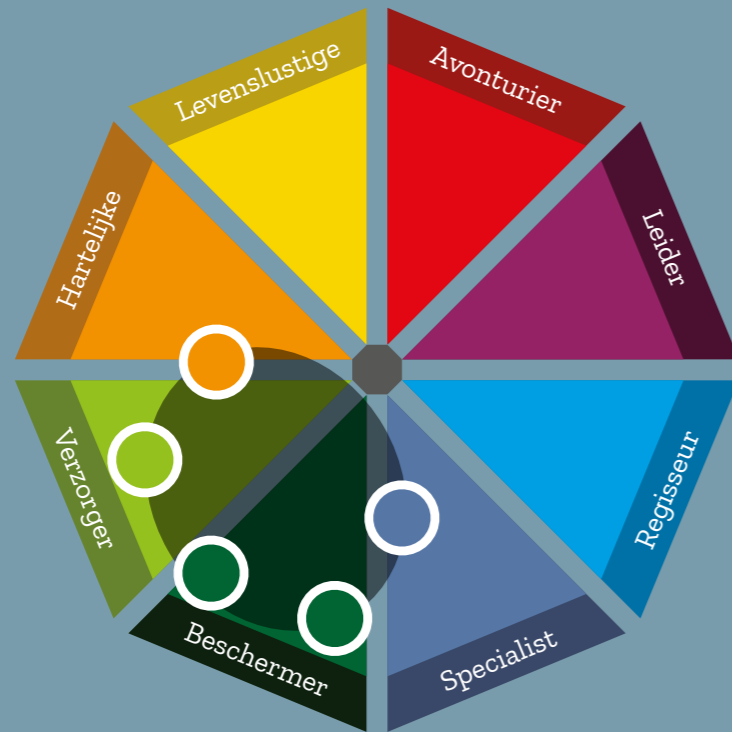
Uitgesproken en staat bekend om plezier. Komt zorgeloos en spontaan over en laat dingen op zich afkomen. Denk aan een merk als Zwitserleven.

Voorbeeld

Ook automerken kun je op het karaktermodel plotten.



Het karakter van Drenthe



Het karakter van Drenthe valt links onderin het model. Meest kenmerkend is de oorspronkelijke aard; #oerdrenthe.

Daarnaast herkennen we sociale en meer uitgesproken elementen in Drenthe. Gastvrijheid en hartelijkheid op een typisch Drentse manier. Hierdoor trekt het karakter van Drenthe iets naar boven. Dit voorkomt doorschieten van het authentieke naar behoudend en 'saai'.

Om het karakter nog meer toe te spitsen op Drenthe, vullen we deze in met vijf waarden. Deze lichten we op de volgende pagina verder toe.

 Hartelijk  Doordacht  Oorspronkelijk  Robuust  Ongedwongen



Het merk Drenthe

Het overkoepelende merk gebaseerd op het oergevoel en het karakter van Drenthe is samengevat in een merkhuis. Zo kan iedereen de kern van het Drentse oergevoel in één oogopslag vatten.

In het 'wolkje' van het huis staat de overtuiging van waaruit wij leven en werken. **Wij geloven dat mensen een échte beleving willen.** Iets wat Drenthe meer kan bieden dan enig ander gebied in Nederland.

In de kern van het huis staat de belofte. Het overkoepelende gevoel dat mensen krijgen wanneer ze in Drenthe zijn: **Drenthe, Oerprovincie van Nederland.** Een stoer gebied met een gevoel van oorspronkelijkheid.

Om het huis staan vijf waarden. Deze beschrijven samen de typisch Drentse houding en stijl. Aan de basis de ankerwaarden: **Ongedwongen** en **Robuust**. Deze waarden zijn al sterk aanwezig.

In de dakgoot van het huis de aspiratiewaarden: **Doordacht** en **Hartelijk**. Deze waarden zitten in ons karakter maar zijn niet altijd voldoende te merken. Hier moeten we dus extra aandacht aan besteden.

Aan de top staat de eigenwaarde: **Oorspronkelijk**. Dit is de waarde waar we om bekend willen staan. Het is het eerste wat in mensen op moet komen wanneer ze aan Drenthe denken.



Onze waarden

Oorspronkelijk

Oorspronkelijk, de meest kenmerkende waarde. Authentiek, no-nonsense en puur. Van onze mentaliteit tot het landschap. Gewoon zoals het is. We doen niet aan opsmuk. Ons gebied met authentieke brink- en esdorpen en uitgestrekte natuur heeft dat simpelweg niet nodig.

Hartelijk

We zijn hartelijk op de typisch Drentse manier. Iets minder uitbundig dan in andere provincies en daar zit juist onze kracht. We zijn gastvrij en altijd oprecht. Dat merk je in alles. Van de manier waarop we onze gasten ontvangen tot hoe we onderling met elkaar omgaan. Zo wordt je bij ons nog gewoon begroet op straat.

Robuust

Een van de stoerste provincies van Nederland. Krachtig en ongepolijst. Een robuust gebied vol avonturen. Van klimbossen tot zwemplassen en van paardrijden tot mountainbiken. Met grote stukken natuur waar je nog echt in kunt verdwalen.

Ongedwongen

Ruimte om echt te ontspannen. Een ongedwongen gevoel door de mentaliteit en de rust. Met een informele sfeer waarbij alles kan, maar niks hoeft. Daarom staan we over het algemeen onbezorgd in het leven, we zorgen wel dat het goed komt.

Doordacht

Doordacht is een waarde waar we alsmear beter in worden. Denk aan mooie restaurants en hotels die goed eten en cultuurhistorie combineren. Strak georganiseerde evenementen, fietsroutes en aantrekkelijke arrangementen waarmee we steeds meer terugkerende bezoekers trekken. Onze vele verhalen en rijke geschiedenis zorgen voor extra inhoud.



Waardenmeetlat van Drenthe

Het merkhuis geeft een samenvatting van het merk Drenthe. De waardenmeetlat geeft meer richting aan de waarden. Het helpt beoordelen of iets wel of juist niet bij ons gebied past. Zo kan iedereen de waarden op een consistente manier vertalen naar passende activiteiten, belevingen en communicatie.

De woorden onder de waarden geven aan wat we er precies mee bedoelen. De uiteinden maken duidelijk wat 'te weinig' en 'te veel' van de waarde is. Zo betekent 'Robuust' dat alles meer dan 'degelijk' moet zijn, terwijl we moeten oppassen dat het niet 'schraal' wordt.

Door dit waardenkompas met elkaar te gebruiken wanneer we iets opstarten, ontwikkelen of uitvoeren en door het er vaak over te hebben (bv. 'is dit voldoende hartelijk?') bouwen we samen aan het nog sterker maken én laten zien van ons merk.

Met het kompas scoor je uitingen en activiteiten op elke merkwaarde van 1 tot en met 5. Een 1 staat voor 'te weinig' en een 5 voor 'te veel'. Het midden, de 3, is precies raak.

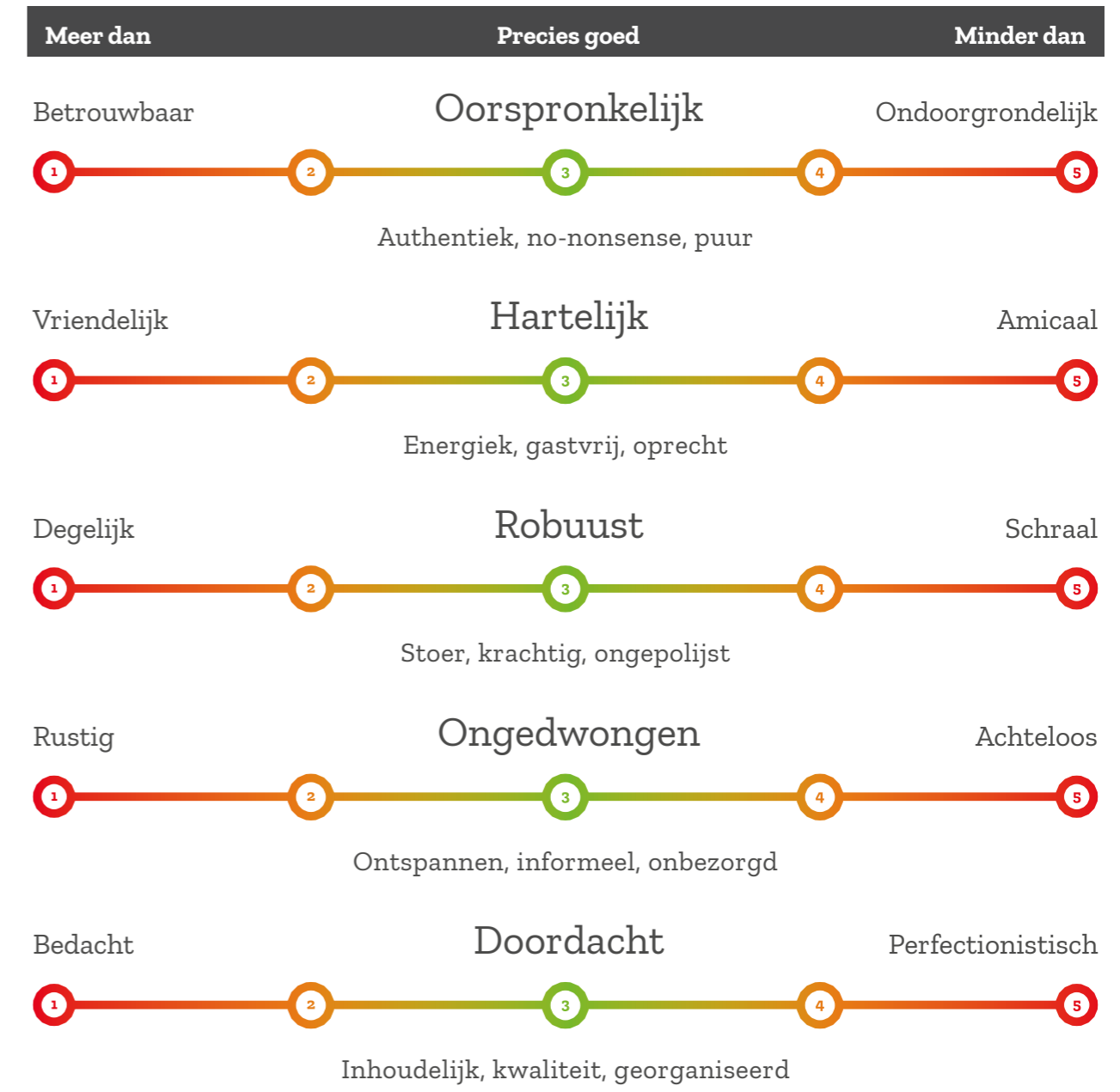
Met dit kompas kan iedereen die bezig is met ontwikkelingen binnen het gebied bepalen of en hoe deze optimaal kunnen voldoen aan alle vijf de waarden om zo met elkaar een consistent sterk merk en gevoel neer te zetten.

Conclusie

Het past bij Drenthe als het aan de volgende voorwaarden voldoet:

- Scoort op minimaal drie waarden precies goed (3)
- Scoort op maximaal twee waarden een 2 of een 4
- Scoort nergens 1 of 5

Alles wat hierbuiten valt past niet en verdient een verbetering.





2. Het merk Drenthe in de praktijk

Praktische handvatten en voorbeelden

Om bezoekers altijd en overal het oergevoel van Drenthe mee te geven is het belangrijk dat alle elementen kloppen bij het merk. Van de inrichting van de natuur en steden tot de promotiecampagne en georganiseerde activiteiten.

In dit deel staan ter inspiratie een aantal voorbeelden beschreven die wel of juist niet passen. Dit geeft praktische handvatten om het merk toe te passen in de praktijk. De waardenmeetlat speelt daarbij een belangrijke rol.



Karaktervol ontwikkelen van het merk Drenthe

De overtuiging 'Mensen willen een échte beleving' en de belofte 'Drenthe, Oerprovincie van Nederland' bieden duidelijke houvast voor de ontwikkeling van Drenthe.

Zo moet bijvoorbeeld de inrichting het oergevoel overbrengen. Denk aan natuurlijke materialen en kleuren, waarbij de rode kleur uit de huisstijl van Drenthe een energieke toevoeging is. Vermijd te veel felle kleuren en dingen die plastic voelen om het authentieke gevoel te behouden.

Ook nieuwe concepten of evenementen moeten hierbij aansluiten. Denk aan festivals of theatervoorstellingen midden in de natuur. Groot of klein, maar altijd goed georganiseerd en met een ongedwongen sfeer. Foodtrucks zijn bijvoorbeeld gericht op puur en authentiek voedsel i.p.v. verfijnde en exclusieve delicatessen.

Voor een ongedwongen beleving is een doordachte inrichting belangrijk. Van duidelijke bewegwijzering tot voldoende bankjes en horecagelegenheden.

Ruime openingstijden van hotels en restaurant brengen de waarde hartelijk over. Duidelijke informatie over openingstijden en mogelijkheden zorgt ervoor dat onze bezoekers het gevoel hebben dat ze gastvrij ontvangen worden, ook als een zaak toevallig gesloten is.

Het oergevoel in communicatie

Voordat mensen naar Drenthe komen zullen ze zich eerst oriënteren. Bijvoorbeeld door het lezen van een folder, het bekijken van een website of online video. De beeldvorming en verwachtingen van het gebied beginnen voordat ze daadwerkelijk in Drenthe zijn geweest. Communicatie is een krachtig middel om deze verwachtingen te beïnvloeden.

Het is daarom belangrijk dat de communicatie past bij het oergevoel van Drenthe. Als de verwachtingen worden waargemaakt hebben mensen een betere beleving en is de kans dat ze hun ervaringen doorvertellen en terugkomen groter.

Beeld helpt enorm om het gewenste gevoel over te brengen. Drenthe laat vanuit de oerpositionering vooral echte situaties zien. Beeld straalt rust en kalmte uit en voelt persoonlijk. In beeld zie je vooral natuurlijke kleuren en mensen bij elkaar. Doordat de beelden 'echt' voelen voorkom je dat het saai of ouderwets wordt.



Passend beeldmateriaal

- Mensen bij elkaar
- Echte situatie
- Ontspannen gezichtsuitdrukkingen
- Natuurlijke, warme kleuren
- Ongedwongen sfeer
- Robuuste natuur 'voelt wijds'

Niet passend beeldmateriaal

- Focus op één persoon
- Geposeerde setting
- Streng/boze gezichtsuitdrukkingen
- Felle, kille kleuren
- Formele sfeer
- Details van de natuur 'ingezoomd/perfect gekaderd'

Tip!

De volledige huisstijl en meer inspiratie vind je in het huisstijl handboek op drenthe.nl/huisstijl



Een kwalitatief goed beeld van een echte situatie. Vader en dochter zitten bij elkaar en lezen samen een boekje. Door de houten planken als muur krijgt de ruimte een authentiek gevoel. De gezellige inrichting zorgt dat het geheel niet schraal wordt. Ook door de warme kleuren en het ontspannen gevoel past het beeld goed bij het oergevoel van Drenthe.

Dit beeld past perfect bij Drenthe



De robuuste natuur is goed in beeld. Het pad en de uitrusting zien er doordacht uit (geen bomen op de weg). Het beeld zou beter zijn als er minimaal twee personen herkenbaar in beeld zijn. Nu is het beeld te resultaatgericht. Ook het ongedwongen gevoel komt net niet genoeg over.

Dit beeld past onvoldoende bij Drenthe



Brouwerij Maallust is goed in beeld en duidelijk geopend. De verlichte ramen geven een gastvrij gevoel. Het stel wekt een onbezorgde indruk en lijkt oprecht in elkaar geïnteresseerd (voelt niet in scene gezet). De omgeving ziet er netjes en doordacht uit. Iets minder doordacht is dat er net op het moment van de foto verbouwd wordt. Links in beeld.

Dit beeld past voldoende bij Drenthe



Belevingen

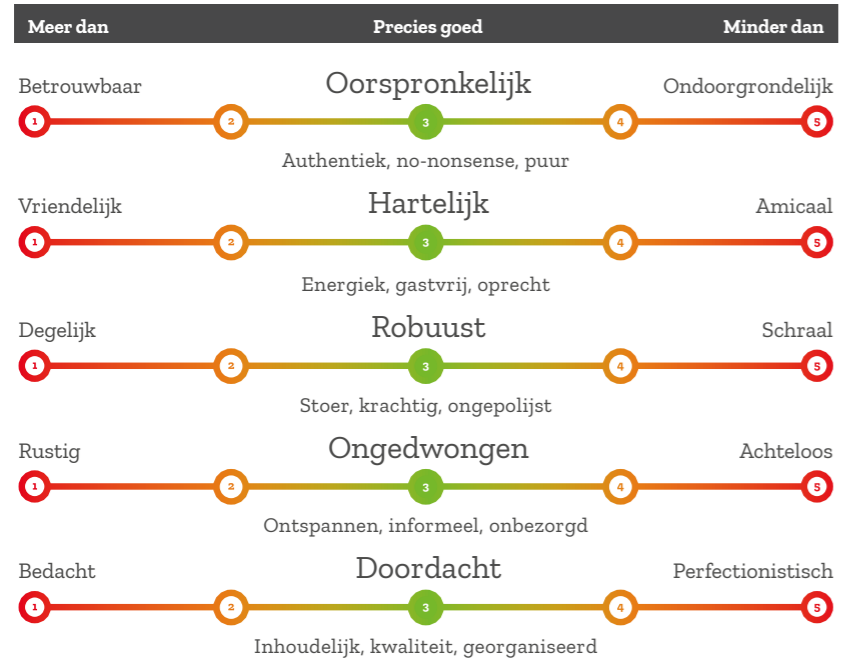
Er is veel te doen in Drenthe. Natuurlijk kun je fietsen en wandelen, maar er is zo veel meer. Interessante musea, goede restaurants, gezellige familiecampings, festivals midden in de natuur, leuke steden, schaapkooien en ga zo maar door. Dit zijn allemaal losstaande merken, maar ook onderdeel van Drenthe. Als alles aansluit bij het oergevoel van Drenthe telt het bij elkaar op. Sterker nog, het kan de verschillende belevingen met elkaar verbinden.

Hierbij ter inspiratie enkele voorbeelden van bestaande activiteiten en ondernemingen in Drenthe die goed aansluiten bij het gevoel dat we willen oproepen.



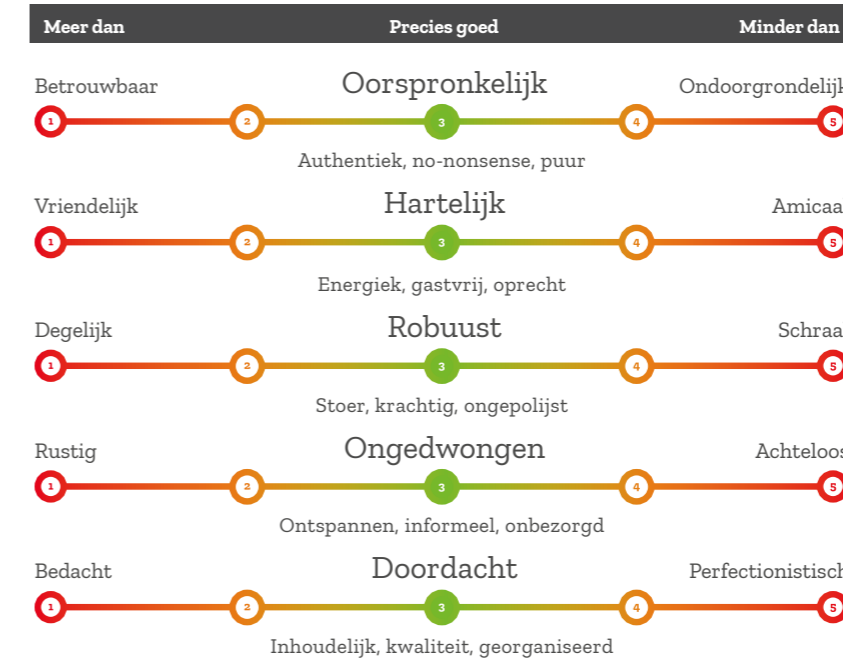
Gevangenis museum

Het Gevangenis museum vertelt verhalen over verpaupering, misdaad en straf. Je vindt er nog echte slaapkooien, een koepelgevangenis en een modern cellenblok. Omdat je overal in mag kun je de verhalen echt beleven. Daarnaast maakt het museum doordacht gebruik van de locatie door deze aan te bieden als vergaderlocatie of plek om te overnachten.



Erfgoed diner

Het culinair erfgoed diner combineert historie met gastvrijheid. Een wisselend culinair thema gerelateerd aan de bijzondere historie van de koloniën in combinatie met bijzondere verhalen zorgt voor een echte beleving. Verrassend, modern en smaakvol, met gebruikmaking van lokale producten en een knipoog naar het verleden. Vanwege de vormgeving in aardse kleuren voelt het diner oer. Het lijkt goed georganiseerd en voelt hartelijke en stoer.



Boomhutten

Op verschillende toplocaties kun je in een echte boomhut overnachten. De boomhutten zijn van alle gemakken voorzien dus voelen doordacht en van goede kwaliteit. De locatie en het ontwerp van de boomhutten zorgen voor een oorspronkelijk gevoel. Wakker worden met uitzicht op de natuur brengt een ontspannen sfeer. Door de goede zorgen van de campingeigenaar scoren de boomhutten ook perfect op de waarde hartelijk.

3. Zelf aan de slag

Uitleg over hoe je het merk zelf kunt toepassen

Als je goed weet waar je voor staat kun je alles in één en dezelfde richting sturen. Zo telt alles bij elkaar op waardoor klanten en bezoekers een betere ervaring hebben. Dit vergroot de kans dat ze terugkomen en hun ervaringen doorvertellen.

Het merk Drenthe kun je hiervoor goed als sturing gebruiken. Er zijn meerdere manieren om dit te doen:

1. Sluit aan bij het overkoepelende merk

Je kunt met jouw bedrijf of organisatie gemakkelijk aansluiten bij het oergevoel van Drenthe. Hiervoor kun je de waardenmeetlat (pagina 21 van deze merkgids) gebruiken.

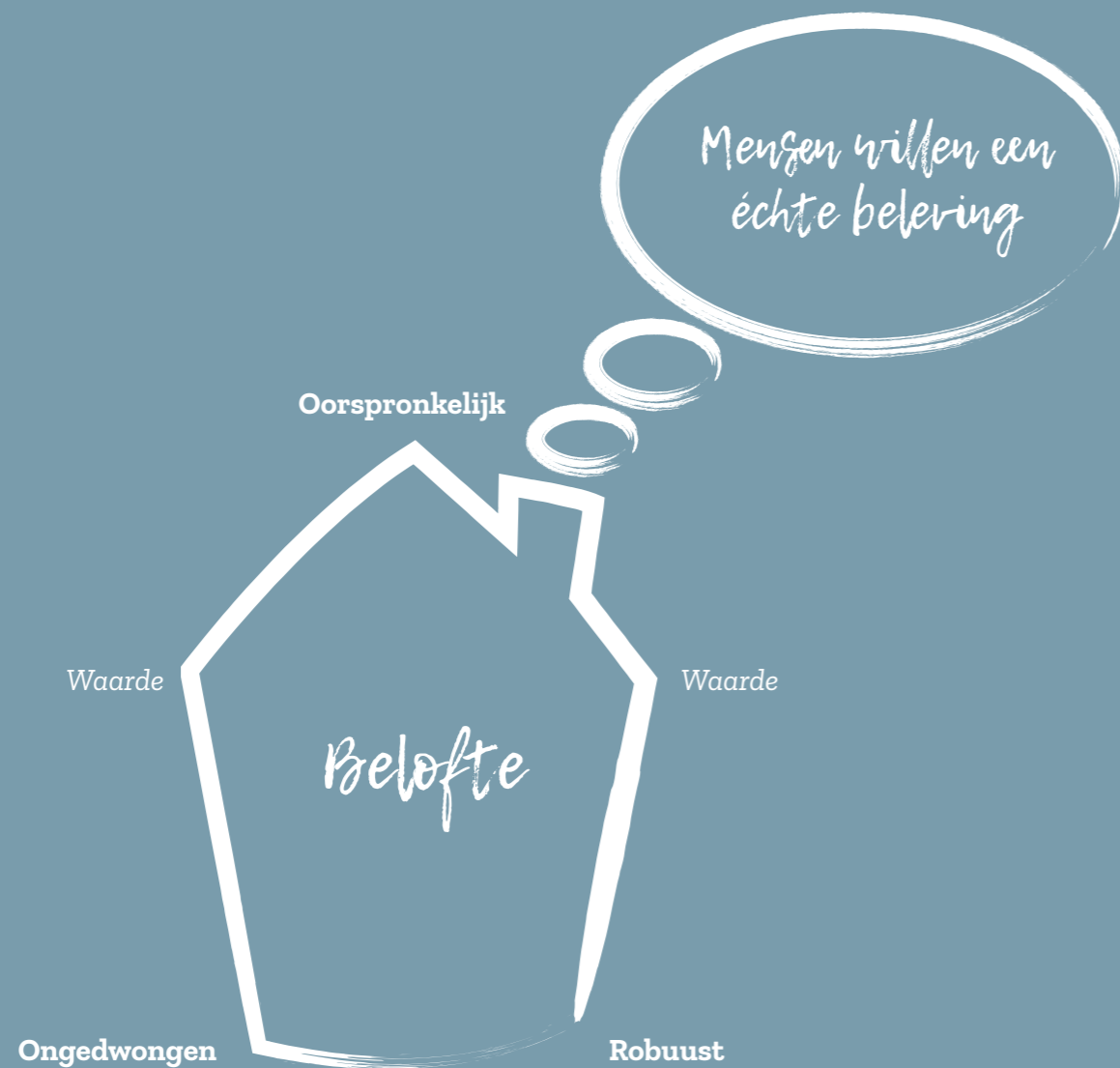
Kijk bijvoorbeeld eens hoe de inrichting van jouw bedrijf of organisatie op dit moment past bij de waarden. Is deze robuust of neigt deze eerder naar schraal? En is deze voldoende doordacht?

Of kijk eens naar de beelden en teksten op de website. Passen deze voldoende bij Drenthe, Oerprovincie van Nederland? Of kun je ze nog passender maken? Nog meer oer?

Ook bij nieuwe ontwikkelingen kan je de waardenmeetlat goed gebruiken. Denk hierbij aan grote dingen, zoals een verbouwing. Maar zeker ook aan kleine dingen zoals een nieuw welkomstbord of zelfs een social media post. Ook de kleine dingen tellen op en zijn dus de moeite waard.

2. Ontwikkel een eigen merkhuis.

Wil je nog een stapje verder? Maak dan een eigen merkhuis. Dit lichten we toe op de volgende pagina.



Eigen merkhuis

We profiteren het meest van elkaars inspanningen als alle merkhuisen aansluiten bij onderstaande richtlijnen.

De overtuiging blijft gelijk.

We geloven dat mensen een échte beleving willen en zetten ons in om hen dat te bieden.

De belofte verschilt

Elke organisatie en elk bedrijf heeft zijn eigen belofte. De belofte is vaak gebaseerd op wat er specifiek te vinden is, het 'wat'. Het is jouw invulling van het oergevoel en omschrijft de verwachting die je bij jouw bezoekers wekt. Dit is wat jouw organisatie of bedrijf uniek maakt.

De waarden blijven deels gelijk

Oorspronkelijk, Ongedwongen en Robuust zijn onze kern. Voor een duidelijk herkenbaar gevoel is het goed dat deze drie waarden overal in terugkomen. De overige twee waarden kunnen verschillen en geven sturing aan hoe jij het oergevoel waarmaakt.

Wil je met een eigen merkhuis aan de slag? We denken graag met je mee. Neem contact op via info@marketingdrenthe.nl.



4. Basiswerkhuus in de praktijk

Voorbeeld Regionaal Landschap Zuid-West Drenthe

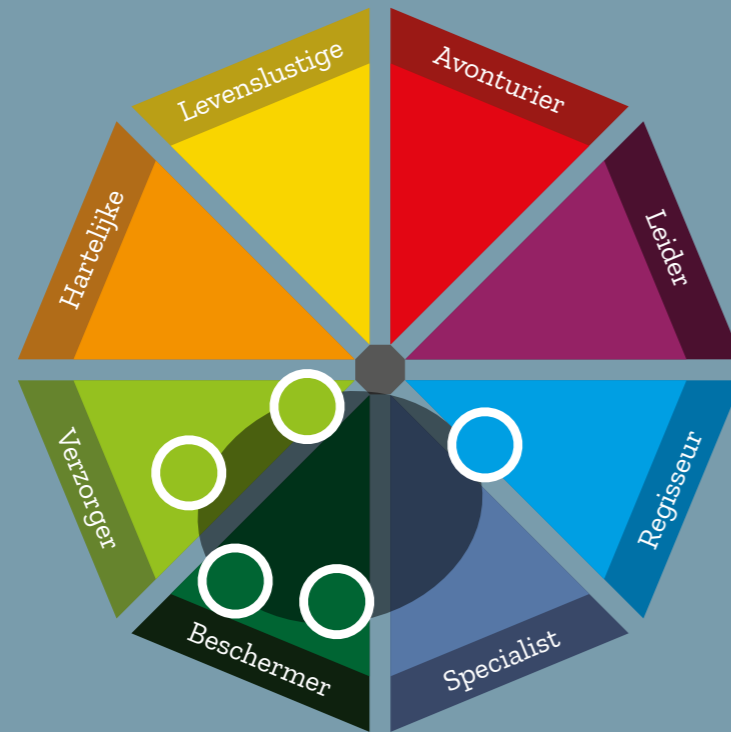


Regionaal Landschap Zuid-West Drenthe

Regionaal Landschap Zuid-West Drenthe is het overkoepelende merk van natuurgebieden uit de Drents-Friese grensstreek. Deze is passend bij het overkoepelende merk Drenthe en bevat een gezonde ambitie.

Het karakter van

Regionaal Landschap Zuid-West Drenthe



Het karakter van Regionaal Landschap Zuid-West Drenthe past ook links onderin het model. Mensen ervaren authentieke natuur, een plek waar je nog van een ongestoorde horizon kunt genieten en ruimte hebt voor jezelf.

Ook de behoefte om te ondernemen en aandacht voor de rijke cultuurschiedenis komen duidelijk naar voren.

Een gebied met dit karakter weet waar het voor staat, straalt kalmte uit en is trots op wat er natuurlijk aanwezig is. De blauwe rand zorgt voor beweging en voorkomt doorschieten van authentiek naar behoudend en 'saai'.

● Oerspronkelijk ● Ondernemend ● Verbindend ● Ongedwongen ● Robuust



Het merk Regionaal Landschap Zuid-West Drenthe

Net als bij het overkoepelende merk Drenthe is '**Mensen willen een échte beleving**' de overtuiging. Dit gebied is een van de weinige plekken waar je nog van echte oerlandschappen kunt genieten.

De belofte is '**Ruimte voor jezelf**'. Zonder alledaagse drukte is er ruimte om aandacht te hebben voor jezelf. Regionaal Landschap Zuid-West Drenthe biedt een intense ervaring die je kan ondergaan op de manier die jou past. Van ontspanning door je te dompelen in de robuuste natuur tot inspiratie door je te laten intrigeren door de verhalen en cultuurhistorie van de karakteristieke brinkdorpen.

Ten slotte kent het gebied vijf waarden die het karakter omschrijven. Dit is hoe we willen dat ons gebied wordt ervaren. Regionaal Landschap Zuid-West Drenthe is in eerste instantie **Oorspronkelijk**, **Ongedwongen** en **Robuust**. Door de waarden **Ondernemend** en **Verbindend** extra aandacht te geven verhogen we de kwaliteit. Zo wordt het een aantrekkelijker geheel voor veel verschillende doelgroepen.

Oorspronkelijk betekent hetzelfde als de originele waarde 'oorspronkelijk'. Omdat dit gebied 'oer' niet in de belofte heeft wilden ze het terug laten komen in hun waarden. Omdat de betekenis niet verandert kan dat prima.

Waardenmeetlat van Regionaal Landschap Zuid-West Drenthe





Het verhaal van Regionaal Landschap Zuid-West Drenthe

Waar kun je écht tot jezelf komen in een wereld die je bijna niet meer kent? Waar in Nederland heb je nog écht de ruimte? Waar kun je nog kijken naar een ongestoorde horizon? In Zuid-West Drenthe, Oerprovincie van Nederland, bevindt zich zo'n gebied. Een gebied waar ruimte, duisternis en schone lucht nog ongewoon gewoon zijn.

Het gebied bestaat uit een unieke verzameling robuuste natuurgebieden. Nergens anders in Nederland vind je zoveel natuurlijke diversiteit zo dicht bij elkaar. Toch gaat ook op geen enkele andere plek in Nederland de interactie tussen mens en natuur zo ver terug. Met water als bondgenoot van de mens bijvoorbeeld om veen af te voeren.

Struin door het Drents-Friese Wold, met eindeloze bossen en vennen afgewisseld door stuifzand. Verdwaal in het oerlandschap van het Holtigerveld, gevormd door ijs en oorlog. Ontdek het Dwingelderveld, het grootste natte heidegebied van Europa, en maak een praatje met de schaapsherder en zijn kudde. Dwaal verder, door het Fochteloërveen, een van de laatste hoogveengebieden in Nederland. Of juist door de Weerribben – Wieden, het grootste laagveenmoeras van Europa met zijn typische

labyrint van meren, plassen en slootjes ontstaan door de veenwinning.

Tussen deze iconische landschappen liggen de karakteristieke brinkdorpen die de ondernemende spil vormen voor de vele dingen die je kunt doen in deze streek. Laat je intrigeren door de verhalen en cultuurhistorie, bijvoorbeeld over de Koloniën van Weldadigheid, een stukje haast onbekende Nederlandse geschiedenis waar in 1818 de basis van onze verzorgingsstaat is gelegd. Geniet ongedwongen van de authentieke evenementen zoals de Shakespeare activiteiten in Diever of de Paarden Endurance wedstrijd in Dwingeloo. En laat je verwennen in de gemoedelijke recreatie en horecagelegenheden.

Kortom, je kunt in dit gebied echt ontspannen. Je kunt fietsen en wandelen, (ver)dwalen en struinen, ontdekken en beleven. Echt genieten van de ruimte. Om te aarden en helemaal tot jezelf te komen. Welkom in Regionaal Landschap Zuid-West Drenthe.



5. Een sterk Drenthe bouwen we samen

Samen bouwen we aan het merk Drenthe om onze Oerprovincie nog waardevoller te maken.

Om merkbaar te maken wat Drenthe wil zijn -het overbrengen van het oergevoel- is iedereen nodig. Want het gevoel zit vaak in de kleine dingen.

Zoek elkaar daarom op. Inspireer elkaar en ervaar hoe het merk Drenthe voor jou kan werken.

Veel plezier en succes!



Drenthe

Oerprovincie van Nederland