

Masterplan Veenpark

Februari 2021



Dagjes uit, short stay, fietsvakanties en museaal bezoek groeien jaar op jaar. De coronacrisis geeft daarentegen zorgen, maar stemt ook positief voor het zeer ruim opgezette openlucht park dichtbij Wildlands in Emmen. Het is tijd om te gaan vernieuwen en verbeteren. Graag nemen we u in dit masterplan mee in onze verbeeldingen en berekeningen.

Kengetallen

- Oppervlakte 160 hectare waarvan ruim 100 hectare natuurlijk, slechts gedeeltelijk, afgegraven hoogveen
- Parkeerplaats voor 2.000 bezoekers
- Bezoekersaantallen van 50.000 gedaald naar 35.000 in vijf jaar

Toekomst:

- Gewenste groei bezoekers naar maximaal 75.000 na vijf jaar (conform dit masterplan en bijbehorende investering)
- Het project wordt gefinancierd door de stichting Veenomemaal Veenpark met ondersteuning van de Provincie Drenthe en de Gemeente Emmen
- De totale investering bedraagt initieel 1 miljoen euro
- Een tweede fase van nogmaals 1 miljoen euro kan mogelijk daarna worden uitgevoerd in het kader van Interreg VI
- Gedurende de komende jaren wordt onderzocht welke mogelijkheden er bestaan om nog een derde investering van een miljoen te realiseren
- Voor de planning van het project verwijzen we naar het Plan van Aanpak (zie bijlage)

1. Start

In de Cultuurnota van de Provincie Drenthe 2021-2024 constateert het college dat het zo Drentse thema, het verhaal van het Veen, ontbreekt in collecties en verhalen van Drenthe. Drenthe heeft wel al sinds 1966 het Veenpark. Een eigentijdse, museale vertaling van dit Veenverhaal wordt daarom samen met de gemeente Emmen, de Provincie en het Veenpark onderzocht. Met als doel dat het Veenpark uiteindelijk een museum van provinciaal belang wordt.

De provincie Drenthe hanteert de volgende criteria voor een museum van provinciaal belang:

- De kwalitatieve status van landelijk erkend, of geregistreerd museum
Het Veenpark wil werk maken van de registratie bij het Nederlandse Museumregister.
- Een aanbod van bovenprovinciale betekenis of een collectie van (kunst) historisch belang voor Drenthe
Het verhaal en bijbehorende collectie heeft deze potentie en wordt nergens anders verteld. Het Veenpark heeft collectie maar zal collectie aan moeten gaan zoeken met een in dienst te nemen conservator.
- Van belang voor provincie brede cultuureducatie
Dit is in orde, op basis van kerndoelen van het onderwijs bij het Veenverhaal
- Een aantoonbare toeristische en daarmee economische functie
Dit is reeds aangetoond, het Veenpark bestaat sinds 1966.
- Goed bereikbaar voor publiek (voorzieningen en openingstijden)
Dit is in orde

Op dit moment is het project in de initiatieffase. Het voor u liggende stuk geeft u inzicht en richting hoe wij gezamenlijk voorwaarts willen gaan. We hebben verbeeld en gerekend voor een eerste visie.

De uitvoering van dit masterplan is een voorwaarde om de toeristische en economische functie weer op het oude peil te krijgen en zelfs daarboven. We nemen u graag mee in dit plan.

2. Waarom

Het Veenpark in Barger-Compascuum bestaat al sinds 1966. Het park is goed voor 35.000 tot 50.000 bezoekers, zonder subsidie van de overheid of fondsen. Het ondernemen en sober omgaan met middelen zit de organisatie in het bloed en de passie om dit Veenverhaal te blijven vertellen is groot.

Het Veenpark is een openluchtmuseum met bewezen kracht. Openluchtmusea zijn tijdloos aantrekkelijk en mogen zich reeds jaren verheugen op groeiende bezoekersaantallen (Openluchtmuseum Arnhem, Zuiderzeemuseum), zeker in tijden van corona.

Het is echter hoog tijd om in het Veenpark een inhoudelijke, museale en kwalitatieve slag te maken om Drenthe een nog *sterkere toeristische trekpleister* te geven, waar de *lokale en regionale stakeholders* zich in blijven herkennen en aan mee werken. De landelijke tendens is dat de inhoudelijke waarde, diepgang en kwaliteit van musea en andere vrijetijdsbestedingen worden gevonden in lokale verhalen met universele zeggingskracht.

Omdat het Veenpark een museum van provinciaal belang wil worden, is deze inhoudelijke, museale en kwalitatieve slag ook nodig.

Het Veenpark is een plek waar geschiedenis levend blijft en die inspiratie biedt voor heden en toekomst. Dit bevordert ontmoeting en creativiteit en maakt de gemeente Emmen nog aantrekkelijker voor toeristen en recreanten. Deze lokale ontwikkelingen worden ook vanuit het Rijksbeleid (Ministerie van OCW, thema historisch perspectief) bevorderd.



Het verhaal van het Veen

Het Veenpark vertelt hét verhaal van Drenthe: *het veen, vervening en turfwinning*. Het gaat over cultuur, historie, natuur en erfgoed.

Geen enkel verhaal over Drenthe heeft de provincie en met name het zuidoosten van Drenthe zo gevormd. In duizenden jaren vormde zich een dik pakket hoogveen aan de oostkant van de Hondsrug. Vanaf begin 19e eeuw begon de vervening van het gebied Drentse Monden. In rap tempo schoof het naar het zuiden op en rond 1860 kwam het gebied van het Veenpark aan de beurt. Het is zichtbaar in het landschap. Het is verankerd in de identiteit en het karakter van de Drentse bewoners.

Het is een prachtig menselijk verhaal dat te vertellen is vanuit vele perspectieven: hoe leefden de arbeiders en pioniers (in onze ogen arm, maar was dat echt zo?) met hun noeste arbeid en de rijke pachters (met winkelnering)? Multiperspectiviteit maakt dit verhaal nog interessanter.



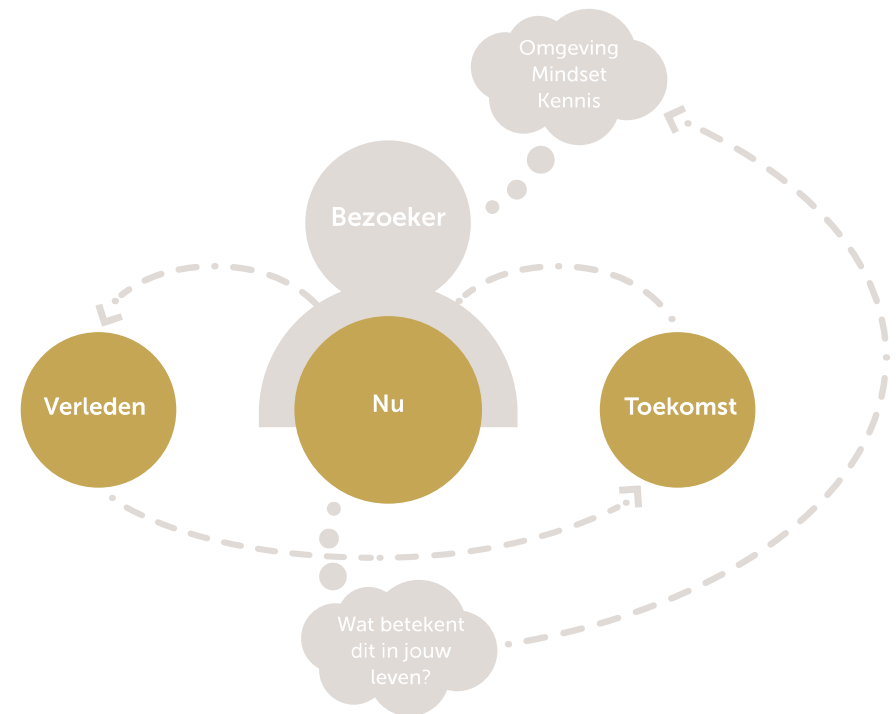
Het is een verhaal dat landschappelijk en maatschappelijk grote aardverschuivingen veroorzaakte en waarvan het tijd wordt dat ook de rauwe randjes goed verteld worden. De kijk op deze recente geschiedenis is niet meer louter nostalgie. Het is een compleet historisch verhaal, met mooi en lelijk, met feiten en persoonlijke verhalen, met grotere universele thema's die blijvend relevant zijn.

En, het is bovenal ook een verhaal waar Drenthe trots op mag zijn. Een zo eigen en persoonlijk verhaal dat het waard is te blijven vertellen en niet langer verborgen moet zijn.

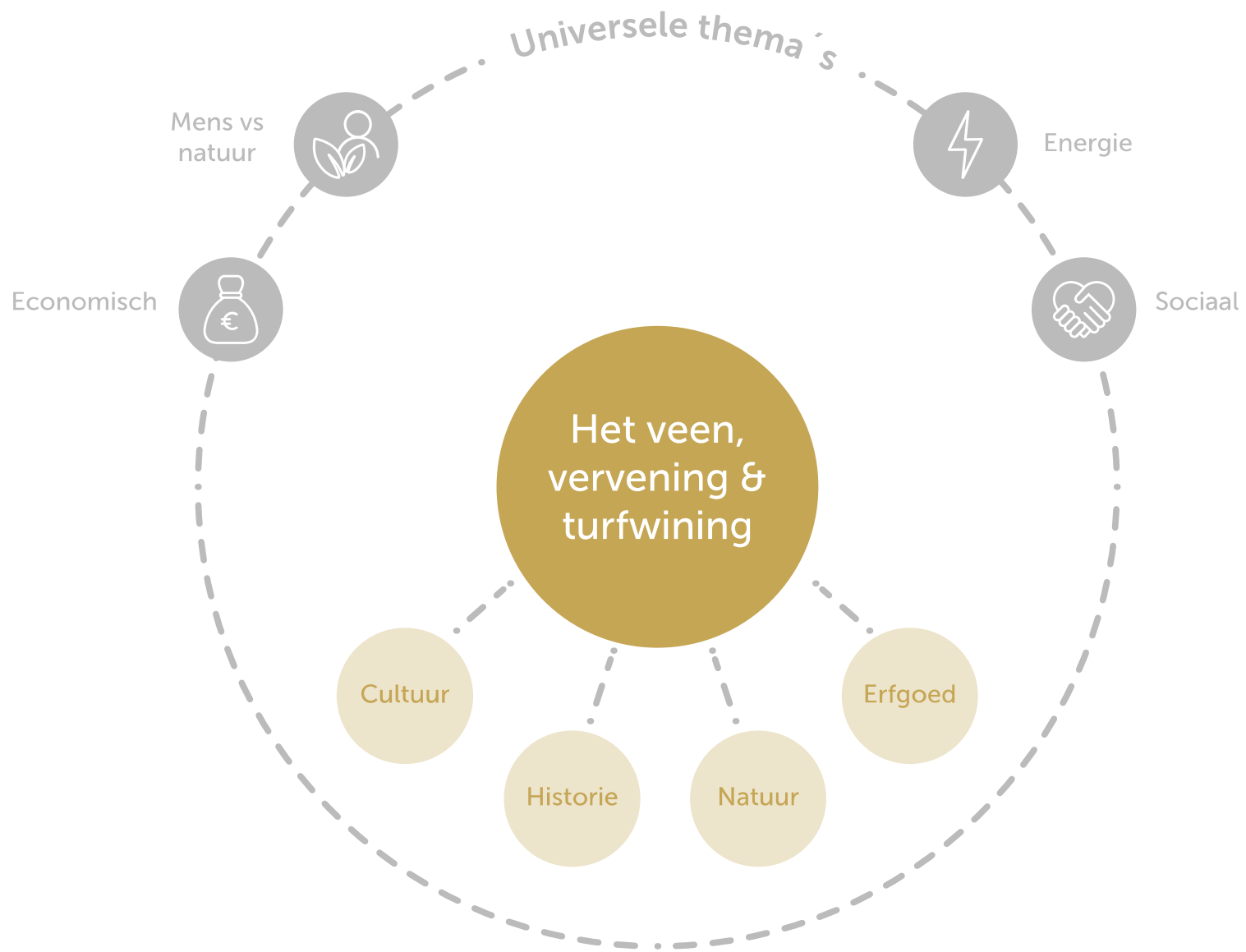
Het veenverhaal draagt ook grotere, meer universele verhalen in zich, die voor ieder van ons gelden. Hoe ging het opkomen en neergaan van de sociaal economische kant van de turfwinning (met arbeidsmigratie)? En het gaat natuurlijk ook over brandstof, energie en energietransitie. Hoe ging het toen, hoe gaan we dat nu doen met fossiele of liever nog andere brandstoffen? Hoe ga jij om met energie? Wat vind jij van aantasting van onze landschappen en aarde ten behoeve van de mens? Voel jij 'naoberschap' in jouw omgeving? Dit verhaal kan jij toepassen in jouw leven en is daarmee blijvend relevant.

Keuzes uit het verleden hebben nog altijd grote invloed op het heden. Het veenverhaal kan hiermee een mooie case zijn voor het kijken naar de toekomst. We kunnen hiermee leren van deze recente geschiedenis van Drenthe.

Kortom, allemaal *relevante onderwerpen waar bezoekers hier en nu zich vanzelfsprekend mee kunnen gaan verhouden op het Veenpark.*



Kijkwijzer bezoeker: relevantie en verbinden



Dit oorspronkelijke verhaal van het veen willen we, in zijn geheel, gaan vertellen maar vooral laten beleven op de *meest logische en authentieke plek in Drenthe*: in het gebied van de Grote Vervening in Zuidoost Drenthe, bij Emmen. Dit gebied kwam het laatst 'aan snee'. Na 100 jaar en een productie van 35 miljard turven, stopte het hier. Het Veenpark ligt in het meeste gave en grote hoogveengebied van Nederland. Het maakt deel uit van het *UNESCO Geopark de Hondsrug (2010)*, dat beroemd is door zijn hoogveen maar ook door de rijkdom van planten en dieren die bij dit hoogveen horen. Het geheel vormt een onvervangbaar stuk Drentse cultuur en natuur.

Op het Veenpark is een *uniek landschappelijk museaal topstuk* te bezoeken: de laatste veenput (turfafgraving) van Nederland is hier goed te zien en te beleven. Hier is 4000 jaar veenvorming en vervening in een oogopslag te zien. Die beleving willen we behouden, versterken en inrichten naar de historische situatie.



Hoogveengebied in UNESCO Geopark de Hondsrug



Veenafgraving in het Veenpark

't Aole Compas

In 1966 vierde Barger-Compasuum het 100-jarig jubileum. Uit een tijdelijke expositie ontstond het 'Veenmuseum' 't Aole Compas. Toen al realiseerden de bewoners dat dit Veenverhaal bewaard moest blijven. Ook wilden zij de noeste arbeiders eren door hun leven en werken hier tot uitdrukking te laten komen.

Op initiatief van de toenmalige Commissaris der Koningin van Drenthe de heer K.H. Gaarlandt werd voorkomen dat 't Aole Compas na het eeuwfeest van 1966 verdween. Waarna wethouder "Geert" Hartmann van de gemeente Emmen samen met de dorpsbevolking de schouders eronder heeft gezet. 't Aole Compas', de eerste aanzet tot het Veenpark, is er nog altijd en wordt gewaardeerd door bezoekers. Het is een 'museum in het museumpark'.

Meer dan 50 jaar later is de Stichting Veenomemaal Veenpark opgericht om dit initiatief van haar bewoners in stand te houden en te exploiteren en het naar next level te tillen.

Inhoudelijk zal 't Aole Compas een aparte plek houden in het park. Ook hier zal aandacht zijn voor het creëren van meer toelichting vanuit de context, grafische eenheid, eigentijdse teksten en toelichting op wat men hier ziet plus wat authentiek is en wat niet.

Resultaat

Het Veenpark wil doorgroeien naar de erkenning als museum voor provinciaal belang binnen de termijn van de huidige cultuurnota van de provincie Drenthe. Dit zal gaan in fases. Dit maakt het plan controleerbaar, corrigeerbaar en bijstuurbaar naar de zich aandienende situatie. Er is gekozen voor een veilige ontwikkeling, zonder wishful thinking maar wel met ambitie.

Een Drents museum van Provinciaal Belang voldoet volgens de cultuurnota 2021-2024 aan 7 daarin vermelde criteria. Met name op de criteria Registratie (erkend museum) en Staf moet er in het Veenpark nog veel gedaan worden. Daarvoor wordt o.a. een conservator aangesteld en een gedegen plan opgesteld. Het Veenpark krijgt daarbij ondersteuning van o.a. het Drents Museum en het Platform Drentse Musea.

De opbouw van het aantal bezoekers gaat in stappen. Het einddoel is uiteindelijk een museum met 75.000 bezoekers die langer verblijven in de omgeving doordat het Veenpark een volle dag boeit (ook met slecht weer) en het 'ver' is. Dit heeft een positieve sociaal economische werking op Barger-Compasuum, het gebied en Drenthe.

Als het Veenpark een museum van provinciaal belang wordt, is het mogelijk constructief en continue door te bouwen aan het museaal beheren, behouden, presenteren van dit verhaal en haar collectie. Museumkaarthouders (gemiddeld 1/4 van alle museumbezoekers) zullen het Veenpark sneller aan doen en hiermee extra geld genereren.

3. Missie en visie

Missie

Door een bezoek aan het Veenpark leer je Drenthe, haar bewoners en het landschap kennen en begrijpen. Het verhaal van het veen leert je na te denken over en te kijken naar cultuur, erfgoed, historie en natuur in Drenthe, in verhouding tot Nederland, de wereld en jezelf.

Visie

Het Veenpark is een non-profit (openlucht) museum van provinciaal belang dat lokale, nationale en internationale bezoekers het unieke verhaal van het Drentse veen aanreikt op een eigentijdse, betekenisvolle wijze.

Het Veenpark draagt hiermee zorg voor het verzamelen, bewaren, behouden van dit materieel en immaterieel erfgoed voor nu en later.

Het Veenpark doet recht aan de bijzondere en geschiedbepalende historie van het Drentse Veenverhaal. Het park vertelt het Veenverhaal vanuit meerdere perspectieven en schuwt hierbij de minder mooie kanten van de geschiedenis niet.

Het Veenpark geeft een laagdrempelige en tevens kwalitatieve goede en unieke beleving mee. Iedereen die wil is welkom. Interactie tussen bezoekers en generaties wordt gestimuleerd om na te denken wat iets voor jezelf betekent. Zo blijft de Drentse veengeschiedenis relevant, actueel en persoonlijk.

Na het bezoek aan het Veenpark ervaar, geniet en begrijp je de cultuur, historie en natuur van Drenthe nog beter.



4. Relevantie voor Drenthe

Vrijtijdseconomie is in Drenthe een belangrijke pijler (zie pagina 74). Het dagtoerisme en aantal verblijven stijgt nog jaarlijks. 1 op de 12 mensen vindt hier werk. Dit zijn stabiele trends waar het Veenpark goed op aan kan vullen en aan bij kan dragen:

- Er worden slechts 5 toeristische attracties genoemd in landelijke overzichten. Dat is te weinig. Drenthe heeft als toeristisch in trek zijnde provincie nog meer reason to come and to stay nodig. Het Veenpark wil in dit rijtje (terug) komen met dit plan door een kwalitatief, eigentijds Openluchtmuseum te worden en te groeien naar uiteindelijk 75.000 bezoekers.
 - Het verblijf van toeristen in Zuidoost Drenthe kan worden verlengd en de kwaliteit ervan kan worden verbeterd. Het Veenpark kan hiermee nog beter als vliegwiel voor het gebied dienen. Het gebied is toe aan extra economische ontwikkeling. Het nog altijd groeiende cultuurtoerisme biedt daartoe voldoende kansen.
 - Dit plan biedt de mogelijkheid de culturele en historische verhalen en het landschappelijke museale topstuk te verbinden, te ontsluiten en zichtbaar te maken op een regionaal, provinciaal en landelijk niveau. Het Veenpark kan uitgroeien tot museum met provinciaal belang.
- Het Veenpark sluit nu al aan bij de waardenmeetlat van de Oerprovincie van Nederland, zoals het zeer sterk acterende Marketing Drenthe heeft omschreven: oorspronkelijk, hartelijk, robuust, ongedwongen en doordacht bieden de juiste uitgangspunten voor de verdere ontwikkeling van het veenverhaal in het Veenpark. Het oorspronkelijke, ongerepte is hier zichtbaar. Dit versterken is logischer dan elders moeten investeren in basisinfrastructuur op een niet authentieke plek.

5. Relevantie voor het gebied

Het Veenpark zet in op een bezoekersaantal van de huidige 35 duizend naar uiteindelijk 75 duizend. Een onderbouwing hiervan vindt u in de financiële onderbouwing.

Wat is de bijdrage van het (vernieuwde) Veenpark voor het gebied?

- Vanuit de grensoverschrijdende samenwerking met Nederlands-Duitse musea en ondernemers "Natuurpark Moor Bargerveen" heeft het Veenpark al de functie van Veenpoort. Het stijgende aantal internationale toeristen kan met een vernieuwd Veenpark beter bediend worden.
- Het Veenpark is een pleisterplaats op een kruispunt van fiets- en wandelpaden en vaarwegen met veel ruimte om als uitvalsbasis of als tussenstop te dienen. Dit zal verder verbeteren.
- Verdere versterking van de toeristisch-recreatieve sector. Emmen en omgeving is koploper, met name door Wildlands. Het vernieuwd Veenpark en haar omgeving kan hier van profiteren.
- Het verlengen van verblijf van toeristen door naast Wildlands in Emmen het Veenpark als kwalitatief museaal park met voldoende schaalgrootte neer te zetten waar je zeker een dag kan vermaken. Deze combinatie vormt een belangrijke economische bijdrage.
- Vernieuwing en verbetering van het park vergroten de aantrekkelijkheid van het gebied
- Versterking van het vestigingsklimaat voor bedrijven

- Het Veenpark heeft een groot maatschappelijk belang. De ontstaansgeschiedenis van het park is nauw verweven met de historie van de omgeving.
- De sociale functie voor de 100 vrijwilligers in het Veenpark is groot. Het Veenpark is ook een plek waar bewoners elkaar treffen en de sociale cohesie wordt versterkt. Bewoners ontleen trots, houvast en identiteit aan erfgoed.
- Het park is van groot belang voor de leefbaarheid, vanwege de arbeidsplaatsen maar ook om de laatste middenstand te behouden. De bakkerij van het park heeft een directe functie voor het dorp. Door het verblijf van vaarrecreatie en campers profiteren ook de buurtsuper en de dorpslager mee. Daar waar mogelijk doet het park zaken in het dorp.
- Door de leefbaarheid van Barger-Compascuum te verbeteren kan ook de krimp worden tegengegaan

6. Stakeholders

Het Veenpark staat midden in de maatschappij en wel op verschillende niveau's. In de infographic op de bladzijde hiernaast vindt u de plaats van het Veenpark in haar omgeving met haar stakeholders en doelgroepen. Vrijwilligers nemen daarbij een aparte plaats in.

Ook willen we kort stil staan bij onze tijdelijke huurders van dagbesteding het Haantje. Onze plannen voor een moestuin voor verse producten van onze horeca, onderhouden door deze dagbesteders, past hier uitstekend bij. Wij behouden deze huurder graag voor de toekomst.

Vrijwilligers

Vrijwilligers zijn een zeer belangrijke stakeholder voor het Veenpark. We zoomen hier kort op in.

Vrijwel alle Nederlandse musea werken met vrijwilligers. Zo ook het Veenpark. Om de kosten van de organisatie te beperken maar ook het grote sociale en economische draagvlak van het Veenpark in de omgeving te behouden, zijn de vrijwilligers cruciaal. Om echter de organisatie de vereiste kwaliteit en continuïteit te bieden, is een basisbezetting van gekwalificeerd personeel belangrijk.

Het uitgangspunt is dat de kerntaken van de organisatie worden verzorgd door betaalde krachten, zoals een marketeer en conservator. Diensten als ontvangst, balie, publieksbegeleiding, educatie, lezingen, rondleidingen (per boot, trein) en evenementen kunnen met de vrijwilligers worden ingevuld.

De bijna 100 vrijwilligers helpen bij het onderhoud en verzorgen 8-10 dagen per jaar prachtige living history. Oorspronkelijk waren de vrijwilligers inwoners van het dorp Barger-Compascuum. Nu komen ze uit de hele gemeente en soms daarbuiten.

Er is een goede vrijwilligersstructuur via een aparte vereniging met bewezen resultaat. Vanuit het museale management kan dit met meer middelen nog beter worden gecoördineerd op de werkvloer. Een combinatie met de aansturing van de mensen van de Emco is daarbij goed mogelijk en gewenst.

Staatsbosbeheer

Het Veenpark heeft een erfpachtovereenkomst met Staatsbosbeheer, die als belangrijke stakeholder wordt gezien. Staatsbosbeheer is geïnformeerd over de plannen. Het Masterplan, dat moet leiden tot behoud van het Veenpark, wordt ondersteund. Betrokkenheid bij het Veenpark past binnen hun doelstellingen. Ook in de nieuwe situatie pakken zij het beheer en onderhoud van het hoogveenengebied op en faciliteren waar nodig.

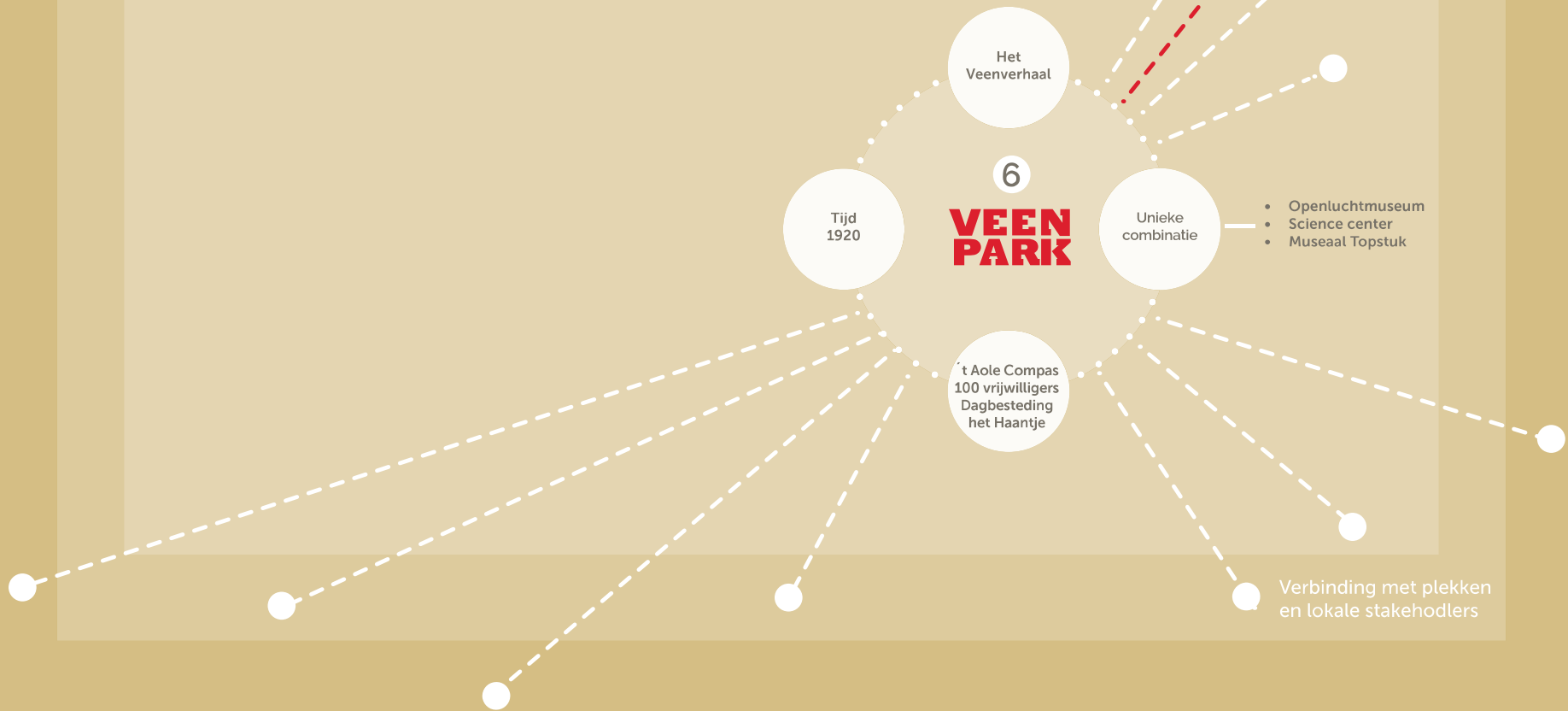
1 Internationaal: Naturpark Moor-Veenland (Duitsland)

2 Nationaal: Zuiderzeemuseum, Openluchtmuseum, Veenkoloniaal museum Veendam

3 Provincie en gemeente: Provincie Drenthe, Gemeente Emmen

4 Regionaal: Staatsbosbeheer, Stichting het Drentse Veenland, Marketing Drenthe, Stichting Marketing Regio Emmen

5 Plaatselijk: Harmonium Museum, Collectie Brands, Industrieel Smalspoormuseum, Van Gogh Huis Drenthe, Historische vereniging 't Aole Compas



7. Doelgroepen in de markt

Drenthe is bovengemiddeld populair bij gezinnen met jonge kinderen en 35+ stellen. Marketing Drenthe als zeer belangrijke en goede overkoepelende marketingorganisatie, zet in op deze doelgroepen. Het Veenpark volgt deze weg en gaat hier in mee. Ook de genoemde gewenste groei op de dichtbij zijnde Duitse markt, is gelijk. Als families, stellen, groepen erop uit gaan, worden de verwachtingen steeds hoger en men wil vooral samen iets meemaken. Live ergens zijn heeft door corona bovendien een nog hogere waardering gekregen. Het Veenpark richt zich op dit brede publiek, dat een dagje uit wil gaan. Het aantal dagjes uit is ook in coronatijd sterk gestegen (nieuwsbericht 28 september 2020).

Museumpubliek kent een steeds grotere diversiteit wat betreft leeftijd, inkomen, achtergrond, nationaliteit en opleiding. Het Veenpark richt zich als toekomstig museum dan ook op deze (brede) erfgoedtoeristen. Het aantal bezoekers aan musea groeit nog altijd jaarlijks. Met name kinderen zijn een groeiende groep. Een groep die we met het Veenpark en haar nieuwe plannen goed bedienen.

Het Veenpark richt zich dus op het grote publiek en zal in de vertaling van de inhoud naar vorm hier ook nadrukkelijk rekening mee houden door een contextgevende start aan te bieden en vervolgens diverse manieren van vertellen hanteren. Hiervoor ziet u verderop de eerste aanzetten die samen met Perspekt uit Haarlem (bekend van onder andere het Drents Museum en het Hunebedcentrum, www.perspektstudios.nl) zijn ontwikkeld.

De gehanteerde kijkwijzer voor de bezoeker hierbij, is van toepassing op alle genoemde groepen.

We willen iedereen zich welkom laten voelen. Fysieke, visuele, auditieve en laagdrempelige toegankelijkheid heeft daarbij onze nadrukkelijke aandacht. Dit hoort wat ons betreft ook bij onze duurzame insteek van het project.

Het Veenpark spreekt reeds de onderstaande doelgroepen aan. We willen verder inzetten op deze doelgroepen:

1. Individuele bezoekers

- Gezin met kinderen op de basisschool
 - Komen in het weekend en tijdens schoolvakanties
 - Wonen in straal van ongeveer 35 km
 - Verblijven op een vakantieadres binnen 35 km
- 55 plussers / empty nesters
 - Komen vooral in voor- en naseizoen in de midweek
 - Verblijven op een vakantieadres binnen 35 km
- Familiegroepjes, combinatie meer generaties
 - Komen in het weekend en in schoolvakanties
 - Wonen in straal van ongeveer 35 km
 - Verblijven op een vakantieadres binnen 35 km

2. Groepsmarkt

Naast de individuele bezoeker is de groepsmarkt voor het Veenpark van groot belang. Voor tal van groepen, van scholen tot personeelsuitjes, van historische verenigingen tot toeristische dagjes uit, worden groepsarrangementen aangeboden, afgestemd op de groepsinteresse.

- Schoolreizen en excursies

- Schoolreisjes van één of meerdere groepen zowel onder- als bovenbouw
- Binnen een straal van 1 uur met de bus
- Excursies middelbare scholen vooral 1e en 2e klassen

- Groepen

Behalve het onderwijs zijn er in Nederland en in de regio heel veel verenigingen, bedrijven, families en organisaties die samen een dagje uit doen middels een arrangement. Het Veenpark heeft een breed aanbod aan arrangementen, combinatiemogelijkheden, horeca en levert maatwerk voor elke groep.

- o Families

- Komen in groepen van 20 personen of meer
- Komen in het weekend maar niet in de vakanties
- Organisator woont vaak binnen 35 km

- o Groepsuitjes (geen familie)

- Dit betreft uitjes van bedrijven en organisaties met personeel of gepensioneerden, reünies etc.
- Komen door de week en in het weekend maar niet in de vakanties

- o Touroperators en Touringcarbedrijven

- Organiseren zelfstandig dagtochten voor de groepsmarkt en treden op als vervoerder voor groepen die hun boeking zelfstandig regelen.
- Komen in voor- en naseizoen, met groepen van 30-50 personen
- Binnen een straal van een uur rijden vanaf thuis, verblijf of andere accommodatie.

- o Vergaderingen en zakelijke bijeenkomsten

- Zakelijk, maar gecombineerd met een bijzondere omgeving, maaltijd en een activiteit/bezoek ter onderbreking of als onderdeel van het groepsproces.

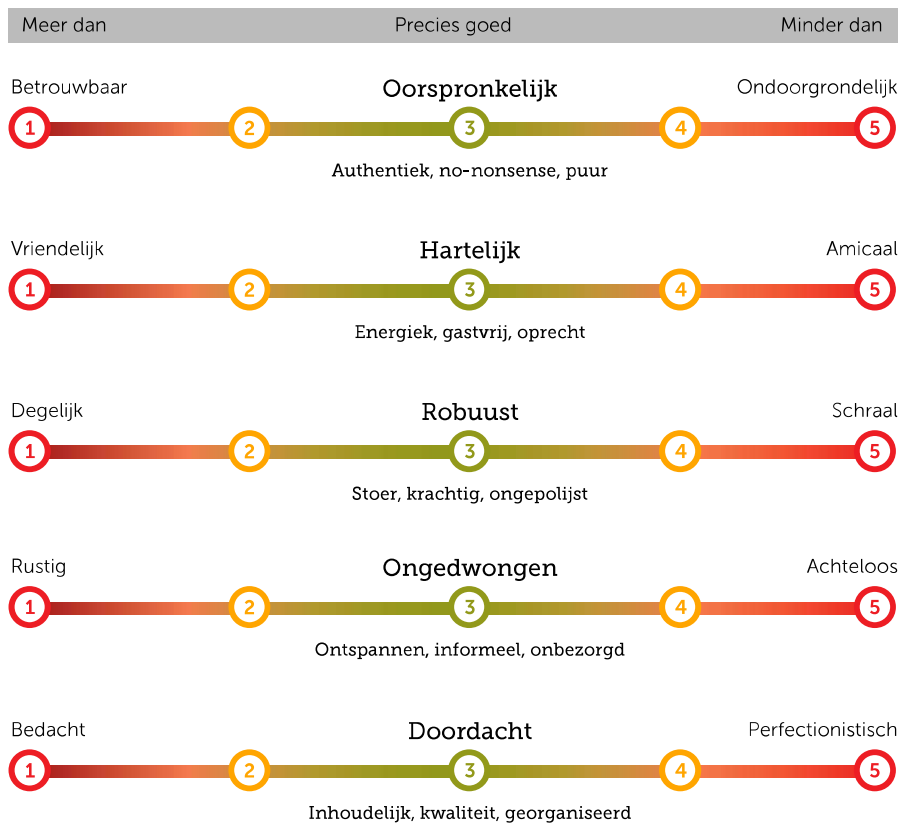
8. Marketing

Strategische marketing insteek

Het Veenpark sluit aan bij de meerjarenstrategie van Marketing Drenthe volgens de waardenmeetlat van Drenthe. Door te werken met de waardenmeetlat en aan te sluiten bij het overkoepelende merk, zal het aanbod van het Veenpark beter aansluiten bij de wensen van de bezoekers van Drenthe waardoor het potentieel toeneemt. De herkenbaarheid voor bezoekers van deze aanpak door Marketing Drenthe en tevens het Veenpark is versterkend. Het woord 'Oer' is daarin essentieel. Authentiek, origineel, oorspronkelijk, stoer, no nonsens, puur, de basis, echt. Het sluit aan bij de trend dat mensen willen ervaren, doen én voelen. Oer gaat over het oorspronkelijke van Drenthe. De echte verhalen en belevingen, maar ook het stoere en zelfs mystieke van onze natuur en rijke geschiedenis zijn allemaal terug te vinden in het Veenverhaal. De waarden oorspronkelijk, hartelijk, robuust, ongedwongen sluiten naadloos aan op het (nieuwe) Veenpark. De nieuwe opzet onderstreept deze waarden.

We geloven sterk in gezamenlijke marketing en promotie met Marketing Drenthe. Dit voorkomt versnippering en vergroot herkenbaarheid. Samenwerking en kennisuitwisseling stimuleert tot kwaliteitsverbetering van de zo belangrijke vrijetijdseconomie in de regio en in heel Drenthe.

Het Veenpark kiest er hiermee nadrukkelijk voor om het marketingplan vanuit het Drents perspectief te ontwikkelen, gebaseerd op het merkhuis van Drenthe.



Het Veenpark langs de waardenmeetlat

Het Veenpark, dé plek waar de rijke *geschiedenis* van Drenthe van het veen, de vervening en turfwinning wordt verteld.

De nieuwe opzet van het Veenpark is *doordacht* en biedt voor elk wat wils. Een compleet historisch verhaal, met mooi en lelijk, met feiten en persoonlijke verhalen. Met het bezoek aan de laatste *echte* turfafgraving van Nederland sta je letterlijk in de historie. Een bezoek aan het Veenpark staat garant voor een *ontspannen* beleving van de cultuurhistorie van deze unieke plek. Laagdrempelig, zo inhoudelijk als je zelf wilt, *ongedwongen* en gezellig! Want de *persoonlijke touch* van dit familiebedrijf ervaar je ook als bezoeker.

Opzet en uitwerking marketingplan Veenpark

Vanuit deze strategische insteek zal de ontwikkeling van het marketingplan worden opgepakt. Het marketingplan zal getoetst worden aan een brede expertise zodat we het verder kunnen vervolmaken. Hiertoe worden de volgende stappen genomen en de volgende organisaties betrokken:

1. Marketing Drenthe

a. De reeds opgestelde waardenmeetlat voor het Veenpark en het merkhuis bespreken met Astrid Crum van Marketing Drenthe.

2. Input vanuit de sector Drenthe

a. Marketing Emmen

i. Touristinfo

ii. Opvolger SMRE/Gemeente Emmen¹)

Lokaal bespreken we het Veenpark merkhuis met Bea Venema (Tourist Info Emmen) en Danielle van der Ark (voormalig Regiomarketeer Emmen).

b. Musea Drenthe

i. Vergelijkbare musea van Provinciaal Belang

ii. Platform Drentse Musea

Als basis voor het Marketingplan dient het format van Platform Drentse Musea. Overleg met de coördinator en de voorzitter van het platform, respectievelijk Iris Bierenbroodspot en Ellen ter Hofstede (Drents Museum en haar collega Paul Klarenbeek) over het format en de ervaringen er mee.

c. Dagattracties

i. Wildlands

ii. Drouwenerzand

iii. Vergelijkbare ontwikkelingen zoals Hunebedcentrum, Huis van Weldadigheid en Gevangenis museum. We spreken de verantwoordelijke personen over de successen en de valkuilen m.b.t. de marketing.

d. Hotels en Vakantieparken

i. Center Parcs/Landal

ii. Van der Valk

e. Perspekt

Perspekt adviseert waar mogelijk vanuit haar specifieke ervaring in Drenthe, onder andere met het Hunebedcentrum en het Drents Museum. Paul van der Sijs heeft daarnaast 12 jaar bij het Spoorwegmuseum gewerkt waardoor er museale marketingkennis van binnenuit beschikbaar is.

¹ Vanaf 1 januari 2021 wordt de regiopromotie Emmen anders ingevuld. SMRE houdt op te bestaan en de gemeente is eerste aanspreekpunt voor de regiomarketing. Het herkenbare merkebeeld, de webportal en social media kanalen blijven bestaan, wellicht met een vernieuwde insteek na verloop van tijd. Daniëlle van de Ark is nog beschikbaar om lopende zaken af te handelen en wil Harrie Keuter op persoonlijk titel haar kennis ten behoeve van het Marketingplan delen.

3. Concept Marketingplan

- a. Format op basis van bovenstaande input van Platform Drentse Musea en alle andere partijen
- b. Toevoeging data Veenpark/Masterplan Veenpark/Perspekt
- c. Ondersteuning Stenden University
- d. Ondersteuning Marketing Drenthe

4. Toetsing en input "experts" op het Marketingplan

- a. Milou Halbesma (Van Gogh Museum/van den Ende Foundation)
- b. Frank van den Eijnden (Visit Brabant)
- c. Lies Boelrijk (Kröller Müller)
- d. Frank Veldman (Archeon)
- e. Ronald de Jonge (Dagblad van het Noorden)
- f. Zuiderzeemuseum (via Perspekt)
- g. Nederlands Openluchtmuseum (via Perspekt)

5. Definitief Marketingplan

- a. Veenpark (met ondersteuning Perspekt)
- b. Planning acties maken en begroten
- c. Uitvoering

6. Resultaten meten en plan bijstellen

- Jaarlijkse evaluatie met Marketing Drenthe en de Raad van Toezicht
- De resultaten van acties worden reeds gemeten.
Hier wordt vervolg aan gegeven. Op basis van deze resultaten zullen de acties steeds aangepast worden.

Verzorgingsgebied

Uitgangspunt is een reisbereidheid van ongeveer een uur. Met de auto betekent dit een gebied in de driehoek Groningen, Zwolle en Enschede vanaf het huisadres. Vanaf het vakantieadres is dit dus heel Drenthe, deel Friesland, Groningen plus de populaire gebieden in Overijssel en vanuit Duitsland. Met een eerder gestelde benchmark van 2% zijn de geprognoseerde 75.000 bezoekers haalbaar. In het marketingplan zal dit nauwgezet worden uitgewerkt op basis van ervaringen en data van Marketing Drenthe.

Duitsland

Een deel van het verzorgingsgebied is Duits. Dit betekent Duitstalige marketinginspanningen. Het verleden leert dat de marktbenadering hier heel anders moet zijn. Niet voor niets zijn grote partijen als Wildlands, toen nog Dierenpark Emmen, er naar eigen zeggen maar mondjesmaat in geslaagd dit goed aan te pakken.

Het Veenpark haakt in deze aan bij de inspanningen die Marketing Drenthe doet en gaat doen. Met verblijfsrecreatie met Duitse gasten (Center Parcs Sandur, 30%!) worden wensen en ervaringen afgestemd en in het marketingplan opgenomen.

Met het Natuurpark, een Nederlands - Duitse samenwerking, wordt gewerkt aan volledige drietaligheid in alle uitingen op de parken. Dit project loopt reeds.

Uitvoering en financiering Marketingplan

Om de bekendheid en het imago van het Veenpark een stevige impuls te geven, wordt in aanloop naar en vanaf de vernieuwing ervan veel zwaarder ingezet op marketing. Daarbij zetten we instrumenten in als een nieuwe website, social media, online marketing, persbewerking, print en strategische samenwerkingen (kortingen) etc.

Een functionele, heldere website die aangepast is naar de nieuwe look and feel van het park is nodig. De website gaat ook helpen bij nog meer online ticketverkoop en de inzet van data driven marketing.

Er moet doorlopende terugkoppeling plaats blijven vinden naar de waarden van het merk. Dit geldt voor alle uitingen: voor de inrichting, voor teksten en beelden in uitingen op sociale media, website en print.

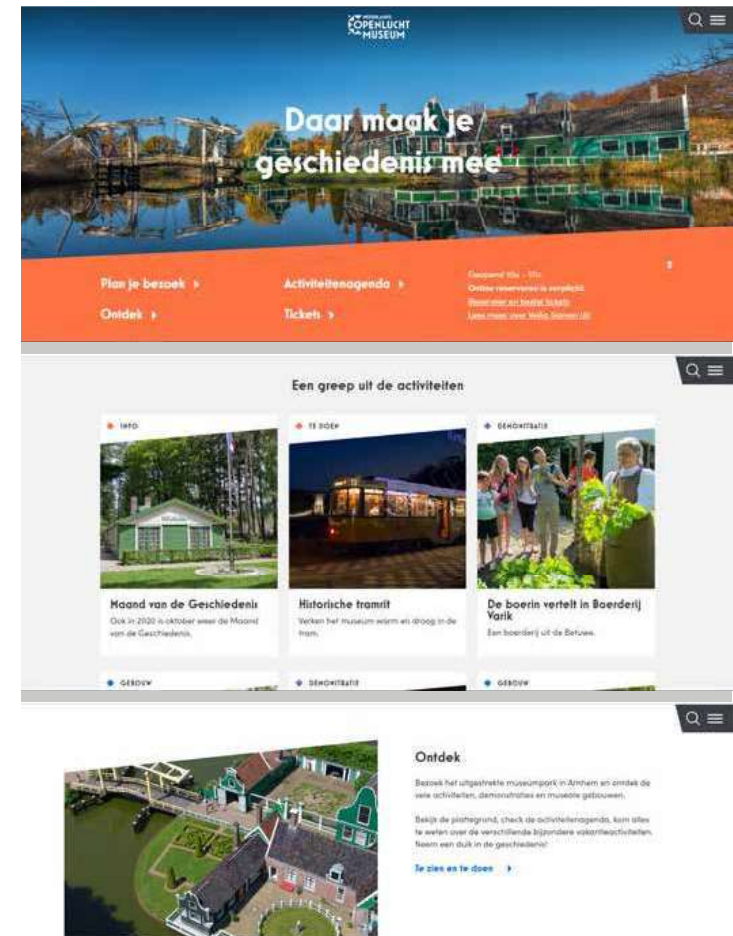
Voor een nieuwe website en social media is al een post in de begroting opgenomen.

Voor de uitvoering van het marketingplan maken we gebruik van studenten van Stenden University². Hierbij leggen we voor ons zelf de lat hoger dan het eindproduct dat de Hogeschool van de studenten eist.

² Corona bemoeilijkt het contact met anderen. Waar we in een 'normale' situatie zouden kiezen voor enkele bijeenkomsten met meerdere mensen moeten we nu een andere aanpak kiezen. Als onderdeel van hun opdracht kan Stenden de research doen, vragen voor gesprekken voorbereiden en een verslag maken. Altijd zal iemand van het Veenpark persoonlijk bij het contact/gesprek betrokken en/of aanwezig zijn.

Intern maken we uren vrij voor de werkzaamheden aan het plan. Ook huren we tijdens het proces professionele ondersteuning in. Dit wordt betaald uit het eigen verruimde marketingbudget (exploitatiebegroting), vrij te maken budget binnen de investeringsbegroting en mogelijke nieuwe specifieke subsidies voor dit onderdeel.

Met professionele ondersteuning vanuit het netwerk en externe opdrachten doet het Veenpark zelf de uitvoering van het plan op basis van de externe professionaliteit. Met aanpassingen aan de IT kan gebruik worden gemaakt van de binnen de organisatie aanwezige mogelijkheden/kennis om zelf de content aan te passen en up to date te houden.



9. Educatie

Educatie is een vast gegeven voor het Veenpark. Het inventariseren van het aantrekken van scholen in het park, is een van de doelen die we ons stellen. Bij de ontwikkeling willen we aansluiten bij volgende kerndoelen van het onderwijs:

- Kerndoel 56: waardering voor cultureel erfgoed
- Kerndoel 25: rekenwiskundeproblemen oplossen, onderbouwen en beoordelen
- Kerndoel 47: Je eigen omgeving vergelijken vanuit de Perspectieven landschap, wonen, werken, bestuur, verkeer, recreatie, welvaart, cultuur en levensbeschouwing
- Kerndoel 34: Zorg dragen voor de lichamelijke en psychische gezondheid van jezelf en anderen.
- Kerndoel 35: Je redzaam gedragen in sociaal opzicht, o.a. als consument.

Deze elementen zijn in dit Masterplan nog niet specifiek uitgewerkt. Wel is het hele masterplan uitgewerkt met in het achterhoofd de onderwijsdoelen die het Masterplan beantwoordt. Van hieruit wordt bijvoorbeeld het science center en de queste bedacht en vormgegeven.

Ook nu is er al een interactief educatief programma bij een bezoek van scholen mogelijk. Dit moet voor het vernieuwde Veenpark nog verder worden uitgewerkt. Het hoort bij de stap naar een volwaardig museum in de komende 4 jaren. Voor dit soort ontwikkelingen heeft de provincie in de cultuurnota middelen beschikbaar gesteld voor dit project.

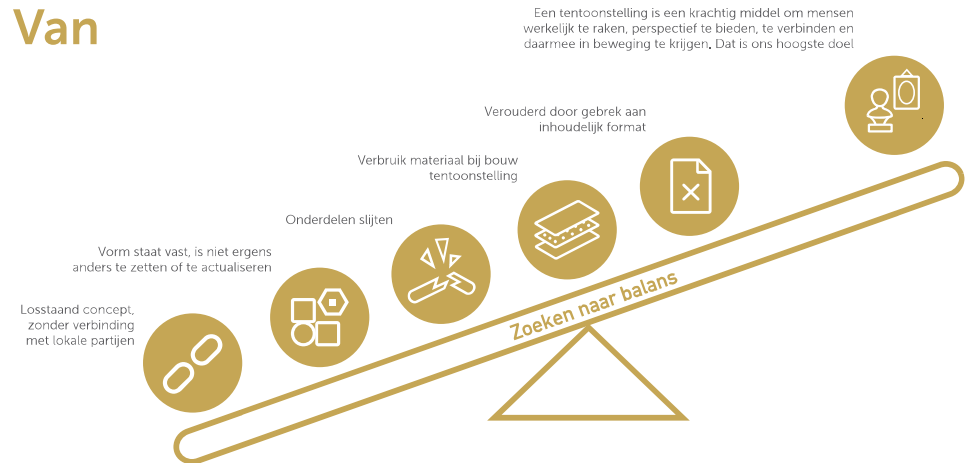


10. Duurzaamheid

Duurzaamheid zou een Drentse uitvinding kunnen zijn. Echte duurzaamheid zit in de volledige totstandkoming en exploitatie van een project en houding naar de omgeving, bezoekers en andere stakeholders. Bij deze grondige vernieuwing willen we deze kans pakken.

In het concept en de uitvoering kiezen we nadrukkelijk voor duurzaamheid. Wij vinden dat dat een volstrekte noodzaak is in deze tijd maar het is ook een pragmatische, strategische keuze. Het Veenpark moet met een kleine organisatie een grote inhoudelijke en kwalitatieve slag gaan maken, in tijden waarin begrotingen onder druk staan en bezoekers verwachten dat een museum relevant, actueel, persoonlijk en onderhouden is en blijft.

Van



Naar



Waar streven we dan concreet naar?

De bedoeling is dat het Veenpark de komende jaren goed kan blijven functioneren tegen zo minimaal mogelijke kosten. Dat is nodig in verband met de kleine organisatie, de onder druk staande budgetten en de veeleisende bezoekers. Hierbij kiezen we de volgende uitgangspunten:

- Samenwerking met lokale bedrijven is een uitgangspunt, waarbij een goed prijs/kwaliteitsniveau en professionele samenwerking noodzakelijk zijn. Zeker waar onderhoud in de toekomst nodig is, worden lokale oplossingen gekozen.
- Het Veenpark is actueel en kan inhoud aanpassen op een eenvoudige manier. Er wordt gewerkt vanuit een goed basisstructuur waaraan de organisatie zelf op eenvoudige wijze inhoud toe kan voegen en kan wijzigen. Hiermee blijft het Veenpark actueel, relevant en bij de tijd. Dit wordt tijdens het ontwerp uitgedacht. Er komen dus ook geen dure wisseltentoonstellingen meer maar wisselingen in de vaste basisstructuur. Dit zal niet 100% lukken, maar het is een nadrukkelijk en reëel streven.
- Participatie van publiek is een vast onderdeel van het concept. Door de bezoeker na te laten denken over wat hij/zij zelf ziet en wat het voor hem/haar betekent, blijft het Veenpark altijd relevant. Het wordt hiermee een tijdloos geheel. De 'kijkwijzer' voor bezoekers geeft daarbij aan hoe we dat zien. De link van turf, de energiebron van vroeger, naar nu nog fossiele energie en straks wind, biomassa of een andere energiebron is hiermee zo op een soepele wijze gelegd.

- Naast participatie is er ook aandacht voor toegankelijkheid, zowel fysiek als in het welkom voelen en het goed mee kunnen doen in het park door allerlei bezoekers
- Het plan wordt zo ontworpen dat het geheel makkelijk te onderhouden is en zo weinig mogelijk het milieu belast. Qua apparatuur wordt gekeken naar levensduur en energiezuinigheid.

11. Coronacrisis

Hoe de coronacrisis op langere termijn uitpakt is onzeker. Het heeft hoe dan ook impact op de culturele sector en dit project. De maatregelen nu zorgen voor genoeg publiek in het openluchtpark. Echter, de kans dat er na deze crisis een economische neergang plaats vindt is reëel. We willen die tijd gebruiken om het Veenpark juist te gaan ontwikkelen en klaar te maken voor de toekomst. Hierbij houden we logistiek rekening met nog volgende corona-achtige uitbraken. We realiseren ons dat de impact hiervan ook op fondsen en overheden doorwerkt.

De cijfers zoals deze in de geraadpleegde bronnen (pagina 74) zijn gebruikt, geven echter een helder beeld van de plaats van verblijfstoerisme in Drenthe maar ook het museale bezoek: de aantallen bezoekers stijgen reeds jaren. Wandelen en fietsen in de natuur van Fietsprovincie Drenthe stond al op 1 bij meest favoriete bezigheden. Corona en een terugzakkende economie zal dit niet verslechteren, is uiteindelijk onze verwachting. De focus op lokaal en in het eigen land verblijven, zal verder toenemen.

Als hierbij opgeteld wordt dat het Veenpark een zeer ruim opgezet Openluchtmuseum is, zijn we optimistisch gestemd.



INGANG KOMPENMAKER

12. Veenpark straks

Duurzame uitgangspunten voor continuïteit naar de toekomst toe

De bedoeling is dat het Veenpark de komende jaren goed kan blijven functioneren tegen zo minimaal mogelijke kosten. Dat is nodig en moeten we het Veenpark ook gunnen.

Dit kunnen we bereiken door de volgende strategische uitgangspunten te hanteren:

- *Actueel zijn en aan kunnen passen naar de tijd* en situatie is echt een vereiste. Niet met tijdelijke dingen maar vanuit de basisstructuur van wat we doen. We kunnen geen tentoonstellingen meer aanbieden die 5 jaar oud zijn en dan niets veranderen. Dus moeten we de basis zo verzinnen dat aanpassen makkelijk kan, en dan ook door de eigen organisatie. 100% zal dit nooit zijn, er moet altijd wel ergens iets toch echt erbij of anders maar dat is ok.
- Participatie van publiek: ook dit moet je inbakken in het geheel, zie het voorbeeld van onze inhoudelijke ordening voor een ander initiatief. Dat moet hier ook en kan hier ook. Zo blijft het relevant voor de bezoeker en wordt het een tijdloos geheel.
- De 'kijkwijzer' voor bezoekers geeft daarbij aan hoe we dat zien: de bezoeker komt binnen in het nu met zijn eigen denkraam. Kijkt naar verleden en kan dan met het nu en verleden naar de toekomst kijken. Daarna bedenken: wat betekent dat nou voor mij in mijn leven, hoe ga ik er mee om en hoe wil ik dat dat gaat?

(Denk hierbij bijvoorbeeld aan energiebronnen als onderwerp: veen vroeger, nu nog fossiel en straks wind en zon).

- Uiteraard slim ontwerpen om zo lang mogelijk mee gaan, makkelijk onderhoud, zo weinig mogelijk milieubelasting. Energiezuinig. Eén type voor uitwisselbaarheid etc. Plus zorgen dat het Veenpark het zelf straks allemaal goed kan onderhouden. Dus betrokkenheid vanaf het begin is noodzaak.
- Impuls aan de horeca en sociale binding is mogelijk via het ontwikkelen van een moestuin. Op dit moment is dagbesteding het Haantje een tijdelijke huurder. Wij maken deze verbintenis graag vast. De mensen van de dagbesteding zullen de moestuin dan gaan onderhouden. De opbrengsten van de tuin worden dan in de horeca gebruikt.

Strategische uitgangspunten om het verhaal van het Veen te vertellen

- **Park: minder, maar intensiever**

De grootte van het Veenpark is voor bezoekers te groot om te overzien. Daarnaast vraagt onderhoud en exploitatie (te) veel. Minder is meer. Het verminderen van het aantal inhoudelijke plekken zorgt voor meer focus. Daarnaast geeft het de mogelijkheid om de plekken die je wel aanhoudt intensiever en rijker in te richten, in zowel vorm als inhoud.

Overwegingen om het park te verkleinen:

- Minder vierkante meters hoofdgebouw
- 2e Kavel met molen laten vervallen. Focus op 3 percelen met huizen en het 5e kavel met het Museumdorp
- Harmoniummuseum afstoten

- **Onderscheid in beleving per 'plek' en duidelijke naamgeving**

Door in plekken terug te gaan wordt het Veenpark voor de bezoeker overzichtelijker. Door daarnaast alle inhoudelijke plekken een eigen beleving en duidelijke naam te geven kan de bezoeker het verhaal nog beter volgen. Alle plekken worden duidelijk aangegeven op de plattegrond van het Veenpark.

Werktitels voor de plekken:

1. Entree

Horeca en Winkel en mogelijk introductie en/of slecht weergelegenheid

2. Het hele veenverhaal | *Introductie op het plein*

3. Leven in het Drentse veen | *Kavel 1, 3 en 4*

4. Ons veendorp | *Kavel 5*

5. Hoogveengebied

Kavel met het hoogveengebied met turfafgraving

** Zie plattegrond Veenpark pag. 35*

- **Context en overzicht over het totale veenverhaal in Drenthe**

Als je weet waar het over gaat, kan je het beter volgen en voelen. Daarom starten we met een contextgevende introductiefilm die het gehele veenverhaal belicht, vanaf het ontstaan van het veen tot en met de energietransitie in de toekomst.

- **Tijdscapsule: de jaren 20 van de 20e eeuw**

We kiezen 1 duidelijke tijd voor het hele park: de jaren twintig. Alles wat daar voor of na komt, gaat weg uit de huizen of zelfs de huizen zelf (radiowinkel). Dit is een heldere, te volgen insteek voor bezoekers en vrijwilligers. Naar de toekomst toe is alles wat er bij komt uit dit tijdsgewricht.

- **Totaalverhaal herhalen in delen met inzet van scenografie en diverse media**

De inhoud van de contextgevende introductiefilm gaan we vervolgens in delen herhalen op een andere manier in het park. Het medium dat we per plek kiezen wordt hierbij altijd bepaald door de inhoud.

Enkele voorbeelden:

- Fysiek ondervinden | hands-on, spellen etc.
- Beluisteren | via audiotour op eigen smartphone en een radio in de huisjes
- Scenografie | scènes te zien in huizen en op de afgraving
- Zien vanuit de trein | landschap bekijken terwijl je er doorheen rijdt

- **Meerdere perspectieven door twee vertellers**

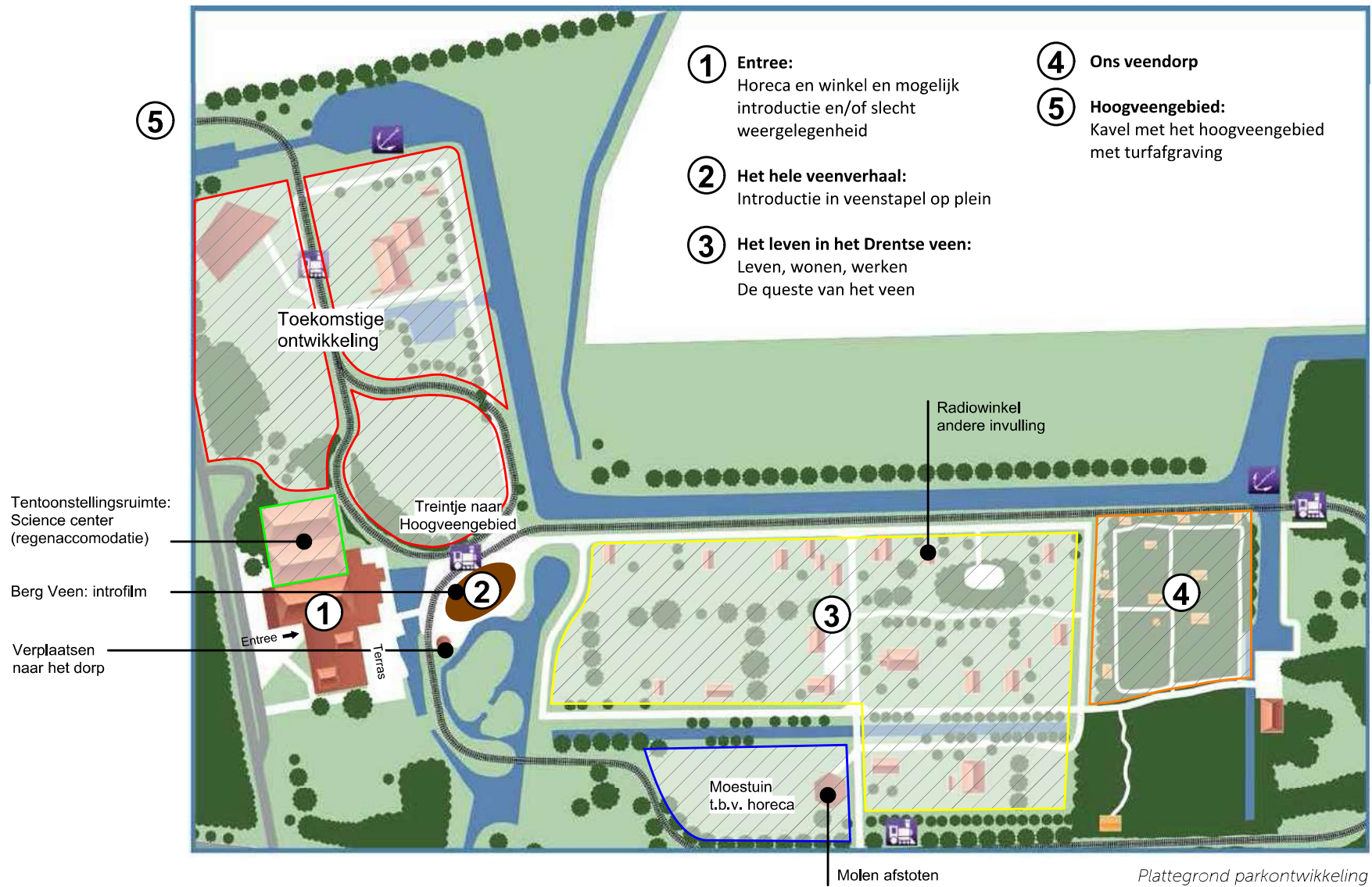
In het Veenpark worden verhalen vanuit meerdere perspectieven belicht. Dit scheidt de mogelijkheid om het gehele verhaal te vertellen, inclusief de rauwe randjes. De perspectieven worden, in plaats van door verschillende personen, verwoord vanuit twee personages (Lieske en Geert). Zo houden we het eenvoudig en goed volgbaar voor de bezoeker. Door middel van andere technieken, zoals re-enactment kunnen wel meerdere personen ten tonele gebracht worden. Deze mix van personen en perspectieven werkt goed bij deze doelgroepen, zowel voor volwassenen als kinderen.

Wat gaat het dan worden?

Het vernieuwde Veenpark worden een vernieuwende mix tussen een Science center en een Openluchtmuseum.

Buiten in het park, binnen in de huizen en binnen in het hoofdgebouw gaan bezoekers op een hands-on manier het verhaal van het veen ontdekken. Op diverse plekken zullen scenografische met (theater) effecten verwerkt worden. Zo maken we het verhaal levend en invoelbaar.





1. Entree, horeca & winkel

Je betreedt het Veenpark via het entreegebouw (1). Vervolgens kom je op het voorplein. Hier bevinden zich een horecagelegenheid en winkel, die openbaar zijn en blijven voor iedereen. Na aankomst kun je in de horeca plaatsnemen en genieten van heerlijke (lokale) producten. Of je gaat meteen door naar het Veenpark.

De inrichting van de horeca is tijdloos. Qua kleuren en uitstraling sluit het naadloos aan op het verhaal van het Veen (zie moodbeelden hierna).

De winkel biedt aantrekkelijke en inhoudelijk passende bestaande artikelen met Veenpark huisstijl door verpakking of kaartje. Ook nemen we een klein fooddeel op in het assortiment. Deze lokale producten komen van de eigen Veenpark bakkerij, van de plaatselijke slager en uit de nog te realiseren moestuin op het Veenpark. Lokale producten zullen in de horeca gebruikt blijven worden en daarna ook in de winkel te koop zijn.

Ook typisch Drentse producten worden aan het assortiment toegevoegd, zowel food als non-food. Ook willen we hiermee inspelen op actualiteit zoals bijvoorbeeld de Hunebed Highway, Van Gogh of de seizoenen. Functionele producten zullen hierbij ook een bescheiden plaats krijgen. Te denken valt aan opladers en regenkleding. Gezien de lengte van het bezoek is hier regelmatig vraag naar.



1. Entree, horeca & winkel



2. Introductie

Toegang tot het Veenpark krijg je door een draaihek waar je je kaartje in kunt stoppen (geen personeel nodig, wel controle).

Vervolgens zie je hem al liggen: de enorme veenhoop (2), de drager voor de contextgevende introductiefilm. Je stapt binnen. De geur van verbrand turf kruipt je neus binnen en je ziet een gloeiende veenhoop (screensaver voor film). Nog even en de film start.



2. Introductiefilm in veenhoop



Globale insteek film

"Iedere provincie heeft een eigen verhaal. Over hoe men in de jaren 20 van de 20e eeuw woonde, werkte en leefde (tijdslijn die vanuit de 21e eeuw terugzoekt naar de jaren 20 van de vorige eeuw). In Limburg hadden ze de kolenmijnen. In Flevoland kwam er nieuw land door de afsluitdijk, in Twente kwam de textielindustrie. En in Drenthe? Veen en turf! Boem in beeld, overal turf.

O ja, en natuurlijk hunebedden... Het was hier echt heel anders dan nu bij jou thuis. Was het pure armoede? Of was het soms ook heel rijk?"

Je ziet film- en fotobeelden uit die tijd.

In ieder geval was er een industriële revolutie gaande. En de Eerste Wereldoorlog was net geweest. Die industriële revolutie en die oorlog hadden grote gevolgen voor iedereen. Hier in Drenthe draaide het al vele jaren om veen en turf.

Hoe ontstond turf eigenlijk? Dan moeten we even heel ver terug in de tijd.

Zoeffff. Animatie van hoe veen ontstaat.

En weet je waar je het allemaal vinden konden, dat veen?

Geografische kaart. Zuidoost Drenthe er uitgelicht.

Met de veenput, die er nu nog steeds is.

Maar dat veen, dat is geen turf. Hoe zit dat dan?

Hoe was het om in die tijd te leven? Voor de pachter. Het kind. De veensteeker. De winkelier. De schooljuf. De kroeg.

Schets van die tijd.

En wat zie je daar nu nog van in het landschap? Waar gaan we in de toekomst op stoken? Zijn we nu blijer dan toen?

Stijl film

We gebruiken historisch beeldmateriaal als basis voor de film.

Om zaken van vroeger toch te kunnen laten zien, wisselen we het historisch beeldmateriaal af met animaties. Ook kunnen we met behulp van animaties processen goed verbeelden.



3. Het park

Nu je kennis heb gemaakt met het gehele veenverhaal en de grote context duidelijk is, vervolg je je weg in het park (3&4).

In dit gedeelte ga je allerlei huisjes bezoeken die je een unieke inkijk geven in het leven toendertijd. We kiezen hier voor één duidelijke tijd: de jaren twintig.

Door middel van scenografische settings en diverse media herhalen we in delen het totaalverhaal van de introductiefilm.

Daarnaast voegen we nog twee elementen toe:

1. Relevantie voor nu en in de toekomst

Door middel van vraaggestuurde content laten we bezoekers actief nadenken over de thema's en betrekken we het op zijn/haar eigen leven.

Voorbeeld turf:

- Hoe werd het vroeger gebruikt, gewonnen en verkocht?
- Waar maak jij je huis mee warm?
- Hoe doen we dat straks?
- Hoe kan jij energie besparen in huis en hoe ging dat vroeger?

2. Meerdere perspectieven

We bekijken het verhaal vanuit verschillende perspectieven. Zo ontstaat er een divers en compleet verhaal.

De perspectieven worden altijd verteld door de kinderen: Lieske en Geert. Door door het gehele park deze twee personages aan te houden worden zij een herkenbaar element.



3. Het leven in het Drentse veen
4. Ons veendorp

Thema per huisje

We kiezen voor drie duidelijke thema's die tezamen goed de tijdsgeest in kaart brengen:



Werken



Wonen



Leven in het veen

Per huisje kiezen we één thema om te verbeelden. Bijvoorbeeld:



Huisje veenarbeider | *Wonen in het veen*



Veldwachterswoning | *Sociale controle*
(van de kerk, politie, school, onderling)



Smederij en schilderswinkel | *Werktuigen voor het veen afgraven*



Stelmakerij en houtzagerij | *Werktuigen om het veen af te graven*

Kruidenierwinkel | *Voeding*

(wat eten we, wat kopen we, wat verbouwen we)



Schoenmakerswinkel | *Kleding*

Brugwachterswoning | *Infrastructuur en logistiek*

(boten, treinen, lopen, paard)



Arbeiderswoning | *Leven in huis*



Cafe | *Ontspanning en vertier*



School | *Educatie*



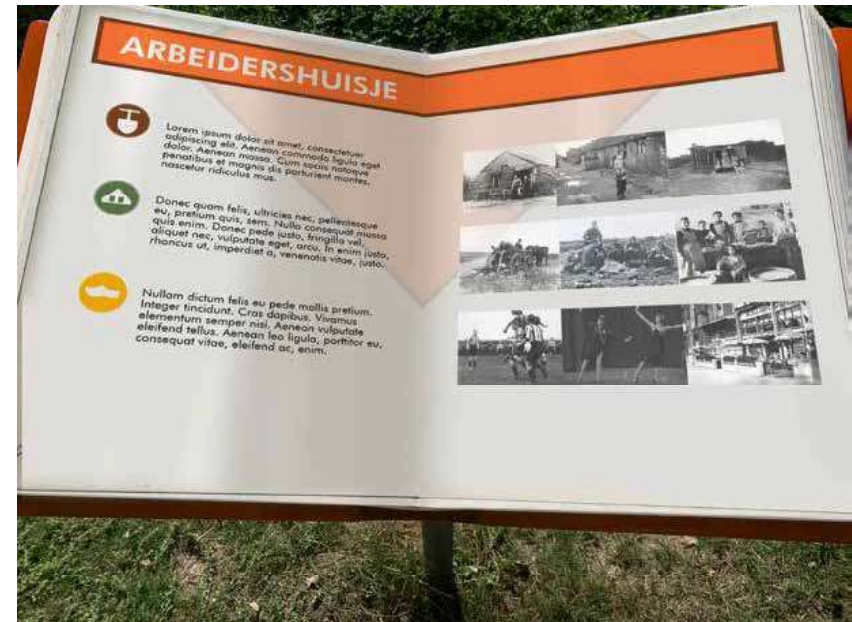
Kerk | *Het geloof en rituelen*

Ordering in elk huisje

In elk huisje houden we eenzelfde ordening aan. Zo wordt het duidelijk voor de bezoeker waar ze welke informatie kunnen vinden.

Bij of in ieder huisje vind je:

- Een boek (buiten) met:
 - Naam huisje
 - Picto van het thema (werken, wonen of leven in het veen)
 - Contextgevend foto's
 - Korte tekst | titel, samenvattende alinea en verdieping
- Scenografie
 - Inrichting in jaren 20 stijl. De bezoeker kan hier naar binnen en zien hoe de situatie er in die tijdperiode eruit zag.
 - Beamer/monitor met foto en filmmateriaal voor context
 - Effecten | kookvuur, soundscape, schommelstoel etc.
 - Hands-on en radio voor queste





De queste van het veen

Als onderdeel van je bezoek voegen we de *queste van het veen* toe.

Een queste is een zoektocht of een onmogelijke opdracht. Tijdens deze zoektocht moet je veel hindernissen, tegenslag overwinnen. Het is ook niet altijd zeker of je de opdracht haalt.

De queste van het veen speelt zich af in de het eerste deel van het park (kavels 1,3,4). Door middel van de queste leer je de thema's wonen, werken en leven in het veen op nog een andere manier kennen.

Onderwerp queste

Hoe kwam je vroeger met weinig geld toch rond?

Tijdens je bezoek aan het park kom je komt allerlei situaties tegen die je het hoofd moet bieden.

Onderwerpen zijn: ruilhandel, winkelnering, drankmisbruik, werkeloosheid, kopen op de pof, kinderarbeid op het veen, etc.

Hoe werkt de queste

Aan het begin van je bezoek krijg je een zakje met (plastic) munten mee, je x gulden loon.

In elk huisje kun je een radio vinden. Deze radio maakt je zoektocht mogelijk. Via de radio ontvang je namelijk tips en trics over hoe je de queste moet oplossen.

Antwoorden op de queste krijg je door onderweg diverse hands-on exhibits te spelen. De exhibits kun je alleen activeren met het geld dat je hebt mee gekregen. Lukt het jou om de juiste antwoorden te verzamelen met het geld wat je hebt verdiend? Of geef je te veel uit om een goed antwoord te krijgen?

Daarnaast zit er nog een addertje onder het gras: bepaalde muntstukken kan je alleen op 1 plek inleveren. En soms ontbreekt een munt en moet je iets zelf verzinnen.

ZAKJE MUNTEN Krijg je mee



QUESTE Krijg je mee



Geld: Activatie exhibit

Radio: Context en tip wat je moet doen

Exhibit: uitkomst is deeloplossing queste

EXHIBIT Kom je onderweg tegen



Kun jij ruiken uit welke ingrediënten deze maaltijd bestaat?

RADIO Kom je onderweg tegen



4. Hoogveengebied

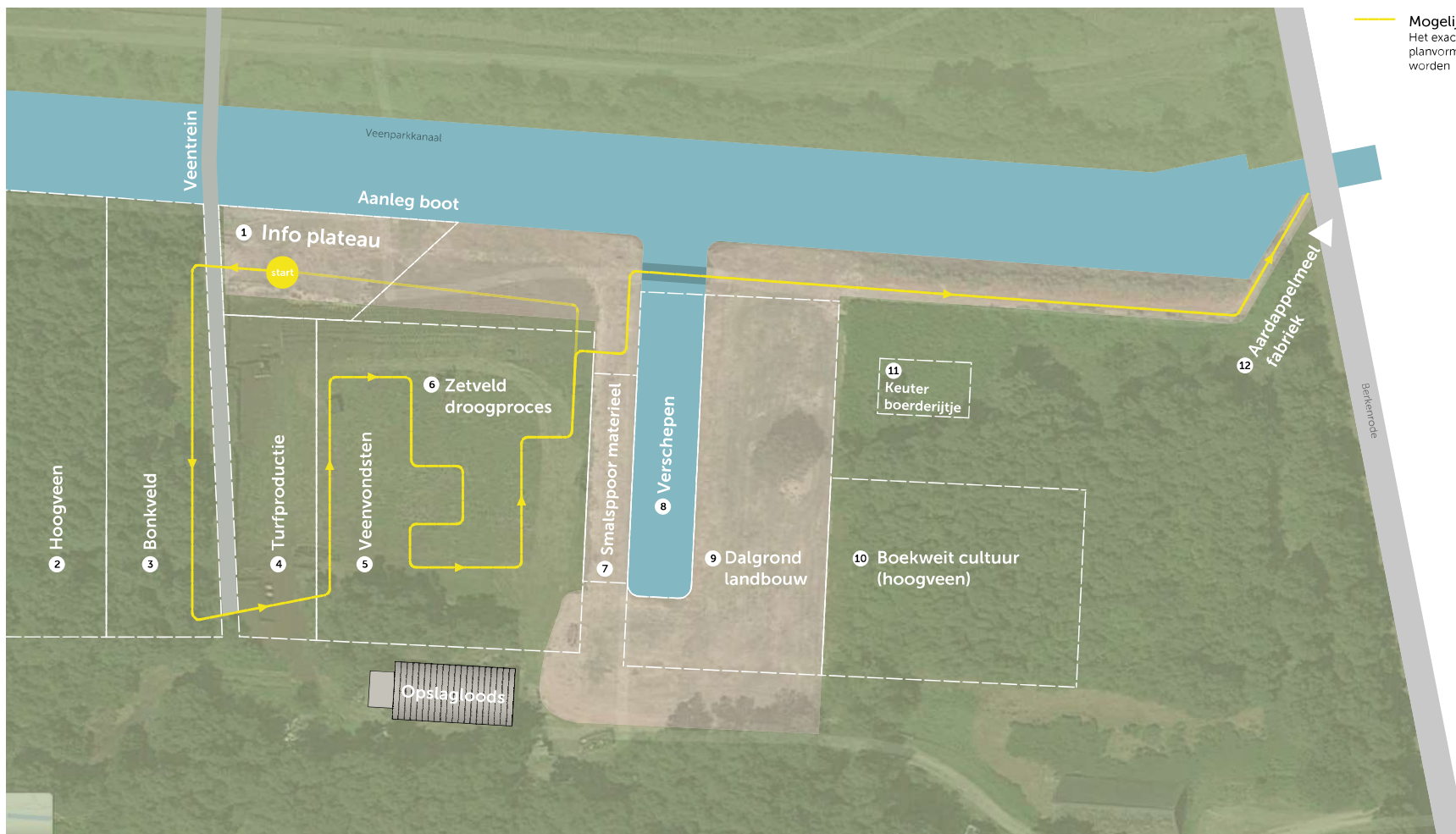
Na het bezoek aan de verschillende huisjes in jaren 20 stijl kun je op een turfschip of smalspoortrein stappen richting het hoogveengebied. Een uniek landschappelijk museaal topstuk: de laatste veenput (turfafgraving) van Nederland.

Bij aankomst op het plateau heb je goed overzicht over 4.000 jaar veenhistorie. Het ongerepte hoogveen gaat over in het deel van de turfproductie: het bonken, de afgraving, de veenvondsten, het zetveld en de gecultiveerde dalgrond en het agrarisch gebruik.

Iedereen ontvangt een persoonlijke uitleg door de turfsteker, de machinist of de schipper. De bezoekers volgen vervolgens 'het knuppelpad'. Dit wordt een voor iedereen toegankelijk pad dat alle onderdelen bereikbaar maakt en voor de juiste routing zorgt. Je wordt meegenomen naar het verleden en geïnformeerd over de vervening in al zijn facetten.

Langs een klein boerderijtje met werktuigen en materialen verlaat het pad de vervening en komt uit bij de aardappelmeelfabriek. Dit monument van agrarische ontwikkeling in de veenkoloniën, biedt meer dan voldoende ruimte voor een extra, nog te realiseren, beleving met betrekking tot 4.000 jaar veen en de Drentse agrarische ontwikkeling na de vervening. Een ontwikkeling van een innovatieve sector.



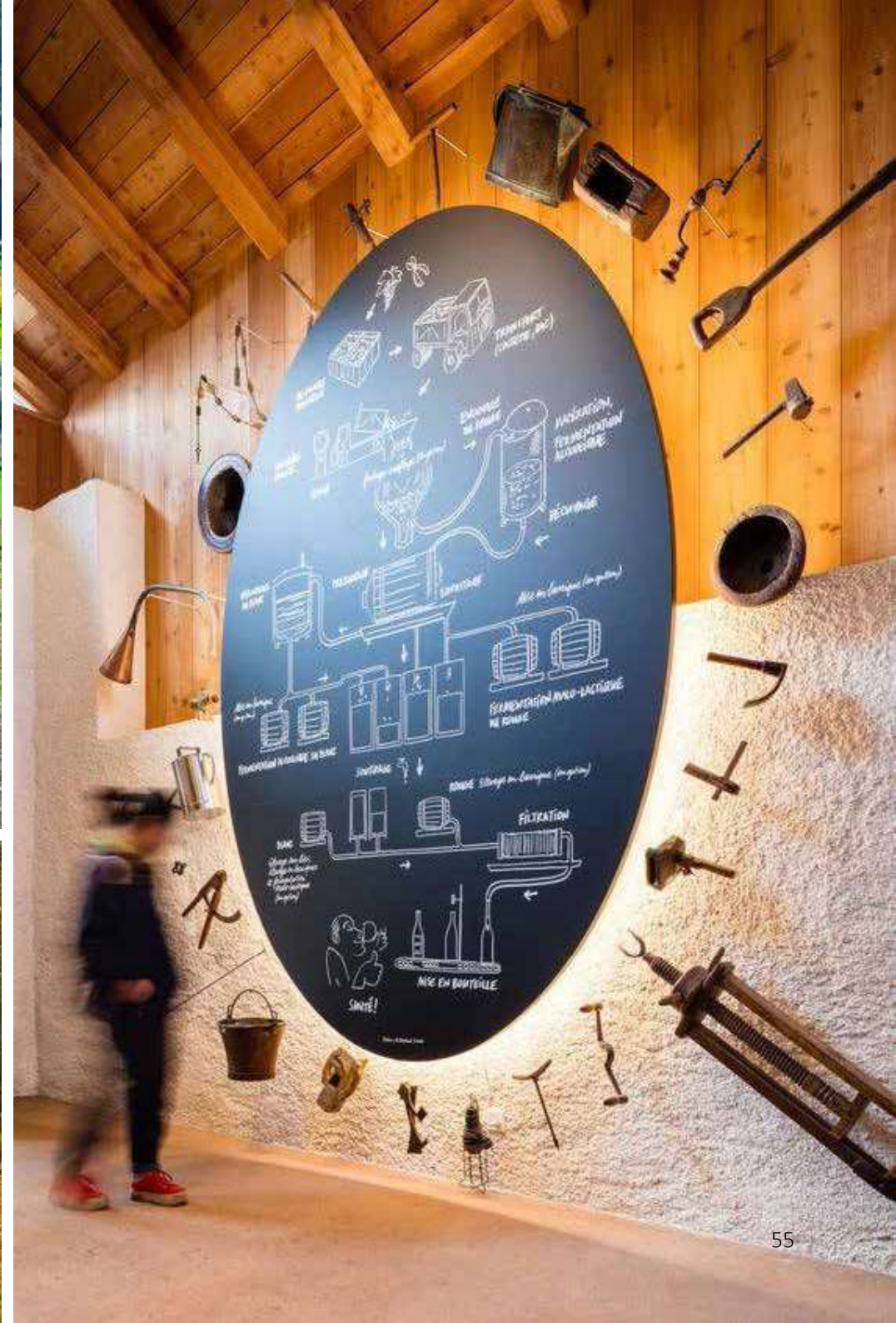


Mogelijke routing
 Het exacte padenstelsel moet in de planvorming nog verder uitgewerkt worden

Plattegrond Hoogveengebied

De basis is er, maar nu wordt het tijd om een groter plan tot uitvoer te brengen:

- Afronden grondwerk
- Aanleg houten pad/weg
- De toegankelijkheid van de veenput moet sterk worden verbeterd. En dan niet een eeuwenoud knuppelpad maar we blijven in de buurt met een houten weg, vlonder, geschikt voor voetgangers, rollators en rolstoelers.
- Verbinding Aardappelmeelfabriek, aanleggen pad, en verbeteren brug
- Enscenering
Situaties en materieel op het zetveld en de landbouwakker
- Restauratie turfschip
Om in het zijkanaal te leggen en te laden
- Restauratie stoomlocomobielen
- Informatievoorziening
- Vervangen van de tijdelijke infopanelen door een conceptmatig ontwerp met multimedia
- Bouw van een klein boerderijtje
- Expositie in de aardappelmeelfabriek over de overgang van veen naar landbouw



5. Science center

Bij de entree is er een vrolijke en frisse ruimte met een science center opstelling. Een science center is een tentoonstelling waar mensen, wat ons betreft altijd samen, moeilijke onderwerpen ontdekken en onderzoeken met een laagdrempelige en toegankelijke spel. Hiermee leer je op een andere manier het veenverhaal kennen. Van hieruit kunnen we ook linken leggen naar nu, naar andere energiebronnen maar ook naar de eigen leefwijze. Hier wordt ook de vraag gesteld: hoe doe jij dit nu? Hier is het ervaren en leren door samen te doen.

Er zijn een heel aantal spellen te doen met diverse onderwerpen. Je kunt ze los spelen. Om discussie te bevorderen, doe je alle spellen samen. Dit is leuk voor kinderen onderling maar ook voor ouders en kinderen. De spellen zullen zowel hands-on als digitaal zijn, danwel een combinatie hiervan. Met het ontwikkelen wordt gezorgd dat de exhibits hufterproof zijn en goed te onderhouden.

Het science center is overdekt en biedt daarom met slecht weer een goed alternatief. Ook voor klassen is dit een interessante ruimte die aansluit bij de leerdoelen. De ervaring leert dat mensen hier vaak lang blijven. De winkel en de horeca is dichtbij en dat kan extra aanloop geven.

Je kan dit science center bezoeken voordat je het park in gaat en ook als je het park uitkomt. Of twee keer: er is genoeg te beleven!



6. Science center



Grondstoffen - Rohstoffe

Samenvatting bezoekerservaringen

	Beleven	Kijken	Doen	Proeven
Contextgevende introductiefilm	×			
Queste			×	
Openluchtmuseum		×		
Park		×		
Moestuin			×	×
Trein/boot	×			
Turfafgraving			×	
Science center			×	
Horeca				×
Events	×			

Schematische weergave bezoekerservaringen



Bezoekerservaringen



Wat schrijven bezoekers over het Veenpark op Instagram?



Job
10 jaar
Met zijn opa Johan en oma Ingrid
Uit Groningen



Job_jo! • Volgend
Groningen, Nederland

Job_jo! Het Veenpark is sick. Geen saai museum maar lekker spellen spelen in een soort NEMO. Buiten losten opa en ik een soort raadsel op. Ik wil graag met school nog een keer! Dan kan je ook nog turfsteken. En met de boot.

+

Izzie 😎
2 d. 3 vind-ik-leuk Reageren

Ingrid Was heerlijk met jou jongen!
5 d. 1 vind-ik-leuk Reageren

Pieter_co Joo! Daar wil ik ook heen

♡ 💬 📌



Ingrid
63 jaar
Uit Hooghalen



Ingrid_vd_A • Volgend
Hooghalen, Nederland

Ingrid_vd_A Hoe heerlijk zo buiten in het openluchtpark langs het nostalgische Drentse dorp met treintje (met mijn zere been). Genoten van het spelen van mijn kleinzoon en de gesprekken over vroeger met hem. In de winkel zo'n lekkere Drentse koek gekocht voor thuis.

Franka Wat heerlijk Ingrid!
2 d. 3 vind-ik-leuk Reageren

Klaas_P Daar wil ik ook heen:)
5 d. 1 vind-ik-leuk Reageren

Hansepans Ik kom voor die koek hoor!

Icons: heart, comment, share, bookmark



Johan
68 jaar
Uit Hooghalen



Johan_71 • Volgend
Hooghalen, Nederland

Johan_71 Eindelijk een plek waar HET verhaal van Drenthe wordt verteld: het Veenverhaal. Fijn om dit met mijn kleinzoon te bespreken: hier komen we vandaan. Niet van de hunebedden. Dit heeft ons Drenthe Drenthe gemaakt. Prachtig onderhouden park

Margje helemaal waar! :)
2 d. 3 vind-ik-leuk Reageren

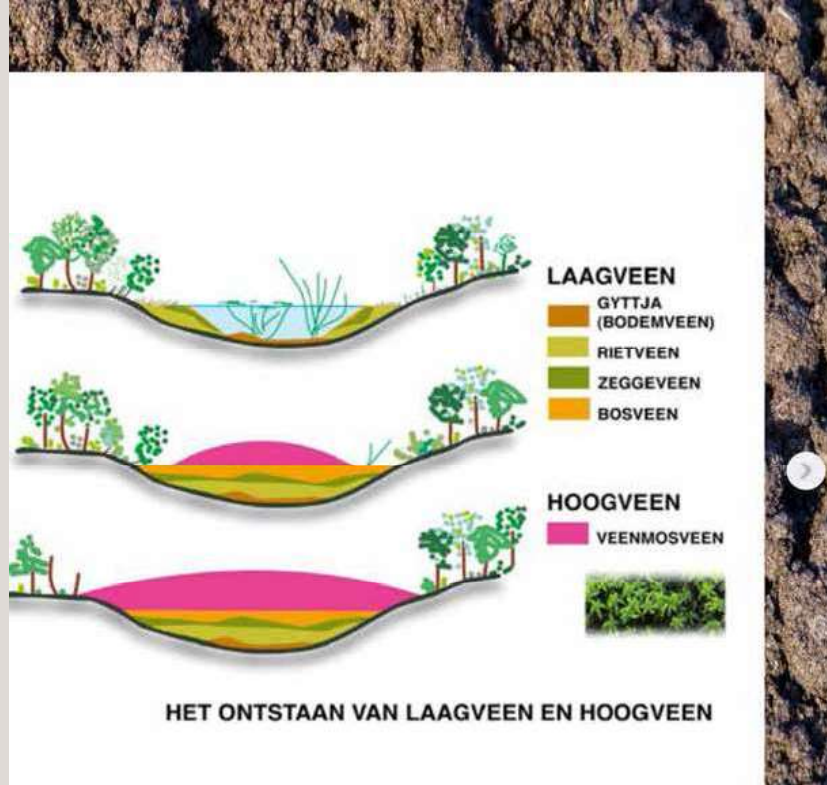
Bert_21 mooi Johan!
5 d. 1 vind-ik-leuk Reageren

Hansepans Veenpark is top

Icons: heart, comment, share, bookmark



Suela
12 jaar
Uit Assen



Nafie
9 jaar
Uit Amsterdam





Janneke

35 jaar

Samen met Vava (41), Jessy (9) en Amber (12)

Uit Houten, op vakantie bij Landal



Vava

41 jaar

Samen met Janneke (35), Jessy (9) en Amber (12)

Uit Houten, op vakantie bij Landal



Janneke-HC • Volgend
Houten, Nederland

Janneke-HC Zowel bij regen als bij zonneshijn is hier van alles te doen voor ons allemaal samen. Fijne afwisseling van bezigheden voor een echt dagje! 4 uur was eigenlijk te kort. En we hebben Drenthe leren kennen: gastvrij ontvangen, heerlijk gegeten in een gemoedelijke sfeer.

Joep_53 Goed idee, ga ik ook doen.
2 d. 3 vind-ik-leuk Reageren

Gerrit_Ger Drenthe is ook mooi!
5 d. 1 vind-ik-leuk Reageren

Marieke_HL Wij gaan ook!



Vava-VA • Volgend
Houten, Nederland

Vava-VA De film over de geschiedenis van het Veen was een eye-opener: de mooie, lelijke, rijke en arme kant van het turfsteken had ik me nooit beseft. Het heeft Drenthe letterlijk en figuurlijk gevormd. Ik kon hierdoor nog beter met de kids de queste spelen. En het openluchtmuseum: genoten van de sfeer in het groene park.

Karel_V Klinkt als een heerlijke vakantie
2 d. 3 vind-ik-leuk Reageren

Olga_D O dat is ook wat voor ons:
5 d. 1 vind-ik-leuk Reageren

Jinte_S Goed is die film he?!
5 d. 1 vind-ik-leuk Reageren