



LofarZone in Drenthe – een astronomische bestemming!

Waar rust de ruimte vindt...

Waar verleden, heden en toekomst met elkaar verenigd worden...

Niels Kloosterman
Sandra Scholten

Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs
Saxion Hogescholen, Deventer



LofarZone in Drenthe – een astronomische bestemming!

Waar rust de ruimte vindt...

Waar verleden, heden en toekomst met elkaar verenigd worden...

Auteurs:

Niels Kloosterman	2311214	HT4VA
Sandra Scholten	2310338	HT4VA

Niels Kloosterman Barbiershoeve 236 7326 DD, Apeldoorn 055-5414697 06-10432665 2311214@student.saxion.nl n.kloosterman@zonnet.nl	Sandra Scholten Van Laakstraat 6 8121 HE, Olst 0570-562680 06-51699904 2310338@student.saxion.nl san_scholten@hotmail.com
--	---

Examinator Saxion Hogescholen:

Euphemia Laturake
f.e.laturake@saxion.nl

Opleiding:



Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs
Saxion Hogescholen
Deventer

Datum:

11 mei 2007

Voorwoord

Voor u ligt het productverslag voor het project LofarZone. Hierin willen wij de ideeën presenteren die wij hebben ontwikkeld voor ons afstudeerproject. Het Lofar-project kan hiermee dusdanig commercieel vermarkt gaan worden, dat er een economische spin-off kan ontstaan voor de gehele regio rondom het centrale gebied en met name Exloo.

Een aantal mensen willen wij in het bijzonder bedanken voor het toereiken van waardevolle informatie en adviezen.

Euphemia Laturake, onze examinerator in het afstudeerproces, heeft ons uitstekend begeleid en bijgestaan en ons voorzien van relevante feedback bij onze deelproducten.

Daarnaast hebben wij een waardevolle dag beleefd in en om Exloo waarin wij zijn rondgeleid door Peter Bennema van de Astron. Ook buiten deze dag hebben wij hem altijd kunnen aanspreken voor adviezen en informatie, zowel telefonisch als via email. Onze dank gaat ook uit naar de burgemeester van Exloo, mevrouw Slagman-Bootsma en de heer Te Nijenhuis, met wie Peter Bennema voor ons een gesprek heeft geregeld tijdens ons eerste bezoek aan het gebied.

In een tweede bezoek aan Exloo hebben wij gesprekken gehad met de heren Kieft (directeur Planetron, Dwingeloo) en Tuin (eigenaar Diner-Café Bussemaker, Exloo). Zij hebben ons van veel relevante informatie voorzien en feedback gegeven op de ideeën zoals deze door ons tot dan toe waren ontworpen. Ook de heren Wiechers (manager Boomkroonpad, Drouwen) en Wolters (manager Hunebedcentrum, Borger) hebben zich bereid verklaard ons van informatie en feedback te voorzien.

Wij denken tot enkele innoverende en inspirerende ideeën te zijn gekomen waar ons inziens de Lofar-Tafel zeker haar voordeel mee kan doen als zij daadwerkelijk besluit tot een commerciële vermarkting van het project.

Wij wensen u veel leesplezier!

Niels Kloosterman
Sandra Scholten

Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs
Saxion Hogescholen, Deventer.

Samenvatting

*Astronomie, verleden, heden en toekomst, pure wellness, zorgtoerisme en Lofigeren.....
dé nieuwe sleutelwoorden van het vanaf nu gemoderniseerde Drenthe!*

Om sprankelende, nieuwe en verfrissende ideeën te verkrijgen voor LofarZone heeft de Stichting Lofar-Tafel een wedstrijd georganiseerd onder enkele Hogescholen in Nederland. Middels dit rapport zijn unieke en innoverende concepten ontwikkeld, toegespitst op integrale gebiedsontwikkeling vanuit toeristisch en recreatief oogpunt, welke tot een economische spin-off voor het gebied moeten leiden.

De toeristische en recreatieve sector is heden ten dage teveel opgesloten in het eigen vakgebied, waardoor samenhang in het productaanbod en regionale binding missen. Beeldverhalen en thema-vermarkting zijn de oplossing. Hiermee kunnen gemakkelijk de kernkwaliteiten van een gebied gekoppeld worden om zo samen sterk vermarkt te kunnen worden. Drenthe zal bekend moeten worden als zorg- en astronomische provincie waar verleden, heden en toekomst zich met elkaar verenigen. De provincie zal een geheel gemoderniseerd imago krijgen, waar niet alleen gewandeld en gefietst kan worden in een rustige en groene omgeving zoals nu.

Om aan deze belofte te voldoen, presenteert dit rapport enkele interessante concepten die allen met elkaar samenhangen. Het hoofdidee betreft het vernieuwende '(G)Astronomisch Centrum Drenthe', een innovatief gebouw met een 'Lofar Start Hier' informatiecentrum, een uniek astronomisch gethematiseerd wellnesscomplex genaamd 'Thermen Spa'ce' en een modern wellnessrestaurant waarvan de naam 'Sterallure' luidt.

In 'Thermen Spa'ce' kan men één of meerdere dagen heerlijk ontspannen en/of zichzelf verzorgen in een rustgevende astronomische ruimte. Het complex bestaat uit diverse ruimtes, waaronder een grote centrale ruimte waar men zich waant in het immense indrukwekkende heelal. Ook is er een hamam, een spiritualiteitsruimte waar men volledig tot zichzelf kan komen, een fitnesszaal, een beautysalon waar massages en behandelingen mogelijk zijn en een unieke poollichtruimte. Het laatste betreft een afkoelruimte met prachtige poollichtschilderingen -projecties.

Binnen het Lofar-informatiecentrum 'Lofar Start Hier' zal men op interactieve wijze kennis maken met het doel van de grootste radiotelescoop en zal men allerlei verwante informatie kunnen vergaren. Ook is een kleinschalige winkel geïntegreerd waar wellness-, Lofar- en Drentse streekproducten te koop zijn. Hiernaast worden vanuit dit punt allerlei folders en andersoortig promotiemateriaal van overige toeristische en/of recreatieve ondernemingen verspreidt en kunnen hier diverse arrangementen worden geboekt.

Het wellnessrestaurant Sterallure biedt de mogelijkheid overheerlijk te dineren op een gezonde wijze. Er zal gekookt worden met biologische eerlijke producten en ambachtelijke streekproducten. Men heeft in het restaurant een prachtig uitzicht op de uitgestrekte groene LofarZone. Ook 's avonds zal men mooi uitkijken op het gebied door het kunstproject 'Lofarlicht in de Duisternis'. Met dit initiatief zal elke antenne voorzien worden van een felle LED-lamp welke in een bepaald patroon van kleur verandert per antenneveld. 's Avonds zal dit vanuit het centrum een indrukwekkend effect geven en is het ook zeer interessant voor andere recreanten in de LofarZone.

Om het (G)Astronomisch Centrum Drenthe te versterken en samenhang met andere toeristische en recreatieve ondernemingen te creëren, zijn er twee versterkende ideeën ontwikkeld. Zo zou het perfect zijn om de oude stoomtreinroute in Borger-Odoorn terug te brengen van Emmen tot en met de LofarZone. Dit zal moeten gebeuren in de vorm van een spectaculaire Back to the Future Line, waarbij men vanuit Emmen (heden) letterlijk teruggaat naar de toekomst (de LofarZone met ultramoderne apparatuur waarmee duizenden jaren teruggekeken wordt in het verleden). Door deze prachtige route wordt op entertainende wijze een perfecte koppeling gelegd met het

(G)Astronomisch Centrum Drenthe en bijvoorbeeld het Noorderdierenpark Emmen en Kabouterland in Exloo.

De weg kwijt raken is vanaf heden verleden tijd! Echter niet alleen de stoomtreinroute lost dit op. Een uniek modern initiatief is geboren....Lofigeren! Een werkwoord dat niet meer weg te denken zal zijn in Nederland. In de gemeente Borger-Odoorn zullen diverse ondernemingen gekoppeld worden aan een innovatief Lofigatie-netwerk. Het betreft een Bluetooth- en GPS- navigatienetwerk. Elke deelnemer zal zich kunnen aansluiten met haar eigen moderne verlichte Lofigatiepaal. Recreanten zullen via het netwerk op zeer entertainende wijze door het gebied geleid worden met een mobiel of een GPS-systeem. De blauwverlichte Lofigatie-palen zullen dienen als de gemoderniseerde ANWB Paddenstoelen welke Nederland bekend is.

Met de verfrissende genoemde ideeën zijn diverse samenwerkingen en daarmee interessante arrangementen mogelijk. Zo zal de provincie vermarkt moeten worden met Drenthe's Astronomische Driehoek, waarin LofarZone, het Planetron en de Westerbork Radiotelescopen samen sterk staan om Drenthe tot dé interessante astronomische provincie van Nederland te kunnen maken. Hiernaast is er een Back to the Future Card ontwikkeld waarbij toeristische en recreatieve ondernemingen langs de stoomtreinroute een unieke kans krijgen om zich op aan te sluiten en te profiteren van elkaars bezoekers. Door middel van de pas zullen diverse kortingen aangeboden worden bij elkaar, waar de consument van kan profiteren. Als laatst is een interessant Stone Arrangement bedacht waarbij het Hunebedcentrum te Borger en het (G)Astronomisch Centrum samenwerken. Het initiatief richt zich op de Nordic Walking trend in combinatie met de wellness-trend. Inspanning en ontspanning worden verenigd met als core Nordic Stone Walking en een versoepelende Hot Stone Massage.

Het doel is dat de genoemde concepten winstgevend zullen worden met toeristische aantrekkingskracht, om zo een economische spin-off voor de regio te kunnen behalen. Hiertoe zal een algemene brede doelgroep getrokken moeten worden, namelijk:

Jongeren, volwassenen en ouderen in de leeftijd vanaf 6 tot en met ongeveer 70 jaar met over het algemeen een modaal tot boven modaal inkomen uit kleine en middelgrote gemeentes van Noord- en Midden-Nederland en Duitsland vlak over de grens. Men is open en ondernemend, doet een aantal uitstapjes per jaar, zoekt ontspanning en ontsnapping aan de dagelijkse 'sleur' en wil gezond en fit door het leven gaan.

Voor het hoofdidee is een marketingplan opgesteld, waarin naar voren komt dat op basis van concurrentie de entreprijs is vastgesteld op €26,50 voor de gehele dag en €19,50 voor de avond vanaf 18.00 uur (de openingstijden zijn van 10.00 tot 24.00 uur). Het initiatief zal gevestigd worden in het hart van de LofarZone, en er zullen 48 fte's nodig zijn om het centrum te kunnen laten draaien. Het project zal gepromoot moeten worden met haar unique selling points astronomie, hamam, fitnesszaal in een wellnesscentrum, het wellnessrestaurant en het Lofigeren. Ook Drenthe zal erin naar voren moeten komen als dé wandel- en fietsprovincie bij uitstek, groen, rust, ruimte, natuur, hoge leefkwaliteit, cultuurhistorie, het Noorderdierenpark Emmen en uiteraard vanaf nu astronomie!

Het (G)Astronomisch Centrum zal rond de 5 á 7 miljoen kosten en zal gefinancierd moeten worden door bijvoorbeeld een grote zorgverzekeraar. Uitvoering kan door lokale ondernemers, als zorginstellingen, restaurants en het VVV. Enkele mogelijke subsidiemogelijkheden zijn het POP, SGB, ICES, ILG, SORETD, KITS, EFRO, Plattelandsstructuurfonds, Grondwaterfonds en de Voorziening milieumaatregelen gebiedsgericht Beleid. Het kunstproject 'Lofarlicht in Duisternis' kan gefinancierd worden door de antennes ter 'adoptie' te stellen in ruil voor promotie.

Met de ontwikkeling van het centrum moet rekening gehouden worden met het Provinciaal Omgevings Plan (POP II), Bestemmingsplannen buitengebied gemeente Borger-Odoorn en het Hunzeproject.

Rekeninghoudend met alle bovengenoemde facetten zal Drenthe met het Lofar-project één van dé toeristische trekpleisters vormen van de komende jaren!

Inhoudsopgave

Voorwoord	
Samenvatting	
Inleiding	6
1. Integrale gebiedsontwikkeling	7
1.1 Het vormen van beeldverhalen	8
1.2 Kernwaarden en kwaliteiten Drenthe	8
1.3 Visie	
2. Achtergrondschets ideevorming	9
2.1 Thema-vermarkting	9
2.2 Ideevorming	10
3. Productbeschrijving LofarZone	11
3.1 Hoofdidéeën	11
3.1.1 (G)Astronomisch Centrum Drenthe	11
3.1.1.1 Thermen Spa'ce	14
3.1.1.2 Horeca	17
3.1.1.3 Lofar Start Hier	18
3.1.2 Lofarlicht in de Duisternis	19
3.2 Versterkende ideeën	20
3.2.1 Back to the Future Line	20
3.2.2 Lofigeren	21
4. Mogelijke arrangementen en samenwerkingen	23
4.1 Drenthe's Astronomische Driehoek	23
4.2 Back to the Future Card	25
4.3 Stone arrangement	25
5. Strategisch Marketingplan	27
5.1 Doelstellingen	27
5.2 Doelgroepkeuze	27
5.3 Marketingplan	28
5.3.1 Product	28
5.3.2 Prijs	28
5.3.3 Plaats	28
5.3.4 Promotie	29
5.3.5 Personeel	30
6. Haalbaarheid	31
6.1 Financieel	31
6.1.1 Globale kosten en omzet (G)Astronomisch Centrum Drenthe	31
6.1.2 Opbrengst voor het gebied	32
6.1.3 Subsidiëring en financiering	32
6.2 Wet- en regelgeving	33
6.3 Concurrentie	34
6.4 Trends en ontwikkelingen	34
6.5 Welke partijen kunnen het uitvoeren	35
6.6 SWOT-analyse	35
7. Conclusies	36
Literatuur	37
Bijlagen	39
1. Algemene relevante trends en ontwikkelingen m.b.t. LofarZone	40
2. Plattegronden (G)Astronomisch Centrum Drenthe	41
3. Trends en ontwikkelingen op het gebied van wellness	45
4. Gedetailleerde productinformatie invulling Thermen Spa'ce	47
5. Wellnessarrangementen	50
6. Uitwerkingen doelgroepsegmentatie	51
7. Algemene informatie (G)Astronomisch Centrum Drenthe	54
8. Personele bezetting (G)Astronomisch Centrum Drenthe	55
9. Kosten-, om- en afzetcalculaties (G)Astronomisch Centrum Drenthe	56
10. Uitwerking SWOT-analyse	59

Inleiding

LofarZone is het project dat is opgezet door stichting de Lofar-Tafel¹. Voor dit project zijn in wedstrijdvorm interessante en innoverende ideeën ontwikkeld en verzameld welke het Lofar-project nabij Exloo zullen moeten versterken. Aan de wedstrijd wordt deelgenomen door Hogeschoolstudenten vanuit verscheidene studierichtingen en instellingen, waaronder ook Saxion Hogescholen te Deventer.

Lofar, ontwikkeld en met name gerealiseerd door de Astron², gaat de grootste radio-telescoop ter wereld vormen met een gekoppeld sensornetwerk van circa 25.000 antennes. Het centrale gebied van dit netwerk zal gevestigd worden op een terrein van 320 hectare nabij Exloo en Buinen in de provincie Drenthe.

De insteek vanuit onze opleiding Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs, is dit project vanuit het vakgebied waarvoor wij opgeleid worden te benaderen en hierin oplossingen en ideeën te bedenken tot commerciële vermarkting van het project. Het doel is een economische spin-off te bereiken voor de regio in en om dit centrale gebied en met name Exloo.

In dit project hebben wij toegewerkt naar een totale vermarkting van het gebied door middel van geïntegreerd toeristisch beleid. Kernwaarden en -kwaliteiten van het gebied staan hierbij voorop en vormen het uitgangspunt tot invulling ervan. Dit heeft geleid tot een visie waarbij de focus is gelegd op tot nu toe onderbelichte kernkwaliteiten astronomie en zorg.

Met het bovenstaande als basis voor het project, hebben we toegewerkt naar enkele zeer concrete planconcepten, arrangementen en mogelijke samenwerkingen, die uitstekend uitgevoerd kunnen worden binnen deze visie. Juist deze concretisering van ideeën komt tegemoet aan de insteek vanuit de Lofar-Tafel: het creëren van inspirerende vernieuwende ideeën welke door ondernemers opgepakt kunnen worden.

De concrete planconcepten alsmede de ontwikkelde visie zijn hiermee in het teken gezet van het bevorderen van de bekendheid van het gebied in relatie tot de mogelijkheden om met de Lofar-activiteiten een economische spin-off voor het gebied te bereiken.

Het verslag is als volgt onderverdeeld:

Ten eerste staat in hoofdstuk 1 de integrale gebiedsontwikkeling centraal, welke als uitgangspunt diende voor het ontwikkelen van onze ideeën voor de LofarZone. In Hoofdstuk 2 wordt een achtergrondschets gegeven met betrekking tot de ideevorming van verschillende concepten en hoe dit in de loop van het project is geëvolueerd tot de definitieve planvorming. Hoofdstuk 3 staat in het teken van de beschrijving van de verschillende definitieve planconcepten, waarin twee hoofdideeën en twee versterkende ideeën naar voren zullen komen. In hoofdstuk 4 worden arrangementen en samenwerkingen beschreven waarin de ontwikkelde concepten geïntegreerd zullen worden.

Het strategisch marketingplan zal beschreven worden in hoofdstuk 5, met aandacht voor de bekende 5 p's. Dit wordt gevolgd door de haalbaarheid in hoofdstuk 6, waarin de financiële haalbaarheid, wet- en regelgeving, trends en ontwikkelingen, concurrentie, partijen die de plannen uit kunnen voeren en de SWOT aan bod zullen komen. Afsluitend zullen in hoofdstuk 7 de conclusies gegeven worden.

¹ De stichting Lofar-Tafel is opgericht om mogelijke ideeën voor het vermarkten van Lofar in Drenthe te verzamelen, sturen en verwezenlijken (<http://www.lofarzone.nl>)

² Astron, Netherlands foundation for research in astronomy – <http://www.astron.nl>

Hoofdstuk 1 | Integrale gebiedsontwikkeling

Een benadering waarbij integrale gebiedsontwikkeling centraal staat heeft als uitgangspunt gediend bij het ontwikkelen van onze ideeën. Uitgaande van conclusies uit het rapport 'Groeten uit Holland, Qui è fantastico!' (VROM-raad, 2006), vormt vrije tijd en toerisme een drager van ruimtelijke kwaliteit. De raad gaat uit van het belang van een regionale focus en een meer vraaggerichte ontwikkeling. Het rapport gaat in op de huidige situatie van de toeristische en recreatieve sector en stelt vast dat dit momenteel teveel opgesloten zit in de eigen sector. Het productaanbod vertoont hierdoor te weinig samenhang en regionale binding.

In dit hoofdstuk wordt het vormen van beeldverhalen in relatie tot de kernkwaliteiten en trends en ontwikkelingen weergegeven. Vervolgens volgt hieruit onze visie met betrekking tot Drenthe en specifiek het Lofar-gebied.

1.1 Het vormen van beeldverhalen

Inspirerend verbeelde, regionale verhalen vormen een belangrijk middel om regionale sectoren binnen vrije tijd en toerisme te integreren en te mobiliseren. Het ontwikkelen van regionale (beeld)verhalen prikkelt investeerders, producenten en bestuurders om mogelijke en wenselijke toekomst te bedenken en deze samen te verwezenlijken. Het gaat hier niet zozeer om een plan of een 'brand' in de technische betekenis van het woord, maar om enthousiasmerende beelden en verhalen van mogelijke regionale toekomst, die partners in het cluster van vrije tijd en toerisme aanzetten tot gemeenschappelijke investeringen.

Deze beelden en verhalen leggen idealiter de koppeling tussen aanwezige ruimtelijke kwaliteiten en nieuwe economische kansen en functioneren als een integrerend scharnierpunt tussen diverse sectoren. De regionale beelden en verhalen kunnen deze functies uiteraard alleen vervullen, als ze worden verbeeld en geschreven door partijen die er concreet belang bij hebben (stakeholders). (VROM-raad, 2006)

Zoals hierboven staat geciteerd, ontstaat middels beeldverhalen binding tussen het productaanbod, wordt de koppeling gelegd met de kernkwaliteiten van het gebied en functioneren de verhalen als integrerend scharnierpunt tussen diverse sectoren. De raad benadrukt in het rapport dat het gaat om de ontwikkeling van dynamische gebiedsgerichte verhalen, die enthousiasmeren tot meedenken en meedoen. Dit met name omdat een diversiteit van partijen er op de lange termijn brood in ziet, letterlijk en figuurlijk.

Nieuwe economische kansen zullen middels beeldverhalen ontstaan waardoor de beoogde economische spin-off bereikt kan worden voor het Lofar-gebied. Met betrekking tot het project van de Lofar-Tafel is in dit project gefocust op het vormen van beeldverhalen in relatie tot het Lofar-project.

Wij menen het vormen van deze beeldverhalen te bereiken door het gebied te vermarkten in de thema's 'astronomie' en 'verleden, heden en toekomst'. De keuze voor en onderbouwing van deze thema's staat uitgewerkt in hoofdstuk 2. Door middel van deze thema-vermarkting krijgt het gebied haar eigen identiteit. Deze branding is van groot belang omdat het aansluit op het belevenisconcept: middels de genoemde thema's krijgen bezoekers de mogelijkheid en vrijheid de eigen verbeelding te laten spreken en dit ook daadwerkelijk te beleven.

Ook voor de verschillende bedrijfssectoren en individuele ondernemers biedt thema-vermarkting nieuwe perspectieven waarbij een (onderscheidende) creatieve invulling mogelijk wordt. Op deze wijze zal een gezond ondernemersklimaat gecreëerd worden waarin marktwerking nog steeds mogelijk is.

Wij hebben enkele concrete planconcepten en versterkende ideeën ontwikkeld (zie hoofdstuk 3) die bijdragen aan de thema-vermarkting van astronomie en verleden, heden en toekomst en welke Drenthe en Borger-Odoorn met betrekking tot Lofar op de

kaart zetten. Onze ideeën zullen extra unique selling points gaan vormen voor de regio waardoor de beoogde economische spin-off bereikt zal worden. Deels zal dit ontstaan door de ideeën zelf, maar ook grotendeels door de samenwerking die mogelijk wordt met diverse partijen die zich aan de concepten kunnen verbinden.

1.2 Kernwaarden en kwaliteiten Drenthe

Bij de ontwikkeling van onze plannen zijn de kernwaarden en kwaliteiten van de provincie in relatie tot trends en ontwikkelingen door ons onderzocht. Dit is tot uiting gekomen in de researchpaper 'Identiteit en imago-onderzoek provincie Drenthe in relatie tot trends en ontwikkelingen op het gebied van toerisme en recreatie' (Kloosterman, 2007). De uitkomsten hiervan zijn in onze ideeën in verband gebracht met de genoemde thema-vermarkting en medebepalend geweest voor de invulling van het Lofar-gebied.

Uit de conclusies van dit onderzoek staan hieronder de voornaamste gegevens vermeld, die specifiek van toepassing zijn op onze uiteindelijke ideeën. Met de ontwikkeling hiervan is ook daadwerkelijk ingespeeld op, en rekening gehouden met deze informatie. De kernkwaliteiten van Drenthe vormen:

- de aanwezigheid van veel cultuurhistorische kenmerken, waaronder een grote archeologische collectie (bijvoorbeeld de hunebedden), vele cultuurhistorische landschappen als esdorpen en koloniedorpen, maar ook kampterrein Westerbork.
- de aanwezigheid van veelzijdige natuurlandschappen.
- volop actieve en sportieve mogelijkheden (wandel-, fiets-, en ruitersport, maar ook auto- en motorsport)
- de aanwezigheid van wetenschappelijke toepassingen, waaronder ook de ontwikkeling van het Lofar-project.

Deze kernkwaliteiten zijn gekoppeld aan relevante trends en ontwikkelingen op het gebied van toerisme en recreatie. Met de door ons ontworpen ideeën is hiermee rekening gehouden en op ingespeeld. De belangrijkste trends die terugkomen in onze ideeën staan weergegeven in bijlage 1.

1.3 Visie

In de hierboven beschreven kernkwaliteiten, trends en ontwikkelingen hebben wij vooral kansen en mogelijkheden gezien in de vermarkting van de Drenthe als **zorg-** en **astronomische** provincie. Astronomie is in Drenthe volop aanwezig en middels onze plannen wordt dit beeld verder versterkt en zal dit gaan bijdragen als een van de unique selling points van de provincie. Daarnaast vormt zorgtoerisme een opkomende trend waarbij Drenthe alle mogelijkheden in huis heeft hier adequaat op in te kunnen spelen. Die kans zal zij dan ook zeker naar zich toe moeten trekken.

In deze twee vormen is vooral de focus gelegd op tot nu toe ondergeschoven kernkwaliteiten. Niet zozeer de al duidelijk aanwezige waarden als cultuur en natuur hebben het uitgangspunt gevormd, hoewel deze natuurlijk nog altijd wel een uitstekende basis en kwaliteit bieden voor koppelingen hiermee in onze arrangementen.

Ook zien wij in Drenthe, met name in het gebied rondom Lofar, kernkwaliteiten waarin zowel **verleden**, **heden** als **toekomst** worden verbeeld. Hierdoor zijn er vele toeristisch-recreatieve concepten mogelijk waarin deze drie waarden met elkaar verenigd kunnen worden.

In het volgende hoofdstuk zal de ideevorming aan de orde komen, waarin elementen uit de genoemde geïntegreerde toeristische aanpak terug te vinden zijn. De focus is hierbij gelegd op het Lofar-project, waardoor een concrete vertaling is ontstaan van het beschreven beleid met betrekking tot gebiedsontwikkeling. Ook zal een aangegeven worden hoe de regio direct en indirect kan profiteren van onze invulling van het Lofar-gebied.

Hoofdstuk 2 | Achtergrondschets ideevorming

Hieronder wordt duidelijk hoe wij hebben toegewerkt naar de vorming van onze uiteindelijke ideeën, die verderop in dit rapport uitgebreid beschreven staan.

Wij zijn het project begonnen in februari 2007. Hierdoor hebben wij onder andere de eerste bijeenkomstssessie vanuit Lofar gemist, waardoor veel informatie voor ons ontbrak en wij nog geen beeld hadden kunnen vormen van Lofar en het omliggende gebied.

Daarom is er allereerst een bezoek gebracht aan Lofar (Exloo) en de omliggende omgeving, waarbij we zijn rondgeleid en informatie hebben verkregen van dhr. Bennema van de Astron. We hebben tijdens deze dag veel ideeën kunnen opdoen en hebben dit later in een brainstormsessie uitgebreid tot ideeën in relatie tot de volgende thema's:

- Astronomie (naar aanleiding van het Lofar-project is dit in een breder perspectief geplaatst aangezien de eigenlijke Lofar-antennes zelf weinig aantrekkingskracht hebben)
- Verleden, heden en toekomst (onder andere gebaseerd op de relativiteitstheorie van Einstein; waarbij het bijvoorbeeld mogelijk is dat een astronaut niet verouderd ten opzichte van de achterblijvers, wanneer hij of zij reist met bijna de snelheid van het licht). Hiermee zijn wij op de ideeën voor een wellnesscentrum en 'tijdreizen' gekomen.



Uit het identiteits- en imago-onderzoek Drenthe (Kloosterman, 2007), blijkt dat de door ons gevormde ideeën erg goed onderbouwd kunnen worden wanneer gekeken wordt naar de identiteit en het imago van de provincie Drenthe. Ook worden onze ideeën gestaafd door de diverse genoemde trends en ontwikkelingen die gaande zijn in de toeristische en recreatieve sector. Er liggen verschillende kansen en mogelijkheden voor Drenthe die wij middels onze plannen menen te ondersteunen en waarmee geïntegreerd toeristisch beleid mogelijk kan worden gemaakt voor de commerciële vermarkting rondom Lofar.

2.1 Thema-vermarkting

Er is bewust gekozen voor het vermarkten van de ideeën in thema's. Het belang hiervan is reeds aan de orde gekomen in hoofdstuk 1; het vormen van regionale beeldverhalen.

Met het thema astronomie willen wij vooral Drenthe de identiteit van 'dé astronomische provincie van Nederland' gaan meegeven. De ontwikkelde ideeën moeten dit versterken en in dit geval specifiek gaan toespitsen op het gebied rondom Lofar. Het thema moet een mysterieus imago gaan meegeven aan het gebied. Drenthe zal vanaf heden de mogelijkheid bieden dit te verkennen en ontdekkingen te doen!

Het thema 'verleden, heden en toekomst' speelt deels op het thema astronomie in. Het vormt meer een versterkend thema dan dat het echt bedoeld is voor commerciële vermarkting. Het plaatsen van de ideeën in dit thema geeft aan dat Drenthe alle drie dimensies in huis heeft; prehistorische eigenschappen, uiteraard het heden, maar ook nieuwe moderne toepassingen zoals het Lofar-netwerk. Het onderscheidende aspect van dit toekomstige systeem is dat hiermee juist weer verder in het verleden kan worden gekeken.

Met het thema zal dus vooral het imago gewekt moeten worden dat Drenthe allesomvattend is; het verleden, heden en toekomst kunnen met elkaar worden verenigd. We zullen dit thema vooral uitwerken in onze versterkende ideeën en in de vermarkting van mogelijke arrangementen, welke in hoofdstuk 4 terugkomen.

2.2 Ideevorming

Na een schifting te hebben gemaakt binnen onze ideeën naar wat echt ondersteunend, realistisch, origineel en onderscheidend is voor Lofar, zijn de volgende ideeën naar voren gekomen die wij hierbij willen voordragen aan de Lofar-Tafel:

Hoofdideeën

- (G)Astronomisch bezoekerscentrum, met daarin een Lofar-informatiecentrum, wellnesscentrum, wellnessrestaurant en winkel waar informatie, Lofar-merchandising en streek- en wellnessproducten te verkrijgen zijn. Een eventuele combinatie met de VVV is ons inziens mogelijk in het informatiecentrum.
- Kunst/inrichting van de centrale Lofar-velden

Versterkende ideeën

Daarnaast hebben wij nog enkele ideeën over de totale vermarkting van het gebied en hoe dit nog aantrekkelijker kan worden gemaakt in de nabije toekomst. We zijn daartoe tot enkele versterkende ideeën gekomen die minder concreet zijn uitgewerkt, maar waarvan we de Lofar-Tafel zeker niet willen onthouden:

- Het in ere herstellen van de oude stoomtreinroute die in het verleden vanaf Emmen, langs Exloo, richting Buinen liep.
- GPS-systemen / Bluetooth toepassingen waarmee bezoekers op entertainende wijze rondgeleid kunnen worden door het gebied.

Daarnaast zijn er enkele samenwerkingen en arrangementen ontwikkeld, waarin bovengenoemde concepten concreet tot uiting zullen komen in de vermarkting van deze plannen in relatie tot de genoemde thema's. Dit zal behandeld worden in hoofdstuk 4.

Hoofdstuk 3 | Productbeschrijving LofarZone

In dit hoofdstuk worden twee concrete productuitwerkingen beschreven die in het kader van het Lofar-project door ons ontwikkeld zijn. Ook enkele versterkende ideeën worden in dit hoofdstuk omschreven. Dit betreffen ideeën met een minder concrete uitwerking, maar zijn ons inziens interessant genoeg om benadrukt te worden in relatie tot de elders genoemde thema-vermarkting.

3.1 Hoofdideeën

Onder deze paragraaf zal aandacht worden besteedt aan de twee ontwikkelde hoofd-ideeën, namelijk het innoverende '(G)Astronomisch Centrum Drenthe' en het kunstproject 'Lofarlicht in de duisternis'.

3.1.1 (G)Astronomisch centrum Drenthe

Voor het Lofar-project is het (G)Astronomisch Centrum Drenthe ontwikkeld. Dit complex zal uit drie departementen bestaan. Het gaat om de volgende ruimtes:

- Het Wellnesscentrum: [Thermen Spa'ce](#) – 'Waar rust de ruimte vindt'
- Horeca: lounge-ruimte en wellnessrestaurant [Sterallure](#)
- Informatiecentrum met winkel: [Lofar start hier](#)

Het (G)Astronomisch Centrum is dé plek waar het vinden van rust in een ruimtelijke omgeving centraal staat. Daarnaast vormt het het ideale startpunt van vele arrangementen in de LofarZone; vanuit hier kunnen Lofar en het omliggende gebied uitstekend verkend worden.

Er is gekozen voor de typerende naam (G)Astronomisch centrum Drenthe, omdat gastronomische en astronomische elementen zich in dit gebouw verenigen. Natuurlijk sluit deze benaming en invulling daarnaast aan op het genoemde thema astronomie en wordt middels het informatiecentrum de koppeling gelegd met Lofar.

Het concept zal een oppervlakte beslaan van ongeveer 1920 m². Er is 1320 m² nodig voor het gebouw en 600 m² buiten. In totaal zal inclusief ruimte op de eerste verdieping 1820 m² vloer in het centrum zijn. Met tuin komt het dus in totaal neer op 2420 m².

Hiernaast zal er voldoende parkeerruimte moeten komen om het beoogde bezoekersaantal van minimaal 50.000 in het wellnesscentrum in het eerste jaar en de verwachte groei ervan, ruimte te bieden. Uitwerkingen hiervan zijn te vinden in paragraaf 6.1.1. Het zal neerkomen op 200 parkeerplaatsen, wat ongeveer 2500 m² zal beslaan. Om het natuurgebied niet teveel aan te tasten is het de beste optie om dit vorm te geven in een ondergrondse parkeergarage onder het (G)Astronomische Centrum.

Een andere optie is om een stoomtreinhalte te plaatsen bij de ingang van het complex en een parkeerplek te gebruiken een stuk buiten de LofarZone. De stoomtreinroute wordt later uitgewerkt in paragraaf 3.2.1.

Het (G)Astronomisch centrum Drenthe zal versterkt worden door de combinatie met het kunstproject "Lofarlicht in de duisternis". Deze wordt verderop in dit hoofdstuk uitgewerkt.

De plaats

Het (G)Astronomisch Centrum zou ons inziens perfect geplaatst kunnen worden op de opgekochte grond door Astron tussen de wegen Velddijk, Achterste velddijk en de Beeksdijk, waar momenteel nog een boerderij is gevestigd (Exloërweg).

Er zijn weinig bomen en het is een uitgestrekt natuurlijk gebied, waardoor er een prachtig uitzicht ontstaat. Dit biedt interessante mogelijkheden voor het project. Deze

plaats is namelijk zeer gunstig gelegen ten opzichte van de Lofar-antennes, waardoor ze overdag goed te zien zijn, maar belangrijker, 's avonds zijn te bewonderen met het kunstproject 'Lofarlicht in de duisternis'. Menig bezoeker zal gefascineerd raken door het unieke panorama-uitzicht.

Het gebouw zal ten westen geplaatst worden van de kern van Lofar, zoals in de figuren 1, 2 en 3 is te zien. De tuin, het wellnessbalkon en het uitzicht vanuit het restaurant zijn gedraaid naar het zuidoosten. Het belangrijkste is dat het centrum op deze manier het beste uitzicht biedt op de Lofar-antennes die 's avonds in ware kunstwerken ontpoppen.



Fig. 1 Drenthe

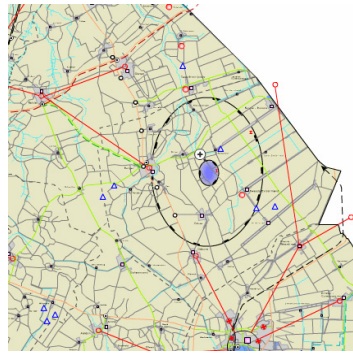


Fig. 2 Omgeving Borger-Odoorn

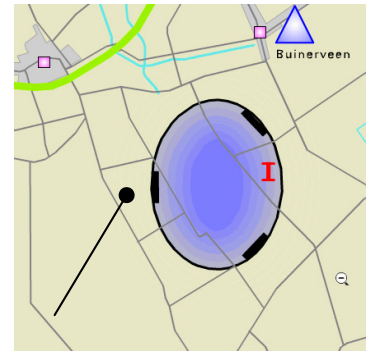


Fig. 3 Vestiging (G)Astro Centrum

Onderstaande foto's geven de mogelijke locatie weer waar het (G)Astronomisch Centrum ons inziens het beste gevestigd zou kunnen worden.



Fig. 4 Vestigingsplaats (G)Astronomisch Centrum Drenthe



Fig. 5 Uitzicht op het centrale Lofarveld



Fig. 6 Uitzicht vanaf begin Hondsrug op vestigingsplaats (G)Astronomisch Centrum Drenthe

Het gebouw

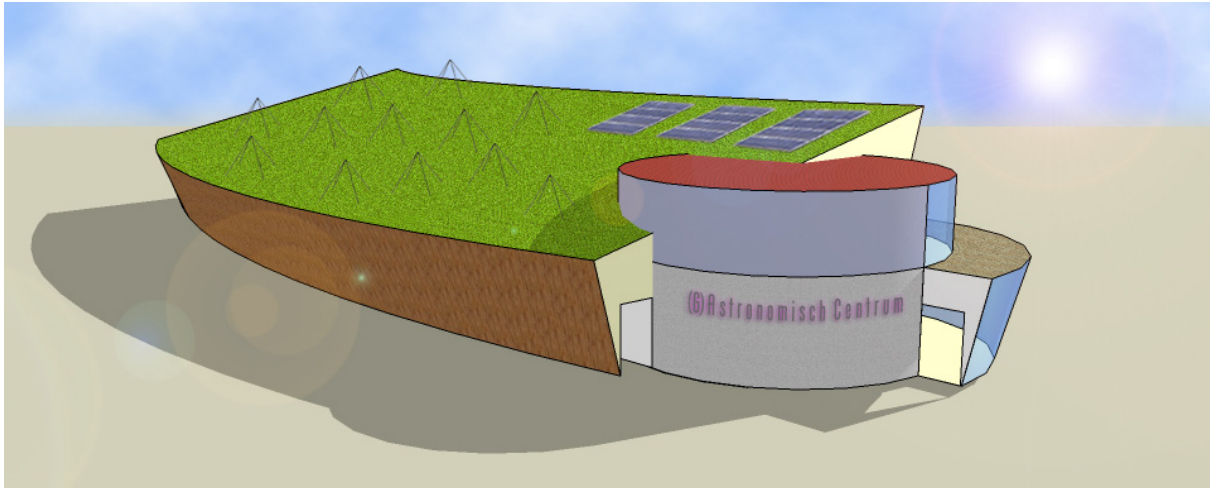


Fig. 7 Globale 3D-impressie (G)Astronomisch Centrum

Het centrum is zodanig vormgegeven dat verschillende doelgroepen van elkaar gescheiden blijven en zo dus geen overlast van elkaar zullen ondervinden. Dit is duidelijk te zien in bijlage 2, waarin de gedetailleerde uitwerkingen van de inrichting van het gebouw zijn weergegeven.

Naast het centrum zal er zoals eerder vermeld voldoende parkeerruimte moeten zijn. Dit beslaat echter een grote oppervlakte en zal dus ten koste zou gaan van veel kostbare landbouwgrond of natuurgebied. Hierom zou het verstandig zijn dit vorm te geven in een parkeergarage onder het centrum. Zo blijft de natuur bespaart en is er zo min mogelijk overlast voor de flora en fauna van het gebied. Hiernaast past het beter bij het aanzicht van het gebied.

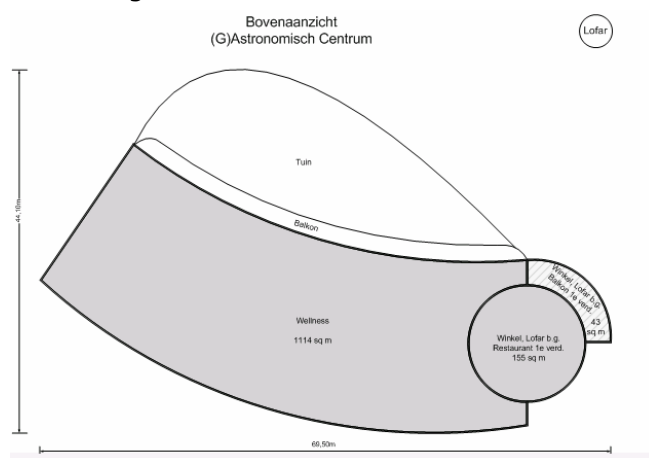


Fig. 8 Bovenaanzicht (G)Astronomisch Centrum

De grote ruimte is bestemd voor wellness en bevindt zich op de begane grond. In de ronding en het kwart rechtsboven zijn op de begane grond een Lofar-informatiecentrum en een kleine winkel te vinden. Op de eerste verdieping is in de ronde ruimte een openbaar restaurant en in het kwart een balkon waar ook eettafels staan. Hiernaast zijn op de eerste verdieping een keuken, een wellnessrestaurant, een balkon voor het wellnesscentrum en toiletten te vinden. In bijlage 2 is alles in detail weergegeven.

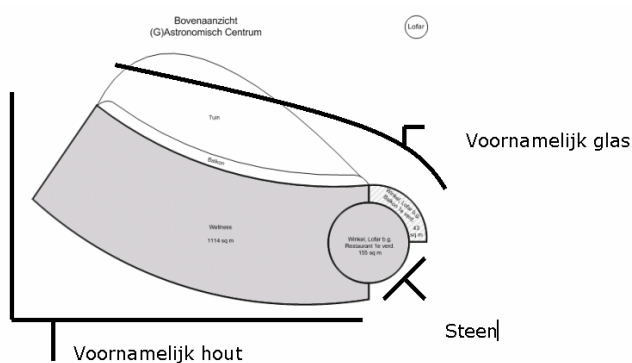


Fig. 9 Aanduidingen materiaalgebruik buitenkant centrum

Buitenkant

In het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen, moet het gebouw aan de buitenkant voor een groot gedeelte uit (FSC-)hout bestaan. Dit past tevens goed bij een wellnesscentrum en zal in het natuurgebied ook zeker niet misstaan. Hiernaast is het dak bedekt met heide en loopt het van de kant van de weg schuin omhoog, zodat men vanaf de weg op het dak kan kijken.

Uit het artikel *'Balkenende pleit voor groene daken'* (ANP, 25 april 2007) blijkt dat groene daken steeds populairder worden. "Groene daken hebben een positief effect op de luchtkwaliteit, zorgen voor minder stookkosten en voor meer natuur in de stad", aldus Balkenende. De trend staat in het teken van duurzaamheid.

Met het (G)Astronomisch Centrum Drenthe spelen we in op deze trend en verbreden we het ook naar het platteland. Wij menen het gebouw op deze manier beter bij de omgeving te laten passen en hierin te integreren. Vanwege het schuine dak zullen bezoekers vanaf de weg en de Hondsrug niet tegen een groot log gebouw aankijken, maar zal het gebouw vanwege de overwegend groene aanblik 'verdwijnen' in het achterliggende landschap.

Op het groene dak zullen ook Lofar-antennes worden geplaatst om zo een meetgebied na te bootsen; wellicht kunnen er zelfs werkende antennes geplaatst worden. Om het energieverbruik aanzienlijk te kunnen verminderen kiezen wij voor het plaatsen van zonnepanelen langs de bovenrand van het schuine dak. De focus met betrekking tot de exploitatie van het gebouw zal liggen op duurzaamheid; Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen is een issue waaraan niet meer ontkomen kan worden (De Gelderlander, 2006). Zo zal er gebruik gemaakt gaan worden van groene stroom.

De kant van het gebouw met het uitzicht op het Lofar-gebied zal voornamelijk van glas zijn. Op deze manier is de mogelijkheid gecreëerd om vanuit sommige ruimtes tijdens gezette tijden het unieke natuurgebied ook van binnenuit te kunnen aanschouwen.

Binnenkant

De binnenkant van het gebouw zal vormgegeven worden in het thema astronomie. Zo zal boven het centrale zwembad en in andere ruimtes een sterrenhemel nagebootst worden door glasvezelkabels te verbinden aan een lichtprojector en/of LED-verlichting.

Zoals te zien is in figuur 9, is de kant met het uitzicht op het gebied met de Lofar-antennes voornamelijk van glas. Echter overdag moeten de gasten zich binnen in het complex in het mysterieuze rustgevende heelal wanen. Om dit te kunnen bereiken, zal een donkere ruimte gecreëerd moeten worden. Dit is eenvoudig te realiseren door middel van blinderende zonweringschermen, die in de ochtend en middag naar beneden zijn en tegen zonsondergang de gehele avond omhoog kunnen. Op deze manier kunnen de gasten 's avonds ook van binnenuit naar de prachtige sterrenhemel turen. Om binnen in de verschillende donkere ruimtes met sterrenhemels niet volledig in de duisternis te verkeren, zal er allerlei sfeerverlichting geplaatst worden. Niet alleen aan de muren en plafonds, maar ook de verschillende baden zullen met gedempte verlichting uitgerust worden.

3.1.1.1 Thermen Spa'ce

Thermen Spa'ce is de belangrijkste faciliteit binnen het (G)Astronomisch centrum Drenthe. De naam Spa'ce staat voor de wellnessterm spa en is ook gerelateerd aan astronomie met space. Samen vormt het de toepasselijke naam 'Thermen Spa'ce'. Het betreft een volledig astronomisch gethematiseerd wellnesscentrum. Bezoekers zullen zich in een ruimtelijke omgeving wanen, waarin astronomie in alle facetten zal terugkeren in de inrichting. 's Avonds zal het mogelijk zijn vanuit het gebouw het landschap te aanschouwen en de sterrenhemel te verkennen. Zoals elders vermeldt zal dit beeld worden versterkt door het kunstproject 'Lofarlicht in de Duisternis'.

Met het centrum zal ingespeeld worden op diverse trends op het gebied van wellness, welke beschreven staan in bijlage 3. In tegenstelling tot vele andere wellnesscentra zal het in Thermen Spa'ce verplicht zijn badkleding te dragen. Dit zal naar onze mening het centrum toegankelijker maken, wat zal leiden tot het aanspreken van een grotere doelgroep, zie paragraaf 5.2.

Op de volgende pagina worden de kenmerken en faciliteiten per ruimte aangegeven. Hierin is vooral gefocust op hoe de bezoeker elke ruimte zal ervaren. De feitelijke concrete invulling staat weergegeven in bijlage 4.

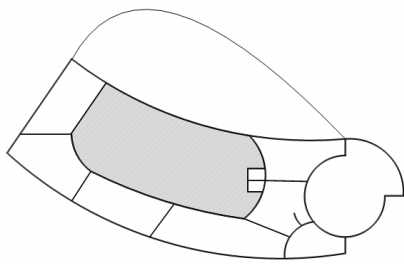


Fig. 10 Centrale ruimte

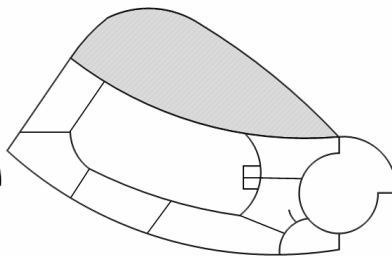


Fig. 11 Tuin

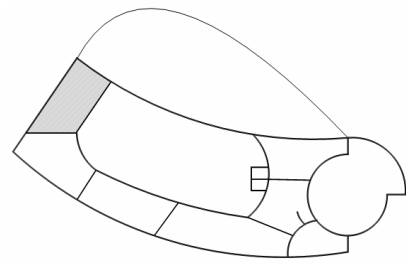


Fig. 12 Poollichtruimte

Centrale ruimte (figuur 10)

De centrale ruimte is een donkere sfeervolle ruimte van 460 m². Men zal tot rust komen onder een adembenemende sterrenhemel, gecreëerd door glasvezelprojectie. 's Middags zal het centrale deel geblindeerd worden door zonweringschermen en 's avonds zal het opengaan om zo de echte sterrenhemel te kunnen bewonderen.

Binnen de ruimte is een adembenemend mooi en groot thermaal zwembad gefaciliteerd, welke naar buiten doorloopt. Ook kan men genieten in diverse whirlpools, sauna's en andere baden, waarvan de meeste faciliteiten compleet in het teken van astronomie staan.

Tuin (figuur 11)

De tuin beslaat maar liefst 600 m² en biedt een prachtig uitzicht over het Lofar-gebied. Ook 's avonds zal menig bezoeker gefascineerd raken door het prachtige schouwspel 'Lofarlicht in de duisternis'. In de tuin is een thermaal buitenzwembad te vinden dat doorloopt naar binnen. Hiernaast zijn er sauna's en gethematiseerde whirlpools waarbij een zwart gat uit het heelal gesimuleerd wordt. Alles wordt omringd door een heerlijke grote ligweide met comfortabele ligbedden.

Poollichtruimte (figuur 12)

De poollichtruimte is een unieke koude ruimte van 100 m² met uitzicht op de tuin. In deze lichte ruimte met prachtige beschilderingen van het zeldzame poollicht (figuur 13) op de muren en het plafond, kan men op vernieuwende manieren en technieken afkoelen. Ook bevindt zich in deze ruimte de toepasselijke Kelo sauna, welke is gemaakt van dennenbomen afkomstig ter hoogte van de poolcirkel.



Fig. 13 Poollicht
[http://nl.wikipedia.org/wiki/Afbeelding:Polarlicht_2.jpg]

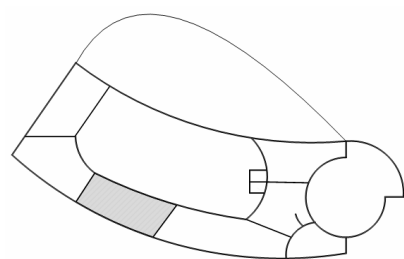


Fig. 14 Hamam

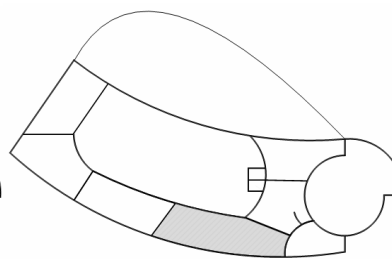


Fig. 15 Beautyruimte

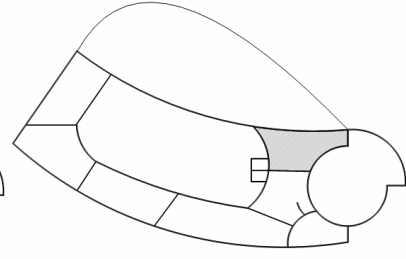


Fig. 16 Wellness fitnesszaal

Hamam (figuur 14)

De hamam in het wellnesscentrum is puur genieten in een warme comfortabele omgeving van 100 m². Het vormt een unique selling point van het centrum. In geheel Noord-Nederland (Groningen, Friesland, Drenthe en Overijssel) zijn namelijk geen hamams te vinden, blijkt uit 'Wellnessonderzoek' (Scholten, 2007). Het gedeelte betreft een rustige donkere ruimte met een sterrenhemel door glasvezelprojectie, waarin men kan relaxen op een grote verwarmde marmeren plaat, in een Turks stoombad of op verwarmde banken. De hamam is pure weldaad voor lichaam en geest!

Beautyruimte (figuur 15)

Het beautygedeelte is een ruimte van 140 m² welke geheel in het teken staat van ontspannende lichaamsverzorging. Het bestaat uit een donkere zonnehemelruimte met diverse zonnehemels met daarboven wederom de fascinerende sterrenhemel door glasvezelprojectie. Ook zijn er meerdere donkere massageruimtes in dezelfde sfeer en is er een beautysalon gefaciliteerd. Het laatste maakt verschillende arrangementen mogelijk waarin uiterlijke verzorging centraal staat.

Wellness fitnesszaal (figuur 16)

Uit het 'Wellnessonderzoek' (Scholten, 2007) is gebleken dat wellness en fitness steeds meer met elkaar worden verenigd. Ook in bijlage 3 komt deze trend terug.

De wellness fitnesszaal is een ruimte van 80 m² met uitzicht op het mooie uitgestrekte Lofar-gebied en waarin op kleine schaal fitnessmogelijkheden worden aangeboden. Men krijgt de mogelijkheid optimaal aan de gezondheid te werken. Naast ontspanning kunnen er ook inspanningen worden geleverd wat samen perfect ten goede komt aan lichaam en geest. Hierdoor zijn vele sportieve koppelingen met wellness mogelijk wat tot uiting kan komen in diverse arrangementen, zie een voorbeeld in bijlage 5.

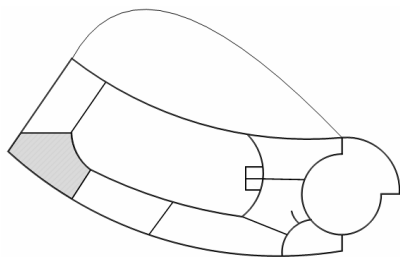


Fig. 17 Spiritualiteitruimte

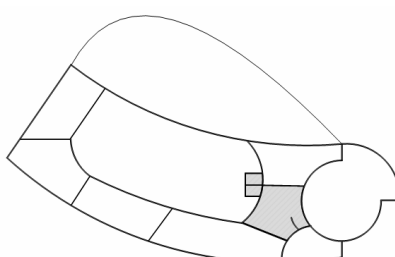


Fig. 18 Kleedruimtes en toiletten

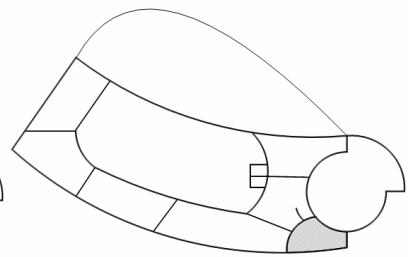


Fig. 19 Receptie

Spiritualiteitruimte (figuur 17)

De spiritualiteitruimte is een unieke donkere ruimte van 100 m² met een sterrenhemel via glasvezelprojectie. De ruimte springt in op de opkomende spiritualiteitstrend (zie bijlage 3) en past perfect bij wellness. In deze afdeling kan men volledig tot zichzelf komen door deel te nemen aan meditatieclinics en/of te genieten van een indrukwekkende geprojecteerde zonsverduistering in een duistere rustkamer.



Fig. 20 Zonsverduistering
[<http://www.kennislink.nl/astronet/zoneclips/images6/burch1.jpg>]

Kleedruimtes en toiletten (figuur 18)

De kleedruimtes in de vorm van kleine omkleedhokjes en de toiletten op de begane grond beslaan samen een oppervlakte van 80 m². Gratis kluisjes zijn hier beschikbaar.

Receptie (figuur 19)

De receptie bestaat uit een grote desk in een ruimte van 45 m². Het staat ver van de ingang waardoor men bij binnenkomst een ruimtelijk gevoel krijgt. Ook in deze ruimte wordt aandacht besteedt aan het astronomische thema.

Wellnessarrangementen

Uiteraard biedt Thermen Spa'ce net als andere wellnesscentra in Nederland enkele arrangementen aan welke uitgebreid kunnen worden met overnachtingsmogelijkheden in een nabijgelegen hotel. Enkele zeer interessante voorbeeldarrangementen met de toepasselijke namen 'Slimme Maandag', 'Star Treatment', 'Down to Earth', 'Hot Shot Hamam', 'Koken met Sterren', 'Warmte Tegenpool' en 'De Zevende Hemel' zijn in bijlage 5 kort beschreven.

3.1.1.2 Horeca

Binnen het (G)Astronomisch Centrum wordt een mooi en gezond wellnessrestaurant gevestigd. Het restaurant bevindt zich in het centrum in twee ruimtes met een gezamenlijke keuken, waardoor het ook toegankelijk is voor bezoekers die geen gebruik maken van de wellnessfaciliteiten.

Het gedeelte binnen het wellnesscentrum zal alleen toegankelijk zijn voor bezoekers van Thermen Spa'ce en zal vormgegeven worden in een lounge met een balkon.

Daarnaast zal er een aparte ruimte komen binnen het (G)Astronomisch Centrum, waarin het restaurant zich zelfstandig als wellnessrestaurant kan profileren. De eetgelegenheid zal gevestigd worden op de eerste verdieping en zal de naam 'Sterallure' meekrijgen. De naam is gekozen vanwege de sterren die met astronomie te maken hebben, maar ook in de horecawereld worden vergeven aan de beste restaurants. Aangezien dit restaurant (nog) geen Michelin sterren heeft is de toepasselijke naam 'Sterallure' bedacht.

Bezoekers zullen dit horecaconcept ervaren als gezond, verantwoord en zeer smakelijk. Een prachtig uitzicht over het Lofar-gebied vormt hierbij een extra unique selling point van het concept. Zowel vanuit de wellnesslounge als Sterallure kunnen bezoekers 's avonds het indrukwekkende kunstproject 'Lofarlicht in de Duisternis' (zie paragraaf 3.1.2) aanschouwen.

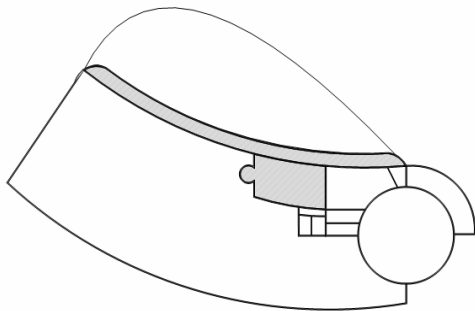


Fig. 21 Wellness lounge met balkon

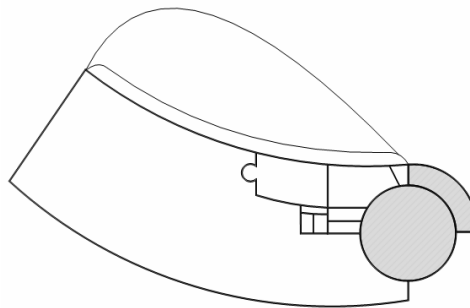


Fig. 22 Openbaar wellnessrestaurant met eetbalkon

Wellness lounge met balkon (figuur 21)

Voor een hapje en een drankje kunnen de gasten die gebruik maken van de wellnessfaciliteiten op de eerste verdieping terecht bij de wellness lounge van 70 m² en het grote balkon van 90 m². In een relaxte loungestoel of ligbed kunnen gezonde snacks worden genuttigd en er is een kleine kaart aanwezig. Er zijn ook volop gezonde drankjes te bestellen. De gasten kunnen plaatsnemen in badkleding en/of badjas. De lounge en het balkon zijn te bereiken via de glazen lift vanuit de centrale ruimte of via de trap vanuit de tuin.

Openbaar wellnessrestaurant 'Sterallure' met eetbalkon (figuur 22)

Het wellnessrestaurant van 150 m², gevestigd op de eerste verdieping, staat in het teken van gezonde voeding. Men kan er op vertrouwen dat het eten op een gezonde manier is bereid en dat er veelal gebruik wordt gemaakt van biologische producten. Hiernaast worden lokale gezonde streekproducten op ambachtelijke wijze bereid.

Het restaurant is toegankelijk voor iedereen. Men hoeft geen gebruik te maken van de wellnessfaciliteiten om hier te kunnen eten. De gasten van Thermen Spa'ce kunnen hier alleen dineren als zij zich omkleden in vrijetijdskleding. Naast het restaurant is er ook een balkon van 45 m² waarop gedineerd kan worden. Vanuit de eetgelegenheid is een prachtig uitzicht op het Lofar-gebied.

Keuken (figuur 23)

De keuken beslaat 60 m² en bevindt zich tussen de wellness lounge en het wellnessrestaurant en doet dienst voor beiden. 's Middags vooral voor de lounge en 's avonds volop voor het restaurant. Zoals gezegd ligt de nadruk op de bereiding van gezonde voeding.

Toiletten (figuur 24)

De toiletruimtes nemen 30 m² in beslag. De lounge en het restaurant hebben beiden hun eigen toiletruimtes.

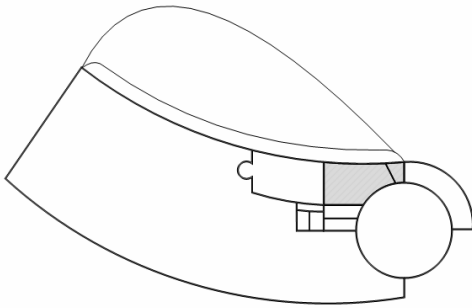


Fig. 23 Keuken

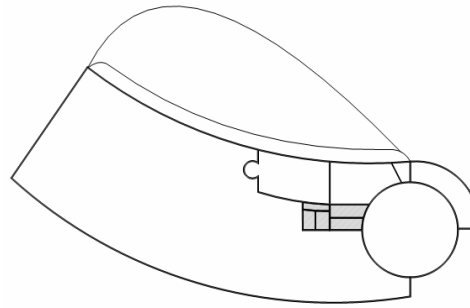


Fig. 24 Toiletten

3.1.1.3 Lofar Start Hier

Lofar Start Hier is het informatiecentrum van het (G)Astronomisch Centrum Drenthe en heeft ook een winkelgedeelte. Het vormt een centrum waarbij informatie verkregen kan worden over het Lofar-project en is daarnaast het startpunt voor vele arrangementen.

Lofar Start Hier zal op interactieve en entertainende wijze informeren over het Lofar-sensornetwerk. Hierbij kan gedacht worden aan computerschermen waarop bijvoorbeeld meetgegevens worden weergegeven. Ook workshops waarbij astronomie centraal staat, zullen in samenwerking met Drenthe's Astronomische Driehoek (zie paragraaf 4.1) mogelijk zijn. Daarnaast zullen er optische telescopen beschikbaar zijn, waarmee men vanuit Lofar Start Hier het centrale Lofar-gebied kan bekijken.

In het centrum zal men ook informatie kunnen verkrijgen over recreatieve en toeristische activiteiten in de buurt. Tevens zal de mogelijkheid geboden worden arrangementen te boeken. Het gaat hierbij zowel om de door ons bedachte arrangementen en samenwerkingen (zie hoofdstuk 4), maar ook om arrangementen binnen het (G)Astronomisch Centrum in combinatie met accommodatie.

Met Lofar Start Hier als startpunt kan men het Lofar-project alsmede het omliggende gebied verkennen. Enkele concrete uitwerkingen waarbij het informatiecentrum wordt gebruikt staan uitgewerkt onder versterkende ideeën (paragraaf 3.2) en arrangementen en samenwerkingen (Hoofdstuk 4).

Hieronder staat weergegeven waar het centrum in het gebouw is ingepland. Lofar Start Hier beslaat een ruimte van 200 m².

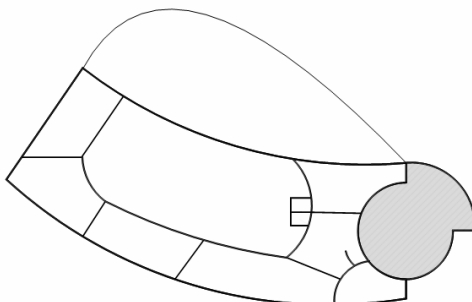


Fig. 25 Lofar Start Hier

Naast het informatiecentrum is een kleinschalige winkel geïntegreerd met Lofar-, wellness- en streekproducten. De streekproducten leggen de nadruk op de kenmerkende eigenschappen van Drenthe en bieden lokale ondernemers en boeren de mogelijkheid hun product op een centrale plek te verkopen aan een groot publiek. Ook zal dit in vele gevallen kunnen aansluiten op het wellness-concept; bijvoorbeeld biologisch voedsel. Daarnaast zullen vele producten te koop zijn waar men zojuist van heeft genoten in het restaurant Sterallure.

3.1.2 Lofarlicht in de Duisternis

Het project 'Lofarlicht in de Duisternis' zal de waarde van de ligging van het wellnesscentrum en de antennes enorm versterken.

Door het plaatsen van sterke LED-lichtjes in elke antenne zullen de bezoekers 's avonds van een prachtig uitzicht kunnen genieten. Deze lichtjes kunnen per veld van kleur verschillen, maar ook wisselingen van kleuren behoort tot de mogelijkheden. In het (G)Astronomisch Centrum zal het zelfs mogelijk zijn van een soort voorstelling te genieten, waarbij het visuele schouwspel ondersteund kan worden met muziek.

Vanaf zonsondergang tot bijvoorbeeld twaalf uur 's nachts, zal dit project een adembenemend schouwspel vormen. Mede door het glooiende en open landschap zal dit kunstproject zeer goed uitkomen.

Niet alleen gasten van het (G)Astronomisch Bezoekerscentrum, maar ook toeristen en wandelaars en fietsers uit de omgeving zullen gefascineerd zijn door het mooie uitzicht. Een visualisatie van hoe dit project vormgegeven kan worden staat hieronder weergegeven in figuur 26.



Fig. 26 Impressie 'Lofarlicht in de Duisternis'

3.2 Versterkende ideeën

Om de thema's astronomie en verleden, heden en toekomst te versterken zijn hieronder twee aanvullende ideeën opgesteld. Deze ideeën zijn minder concreet uitgewerkt dan het hiervoor beschreven (G)Astronomisch Centrum Drenthe, maar zijn zodanig interessant, dat we de Lofar-Tafel hier niet van willen onthouden. Per idee is kort geformuleerd hoe het concept er globaal uit ziet en welke partijen kunnen profiteren van de genoemde concepten

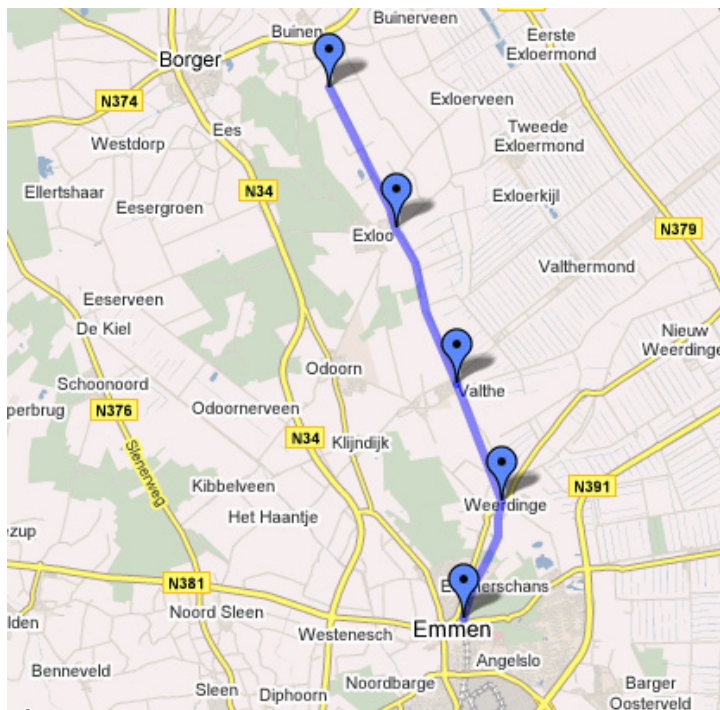
3.2.1 Back to the Future Line

Met een bezoek aan Exloo en omstreken aan het begin van het project kregen we te horen en te zien dat er vroeger een stoomtreinroute lag die ook door Exloo liep. Na enig onderzoek bleek het te gaan om een spoorlijn van Zwolle via Mariënborg, Emmen, Gasselternijveen, Stadkanaal, Zuidbroek naar Delfzijl, met aftakkingen van Mariënborg naar Almelo en van Coevorden naar de Duitse grens bij Laarwald.

De lijn werd na 12 jaar voorbereiding op 8 mei 1899 opgericht door Noordooster-locaalspoorweg-Maatschappij NOLS. Helaas moest na 38 jaar na de oprichting geconstateerd worden dat de NOLS niet meer levensvatbaar was. Het kwam in handen van de Nationale Spoorwegen NS. In 1946 werd het gedeelte Weerdinge-Buinen opgeheven. In de jaren '80 besloot de NS de spoorlijn Zwolle-Emmen te moderniseren. De lijn Mariënborg-Almelo kwam in handen van Connexxion en op het traject Stadkanaal-Veendam begon de Stichting Stadkanaal Rail STAR een museumlijn.

[http://nl.wikipedia.org/wiki/Noordooster_Localspoorweg-Maatschappij / <http://www.nols-maatschappij.info/>]

Uit bovenstaande kan geconcludeerd worden dat het gedeelte vanaf Emmen naar het noorden richting Gasselternijveen volledig verwaarloosd is. Met enerzijds het Lofar-gebied en anderzijds de oude stoomtreinroute, zagen we direct een kans en een link met het thema verleden, heden en toekomst. Dit is tot uiting gekomen in de benaming 'Back to the Future Line'. Ook wordt middels het herstellen van het oude traject het genoemde 'tijdreizen' mogelijk. Het startpunt zal Emmen zijn dat zich in het heden begeeft en zal zich een weg banen naar de LofarZone waar met 'futuristische' apparatuur duizenden jaren in het verleden gekeken kan worden.



Ons idee richt zich op het in ere herstellen van de NOLS spoorlijn tussen Emmen en LofarZone. Hierbij houden we de exacte oude route aan. Het eindstation zal zich slechts twintig meter van het (G)Astronomisch Centrum Drenthe bevinden. Zoals te zien in figuur 27, zijn de stations gevestigd in Emmen, Weerdinge, Valthe, Exloo en LofarZone. De route is ongeveer 16 kilometer lang en zal van begin tot eind ongeveer een uur in beslag nemen inclusief tussenstops.

Door het terugbrengen van de spoorlijn krijgt men de kans naast de auto en de fiets ook met een populaire en plezierige vorm van openbaar vervoer naar het centrum af te reizen.

Fig. 27 Stoomtreinroute: Back to the Future Line

Middels de Back to the Future Line bestaan tevens mogelijkheden tot het vormen van een transferium voor het (G)Astronomisch Centrum. Een externe parkeerplaats voor deze attractie zal hierdoor mogelijk worden waarna men per stoomtrein vervoerd wordt naar het centrum.

De lijn zal vele mogelijkheden bieden voor verschillende ondernemingen en attracties. De stoomtreinroute zal bijvoorbeeld zeer gunstig zijn voor zowel Noorderdierenpark Emmen als het (G)Astronomisch Centrum Drenthe. Een combinatie van een bezoek aan het dierenpark en een dagje ontspannen in Thermen Spa'ce is door middel van de Back to the Future Line vele malen eenvoudiger geworden en ook leuker. Men kan nu ook plezier beleven aan het vervoer en hoeft niet de weg te zoeken. Door dit idee kunnen beide ondernemingen hun bezoekersaantallen verhogen. Naast deze eindstations zijn er vele tussenstations die ook zeer goed kunnen profiteren van de Back to the Future Line. Te denken valt bijvoorbeeld aan het populaire Kabouterland in Exloo.



3.2.2 Lofigeren

Om het gehele gebied met al haar attracties te koppelen en het op deze manier integraal te kunnen vermarkten is het werkwoord 'Lofigeren' bedacht. Het komt van navigeren en men zal door middel van een navigatiesysteem (Lofigatie-systeem) op basis van Bluetooth en/of een Global Positioning System door het gebied geleid worden en geïnformeerd worden.

Bluetooth Lofigeren



Door het plaatsen van radiozendertjes bij diverse Lofar-antennes, attracties, horecagelegenheden, hotels en gebieden, zal het mogelijk zijn mensen te informeren en te navigeren door het gebied. De Bluetoothzenders worden geïntegreerd in blauwverlichte palen langs fietspaden en wegen. Ze kunnen worden gezien als een soort gemoderniseerde ANWB Paddenstoelen.

Wanneer men de paal signaleert wordt men erop geattendeerd te stoppen in een straal van 10 meter om de paal en de mobiel te controleren op berichten. Zowel tekstueel als visuele berichten zijn mogelijk. Hierbij kan gedacht worden aan promotiefilmpjes voor attracties, hotels, restaurants etcetera. Deze berichten zullen gratis te ontvangen zijn. Als extra service zal men de mogelijkheid gegeven worden een mobiel te huren bij Lofar Start Hier.

GPS-Lofigeren

Voor bijvoorbeeld de doelgroep senioren, die over het algemeen minder kennis hebben van moderne technologische middelen, zullen er ook GPS-Lofigatiesystemen verhuurd worden. Deze systemen zullen eenvoudig te bedienen zijn, waardoor het voor elke doelgroep mogelijk wordt perfect door het gebied te Lofigeren.

Bij het GPS-apparaat zal men niet moeten denken aan het standaard navigatieapparaat. Huidige technologische ontwikkelingen maken het mogelijk dat aanvullende informatie

via het systeem kan worden weergegeven alsmede dynamische routebegeleiding. Zo zal het mogelijk zijn tips te ontvangen waar men lekker kan eten, aanvullende informatie te verkrijgen over cultuurhistorische aspecten in het landschap en zal men kunnen zoeken op attracties in de omgeving enzovoorts.



Zowel (audio)visuele als tekstuele informatie zal tot de mogelijkheden van dit systeem behoren. Overigens zal dit systeem niet aangestuurd worden via de Bluetoothzenders, maar is het systeem GPS-gestuurd. Wanneer men zich op bepaalde posities in het landschap zal bevinden zal het systeem dit meten, en automatisch relevante informatie weergeven. Het zal zelfs mogelijk zijn systemen te leveren met verschillende interessegebieden!

Mobiele telefoons en Global Positioning Systems zullen beschikbaar zijn bij Lofar Start Hier. Met een borg via creditcard gerelateerd aan de kosten van het systeem, kunnen de producten gehuurd worden.

Algemeen

Het 'Lofigeren' zal een perfecte vorm van marketing zijn voor alle horeca, toeristische en recreatieve ondernemingen in de gemeente Borger-Odoorn. Menig bezoeker zal zich op een eenvoudige, informatieve en gemakkelijke wijze een weg banen naar verschillende op het netwerk aangesloten bedrijven. Dit kan met eigen auto, lopend of met door 'Lofar Start Hier' geregelde huifkarren of fietsen. Om onderdeel te kunnen worden van het 'Lofigatie-netwerk' met bijvoorbeeld een zender op eigen locatie en een blauwverlichte paal, zullen de ondernemingen financieel moeten participeren. Interessante natuurgebieden met wandel- en fietsmogelijkheden zullen door de gemeente of provincie gefinancierd kunnen worden.

Als het netwerk eenmaal opgezet is, zullen ook kaarten uitgebracht worden met verschillende Lofigatieroutes vanuit het startpunt Lofar Start Hier. In het volgende hoofdstuk komen enkele arrangementen aan bod waarin gebruik wordt gemaakt van het ideale Lofigatie-netwerk.

Hoofdstuk 4 | Mogelijke arrangementen en samenwerkingen

In dit hoofdstuk doen we u enkele voorstellen met betrekking tot mogelijke arrangementen en samenwerkingen. Hiermee wordt een concrete vermarkting van onze ideeën inzichtelijk gemaakt. Daarnaast worden de mogelijkheden getoond met betrekking tot de integrale gebiedsontwikkeling en de mogelijkheden voor ondernemers en toeristische attracties in relatie tot de thema-vermarkting.

Hoewel het hieronder niet expliciet staat beschreven, kunnen ook accommodatievormen als hotels en campings profiteren van onderstaande arrangementen en samenwerkingen. Hiernaast kunnen ook wellnessbezoeken uitgebreid worden met overnachtingen.

De beoogde economische spin-off wordt duidelijk door de mogelijkheden en perspectieven die wij hieronder zullen schetsen. Juist door samenwerkingen te zoeken middels onderstaande beschreven concepten, zal de beoogde economische spin-off bereikt worden en zullen vele synergetische voordelen ontstaan.

4.1 Drenthe's Astronomische Driehoek

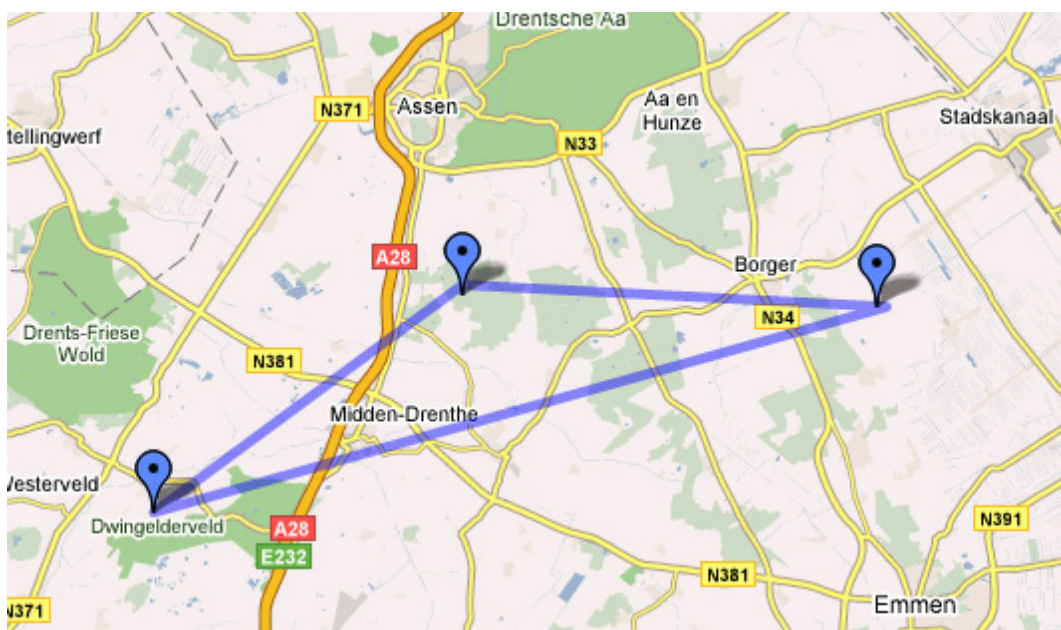


Fig. 28 'Astronomische driehoek Drenthe'

Om de reeds benoemde kernkwaliteit astronomie beter op de kaart te zetten, hebben wij gemeend een ideaal arrangement/samenwerkingsverband op te zetten waarin deze benadering duidelijk naar voren komt.

Zoals op bovenstaande afbeelding inzichtelijk is gemaakt, zijn er een drietal locaties in de gemeentes Borger-Odoorn en Midden-Drenthe waarin zich attracties bevinden met betrekking tot astronomie. Wij hebben dit omgedoopt tot de 'Astronomische Driehoek' van Drenthe.

Op de locatie links onderin op figuur 28 bevindt zich het Planetron. Deze attractie staat compleet in het teken van astronomie en ruimtevaart. De attractie beschikt over het grootste projectiescherm van Noord-Nederland waar onder andere sterrenkijkavonden georganiseerd worden. Ook is er een sterrenwacht gesitueerd in het gebouw; het Planetron beschikt over de grootste professionele optische telescoop van Nederland. Hiernaast beschikt het Planetron over de kennis om bijvoorbeeld workshops te verzorgen met betrekking tot astronomie en sterrenkunde. Dit kan ook bijvoorbeeld op andere locaties binnen de Astronomische Driehoek verzorgd worden, zoals in het informatiecentrum Lofar Start Hier.

De locatie bovenin op figuur 28 geeft de plek aan waar de radiotelescopie van Westerbork gevestigd zijn (figuur 29). Deze toeristische attractie vormt een

indrukwekkend onderdeel van de kernkwaliteit astronomie en willen wij dan ook opnemen in dit arrangement.

Rechts onderin de Astronomische Driehoek bevindt zich het centrale gedeelte van Lofar. Behalve dit gegeven wordt op deze locatie ook het door ons ontwikkelde (G)Astronomisch Centrum gevestigd. Beide attracties onderstrepen de kernkwaliteit astronomie; Lofar als modern onderzoeksinstrument naar astronomie, het (G)Astronomisch centrum omdat dit volledig astronomisch gethematiseerd is en het startpunt vormt voor ontdekkingen hierin.



Fig. 29 Westerbork Synthese Radio Telescoop

Naast de genoemde drie locaties, zijn er meerdere bedrijven te koppelen aan dit arrangement. Zo zien wij mogelijkheden met betrekking tot het Boomkroonpad, gevestigd nabij Drouwen. Deze attractie trekt jaarlijks vele bezoekers en is eigendom van Staatsbosbeheer. Op deze locatie is een kort pad aangelegd op palen waardoor het mogelijk wordt tussen de toppen van de bomen te lopen. Mogelijkheden met betrekking tot astronomie kunnen ontstaan door bezoekers een avond sterren kijken op deze attractie aan te bieden; door ons vertaald als een workshop met de toepasselijke naam 'Zie de maan schijnt door de bomen'.

Ook de oude radiotelescoop van de Astron bij Dwingeloo biedt commerciële mogelijkheden in dit concept.

Tevens kunnen overige, niet astronomisch-gerelateerde bedrijven profiteren van de gegenereerde bezoekers middels dit concept. Hierbij kan gedacht worden aan Herinneringencentrum Westerbork (gevestigd nabij de radiotelescopen), maar ook het Hunebedcentrum in Borger. Beide attracties liggen op relatief korte afstand van de astronomische attracties en zouden dus zeer zeker kunnen profiteren van het samenwerkingsverband.

In de Astronomische Driehoek kan perfect het format 'Lofigeren' worden toegepast (zie paragraaf 3.2.2). Middels dit systeem kunnen bezoekers op een innovatieve en gemakkelijke wijze geleid worden door het gebied van de Astronomische Driehoek.

Naast de feitelijk aanwezige kenmerken en bedrijven op het gebied van astronomie, bestaan er dus vele toepassingen en mogelijkheden om ook andere bedrijven en attracties (waaronder ook accommodaties zoals hotels, campings etcetera) hierbij te betrekken. Hierdoor gaat het thema astronomie meer en meer leven waardoor de kernkwaliteit astronomie als zodanig nog verder versterkt zal worden.

4.2 Back to the Future Card

Ook met betrekking tot de Back to the Future Line bestaan mogelijkheden tot samenwerking om zo tot een economische spin-off te komen. Wij denken hierbij aan het ontwikkelen van een kortingskaart, waarin diverse bedrijven en attracties kunnen participeren; de 'Back to the Future Card'. Hierbij denken wij in eerste instantie aan Dierenpark Emmen in combinatie met het (G)Astronomisch Centrum. Deze twee attracties vormen ook de eindstations van de Back to the Future Line.

Met de kaart kan gemikt worden op diverse doelgroepen. Ook voor de jonge doelgroep vormt de stoomtreinroute de perfecte link tussen diverse attracties en bezienswaardigheden. Hierbij kan gedacht worden aan de koppeling tussen Dierenpark Emmen en Kabouterland in Exloo, maar ook bijvoorbeeld een bezoek aan de schaapskooi in Exloo behoort tot de mogelijkheden.



Fig. 30 Voorbeeld Back to the Future Card

4.3 Stone arrangement

Een perfecte manier om een koppeling te maken tussen het veelbezochte Hunebedcentrum in Borger en het (G)Astronomisch Centrum Drenthe is het 'Stone Arrangement'. Middels dit idee wordt bij beiden het bezoekersaantal vergroot. Na een intensieve Nordic Walking zal het namelijk heerlijk zijn te ontspannen met bijvoorbeeld een massage.

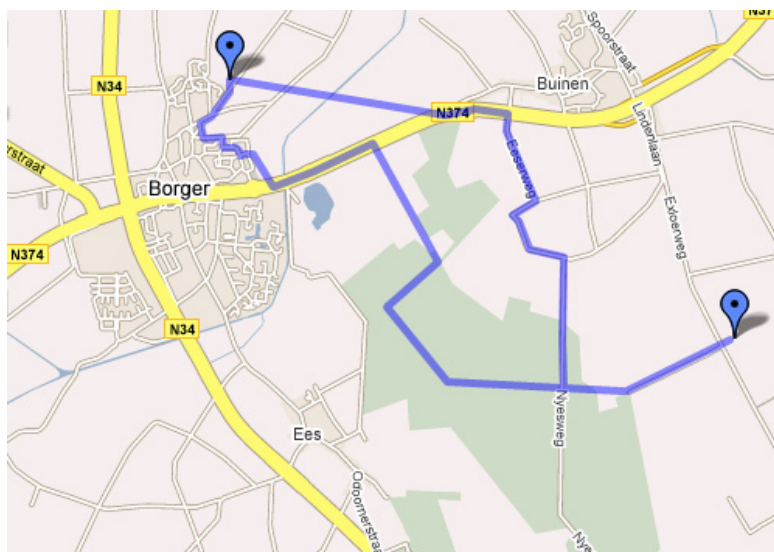


Fig. 31 Nordic Stone Walking route

Het Stone Arrangement omvat het volgende:

Men begint 's ochtends bij het Hunebedcentrum waar een kleine route Nordic Stone Walking is uitgestippeld (zie figuur 31). Vervolgens loopt men een prachtige route van 6 kilometer door natuurrijk gebied richting het (G)Astronomisch Centrum Drenthe. Tijdens deze route zullen verschillende hunebedden bezichtigd worden wat het thema zal versterken.

Vervolgens zal men in het wellnesscentrum opgevangen worden alwaar men kan genieten van een ontspannende Hot Stone Massage. Hieropvolgend wordt een heerlijke High Tea verzorgd in het restaurant 'Sterallure'.

Na de ontspanning is het weer tijd om terug te lopen over een andere deel van de Nordic Stone Walking-route van eveneens 6 kilometer. De middag wordt afgesloten bij het Hunebedcentrum waar men vrij is de dag verder door te brengen.

Naast dit Stone arrangement heeft het Hunebedcentrum zelf al een aantal initiatieven ontwikkeld die goed gekoppeld zouden kunnen worden aan het (G)Astronomisch Centrum Drenthe. Te denken valt aan 'De Rode Draad zoektocht' (zie www.hunebedcentrum.nl).

Overigens vormen bovenstaande routes evenals Drenthe's Astronomische Driehoek onderdeel van het Lofigatie-netwerk.

Hoofdstuk 5 | Strategisch Marketingplan

Het strategisch marketingplan omvat de strategische en marketingdoelstelling, gevolgd door de doelgroepkeuze en als laatste het marketingplan. Hierin komen de bekende 5 p's aan bod, te weten: product, prijs, plaats, promotie en personeel.

In dit strategisch marketingplan is de aandacht gevestigd op het door ons ontwikkelde hoofdidee: het (G)Astronomisch Centrum. Waar mogelijk, is in het marketingplan ook een uitwerking gegeven voor de versterkende ideeën.

5.1 Doelstellingen

Strategisch doel

Thema-vermarkting van het gebied, het (G)Astronomisch Centrum Drenthe, de versterkende ideeën en samenwerkingen met ondernemingen in de omgeving moeten samen een winstgevend concept vormen, toeristische aantrekkingskracht hebben, inspelen op heersende en toekomstige trends en een grote doelgroep aanspreken. Hiermee zal een economische spin-off voor de regio behaald kunnen worden.

Marketingdoelstelling

Doeltreffend en rendabel inspelen op de wensen van de verschillende klantengroepen, zodanig dat het beoogde bezoekersaantal voor het eerste jaar wordt behaald.

5.2 Doelgroepkeuze

De geschikte doelgroepen per idee zijn gesegmenteerd op basis van vier bekende segmentatiecriteria:

- Demografisch
- Geografisch
- Psychografisch
- Gedrag

(G)Astronomisch Centrum Drenthe

Het complex zal zich met Thermen Spa'ce en het eerste echte wellnessrestaurant in Nederland, genaamd Sterallure, vooral richten op:

Jongeren vanaf 18 jaar, volwassenen en ouderen met allen een modaal tot boven modaal inkomen. Zij hebben vooral de Nederlandse nationaliteit, gevolgd door de Duitse. Ze zijn geestelijk en fysiek gezond of willen dat worden. Hieronder vallen ook mensen met overgewicht, reuma of huidproblemen, waardoor met het (G)Astronomisch Centrum Drenthe op de trend zorgtoerisme kan worden ingespeeld. Men komt naar het complex vanuit Noord- en Midden-Nederland en Duitsland vlak over de grens met als motivatie quality time door te brengen, ontspanning te zoeken en in het geval van klachten, geestelijk en fysiek te verbeteren. Men is open en ondernemend, gaat vaak op vakantie en maakt vele uitstapjes.

NB. Door het verplichten van het dragen van badkleding, wordt ook de jongere doelgroep meer aangetrokken.

Het Lofar Start Hier informatiecentrum wijkt iets af van de doelgroep van Thermen Spa'ce en het wellnessrestaurant Sterallure:

Het informatiecentrum Lofar Start Hier zelf zal geschikt zijn vanaf 10 jaar. Men komt uit middelgrote en kleine gemeentes in Noord-Nederland, is vooral Nederlands en heeft een beneden modaal tot modaal inkomen. De doelgroep is open en leergierig en heeft een algemeen dagelijks leven.

NB. Naast bovenstaande doelgroep vormt Lofar Start Hier het startpunt van Lofigeren en andere arrangementen, welke geheel andere doelgroepen aantrekken en het informatiecentrum dus ook bezoeken.

Back to the Future Line

De stoomtreinroute zal interessant zijn voor volgende doelgroep:

Vooraf Nederlanders, maar ook Duitsers vanaf de leeftijd 6 jaar in een gezin met een modaal inkomen uit middelgrote en kleine gemeentes in Noord- en Midden-Nederland en Duitsland vlak over de grens. Men is open en ondernemend, zoekt ontspanning, wil weg uit de dagelijkse sleur van het leven en gaat daardoor met het gezin één a twee keer per jaar op vakantie en maakt veel uitstapjes.

Lofigeren

Ook het Lofigeren heeft haar eigen doelgroep die net iets afwijkt van de anderen, namelijk:

De Nederlandse bevolking tussen de 12 en 70 jaar uit Noord-Nederland, dat een modaal inkomen heeft, plezier en quality time belangrijk vindt, open, ondernemend en modern is, vaak uitstapjes maakt en één keer per jaar op vakantie gaat.

Het marktpotentieel is echter veel groter dan Noord-Nederland. Wellicht wint het Lofigeren snel aan populariteit doordat het modern, interactief en dus uniek is op het gebied van navigeren. Hierdoor zullen ten eerste Noord- en Midden Nederland en Duitsland vlak over de grens aangetrokken worden.

Uit het bovenstaande blijkt dat elk idee een net iets andere doelgroep heeft, maar dat het niet ver uit elkaar ligt. Daarom is de volgende algemene doelgroep geformuleerd:

Het (G)Astronomisch Centrum Drenthe, het Lofigeren en de Back to the Future Line richten zich samen op jongeren, volwassenen en ouderen in de leeftijd vanaf 6 tot en met ongeveer 70 jaar met over het algemeen een modaal tot boven modaal inkomen uit kleine en middelgrote gemeentes van Noord- en Midden-Nederland en Duitsland vlak over de grens. Men is open en ondernemend, doet een aantal uitstapjes per jaar, zoekt ontspanning en ontsnapping aan de dagelijkse 'sleur' en wil gezond en fit door het leven gaan.

Een uitgebreide uitwerking van de verschillende doelgroepen gerelateerd aan de vier segmentatiecriteria, is te vinden in bijlage 6.

5.3 Marketingplan

In het marketingplan komen product, prijs, plaats, promotie en personeel aan bod.

5.3.1 Product

Het product bestaat uit een hoofdidee, twee versterkende ideeën en diverse arrangementen en samenwerkingen. In het rapport is hier reeds dusdanig aandacht aan besteed, waardoor het in dit marketingplan niet verder behandeld zal worden.

5.3.2 Prijs

Een dagtoegang voor het (G)Astronomisch Centrum Drenthe is vastgesteld op € 26,50 en is geldig van 10.00 uur tot 24.00 uur. Een avondtoegang zal €19,50 bedragen en geldt vanaf 18.00 uur. Inbegrepen in deze toegangsprijs is alles behalve (beauty)-behandelingen, massages en de Cryo Sauna. Deze prijzen en meer algemene informatie zijn te vinden in bijlage 7.

De entreekosten zijn bepaald op basis van de prijzen van concurrenten. Het (G)Astronomisch Centrum Drenthe ligt iets boven het gemiddelde, omdat het een uniek wellnesscentrum in Nederland vormt, welke in tegenstelling tot de rest volledig gethematiserd is.

Lofar Start Hier betreft een kleinschalig informatiecentrum over het Lofar-project en is gratis te bezoeken. Prijzen van diverse producten in de winkel, arrangementen en de verhuur van mobieltjes met Bluetooth en GPS-systemen zijn nog niet bepaald.

5.3.3 Plaats

Het (G)Astronomisch Centrum Drenthe zal zoals besproken in paragraaf 3.1.1 het beste gevestigd kunnen worden bij het hart van het Lofar antennen netwerk. Dit is aan de Exloërweg tussen de wegen Veldwijk, Achterste veldwijk en de Beeksdijk, dat een

prachtig uitzicht biedt op het uitgestrekte landschap en het kunstproject 'Lofarlicht in de Duisternis'.

De Back to the Future Line loopt zoals eerder vermeld vanaf Emmen via Weerdinge, Valthe en Exloo naar de LofarZone.

Het Lofigeren zal in het begin alleen ingevoerd worden in de gemeente Borger-Odoorn en omstreken. Mocht dit een succesvol concept blijken, dan is het de bedoeling dit ten eerste uit te breiden naar de gehele provincie Drenthe om het vervolgens wellicht zelfs landelijk in te voeren.

5.3.4 Promotie

Bij de vermarkting van het (G)Astronomisch Centrum Drenthe zullen verschillende promotievormen moeten worden ingezet. Het verstandigst is om een website te (laten) ontwerpen. Uit het rapport *'Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2005/2006'* (NRIT, 2006b) blijkt dat in 2004 maar liefst 90 procent van de bedrijven gebruik maakte van het Internet. Bijna driekwart van de bedrijven is in de vorm van een website aanwezig op het internet. Ook voor het (G)Astronomisch Centrum Drenthe zal dit een onmisbaar medium zijn. Uiteraard zal in de loop der tijd gebruik worden gemaakt van advertenties in diverse geschreven media.

Het zou zeer goed zijn om in de promotie de unique selling points van de ideeën naar voren te laten komen. Uit dit rapport blijken de volgende punten:

- Thermen Spa'ce is volledig astronomisch gethematiseerd. Dit komt nog niet voor in Nederland en is dus zeer uniek.
- Er bestaan nog geen hamams in geheel Noord-Nederland. Het betreft de provincies Friesland, Gelderland, Drenthe en Overijssel. De hamam in Thermen Spa'ce zal dan ook een unique selling point zijn.
- Er zijn nog weinig fitnesscentra in Nederland geïntegreerd in een groot wellnesscentrum. Door de kleinschalige fitnessmogelijkheden in het (G)Astronomisch centrum Drenthe krijgt men de kans na inspanning heerlijk te ontspannen. Ook mensen met overgewicht kunnen hierdoor ideaal terecht bij het centrum.
- Er zijn in Nederland nog geen restaurants die zich echt profileren als een wellnessrestaurant en daar ook naar handelen ('Wellnessonderzoek', Scholten, 2007). Met Sterallure heeft het (G)Astronomisch Centrum Drenthe dan ook een uniek concept geïntegreerd.
- Het is verplicht badkleding te dragen in het wellnesscentrum. Dit komt nog weinig voor in wellnesscentra in Nederland, waardoor Thermen Spa'ce aan minder concurrentie onderhevig is.
- Het Lofigeren vormt een unieke, modernere en entertainende vorm van het huidige navigeren.

Maar niet alleen de ideeën zelf hebben Unique Selling Points, ook Drenthe zelf moet in de promotie sterk terugkomen met de volgende kernkwaliteiten (Kloosterman, 2007):

- Nergens in Nederland zoveel rust, ruimte, natuur en diversiteit in natuur als in Drenthe. Een ideale provincie voor de echte natuurliefhebbers.
- Drenthe, dé fiets- en wandelprovincie van Nederland bij uitstek.
- De vele cultuurhistorische karakteristieken welke alleen in Drenthe bestaan, zoals de hunebedden en huifkarren.
- De hoge leefkwaliteit vanwege de natuurlijke omgeving en daardoor de schone lucht. Wil men dus een gezonde dag beleven, breng dan een bezoek aan de provincie en sla uiteraard het (G)Astronomisch Centrum Drenthe niet over waar het ook draait om gezond zijn en je lekker in je vel voelen.

- Astronomisch Drenthe. Met het Lofar-project en het te ontwikkelen (G)Astronomisch Centrum Drenthe, heeft de provincie naast het Planetron en de Westerbork Radiotelescopen met het Melkwegpad, nog een astronomisch initiatief erbij. Drenthe moet vanaf nu meer gepromoot worden als dé astronomische provincie in Nederland waar men absoluut heen moet om meer te weten te komen over het fascinerende heelal met al haar mysteries.
- Het Noorderdierenpark Emmen vormt zonder twijfel een Unique Selling Point van Drenthe. Met zo'n 1,3 miljoen bezoekers per jaar is het dé toeristische trekpleister van de provincie. In de promotie moet duidelijk naar voren komen dat men met de Back to the Future Line een ideaal weekendje weg kan plannen waarin een bezoek aan het park en het (G)Astronomisch Centrum Drenthe perfect gecombineerd kan worden door de toeristische stoomtreinroute. Hiernaast mag niet vergeten worden dat kortingen bij elkaar gegeven worden.

5.3.5 Personeel

In dit stadium is het nog moeilijk te zeggen hoeveel personeel er precies nodig is om het (G)Astronomisch Centrum Drenthe te kunnen laten draaien. Uiteraard is er wel een schatting gemaakt waarin de kostenplaatsen zijn aangegeven met een berekening van het aantal benodigde fte's. Dit is verwerkt in een schema welke staat weergegeven in bijlage 8. Uit dit schema blijkt dat er voor het gehele (G)Astronomisch Centrum Drenthe 48 fte's nodig zijn. Eén fte is een volledige werkweek, uitgaande van 38 uur.

Hoofdstuk 6 | Haalbaarheid

In dit hoofdstuk worden de beschreven plannen getoetst op haalbaarheid. Hierbij zal aandacht worden besteedt aan de financiële haalbaarheid, de wet- en regelgeving, de concurrentie, trends en ontwikkelingen, welke partijen de plannen kunnen uitvoeren en afsluitend een SWOT-analyse.

6.1 Financieel

In deze paragraaf wordt aandacht besteedt aan de financiële haalbaarheid. De globale kosten, omzet, de opbrengst voor het gebied alsmede de subsidiëring en financiering zullen achtereenvolgens aan de orde komen.

6.1.1 Globale kosten en omzet (G)Astronomisch Centrum Drenthe

Hieronder zijn de globale kosten en opbrengsten gecalculeerd met een focus op het hoofdidee; het (G)Astronomisch Centrum Drenthe.

Kosten

Voor het (G)Astronomisch Centrum zijn globaal de kosten gecalculeerd.

De totale kosten voor de realisering voor het project hebben wij geschat op ongeveer:

- Gebouw met ondergrondse parkeergarage € 4.750.000
- Gebouw met extern parkeerterrein € 2.250.000

Inclusief grondprijzen schatten wij de kosten in op:

- Gebouw met ondergrondse parkeergarage € 7.000.000
- Gebouw met extern parkeerterrein € 5.000.000

Voor een gedetailleerde berekening en bedragen verwijzen wij u naar bijlage 9.

Omzet

De omzet voor het 1^e jaar is gecalculeerd voor zowel het wellnesscentrum als het wellnessrestaurant binnen het (G)Astronomisch Centrum. Uitgegaan is van een verwachte afzet in het 1^e jaar van 50.000 bezoekers voor het wellnesscentrum, 24.000 voor het restaurantgedeelte in het wellnesscentrum en ruim 95.000 in het restaurant Sterallure. Wederom verwijzen wij voor gedetailleerde berekeningen naar bijlage 9.

Omzet wellness: € 1.150.000

Opgemerkt moet worden dat de omzet van het wellnesscentrum bescheiden is gecalculeerd! Alleen toegangsprijzen zijn meegenomen. Echter arrangementen en behandelingen (waarvoor apart bijbetaald moet worden) zijn buiten beschouwing gelaten.

Omzet wellnessrestaurant:

Wellnessrestaurant binnen het wellnesscentrum: € 300.000

Sterallure: € 2.386.800

In dit stadium gaat het te ver ook daadwerkelijk een winstbegroting etcetera te calculeren aangezien nog niet vaststaat wat vaste en variabele exploitatiekosten zullen vormen voor de verschillende bedrijven.

6.1.2 Opbrengst voor het gebied

De opbrengst voor het gebied is lastig in te schatten, omdat directe en indirecte uitgaven (bijvoorbeeld uitgaven van toeristische bedrijven aan toeleveranciers) vaak wel te meten zijn, maar afgeleide uitgaven (bestedingen van toeristen die geen directe relatie hebben met de toeristische bestemming) vaak lastiger. In ieder geval zullen de bezoekersaantallen die wij met onze ideeën zullen generen directe en indirecte uitgaven met zich meebrengen. Het (G)Astronomisch Centrum is wellicht een iets naar binnen gekeerd project, waardoor bezoekers niet direct afgeleide uitgaven kunnen maken. Echter, indirecte uitgaven zijn wel te herleiden binnen het centrum, zeker doordat er bijvoorbeeld in het wellnessrestaurant gebruik gaat worden gemaakt van veelal lokale producten.

Middels de thema-vermarkting, waarin vele arrangementen en samenwerkingen mogelijk zijn, ligt het ons inziens in de lijn der verwachting dat naast directe en indirecte uitgaven, ook afgeleide uitgaven zullen worden gedaan. Hierbij kan gedacht worden aan bestedingen bij bijvoorbeeld plaatselijke bedrijven zoals pompstations en supermarkten, die gelegen zijn aan bijvoorbeeld de Lofigatieroutes.

Gesteld kan worden dat, hoewel helaas geen harde cijfers hierover gegeven kunnen worden, het in de lijn der verwachting ligt dat middels onze plannen en ideeën een groot multipliereffect zal ontstaan (het geld blijft 'rollen' binnen de 'lokale' economie) wat zal leiden tot de beoogde economische spin-off welke de Lofar-Tafel voor ogen heeft.

6.1.3 Subsidiëring en financiering

Subsidiëring voor de door ons ontwikkelde ideeën behoort wellicht tot de mogelijkheden. Zo zullen in het kader van bijvoorbeeld het Hunzeproject enkele planconcepten hiervoor in aanmerking kunnen komen, zoals het versterkende idee Lofigeren. Dit idee draagt namelijk bij aan het ontwikkelen van de toeristische en recreatieve infrastructuur welke een doelstelling vormt van het Hunzegebied.

De belangrijkste financieringsbronnen voor de projecten in het Hunzegebied zijn:

- Vanuit Europa: Leader en Plattelandsontwikkelingsplan (POP)
- Vanuit het Rijk: De Stimuleringsregeling Gebiedsgericht Beleid (SGB), Plattelandsontwikkelingsplan (POP), Interdepartementale Commissie Economische Structuurversterking (ICES). De rijksmiddelen worden in 2007 ondergebracht in het Investeringsbudget voor het landelijk gebied (ILG)
- Vanuit de provincie: het Plattelandsstructuurfonds, het Grondwaterfonds en de Voorziening milieumaatregelen gebiedsgericht beleid

Ook zullen verschillende ideeën wellicht in de aanmerking komen voor de '*Subsidie-regeling ontwikkeling recreatie en toerisme Drenthe*' (SORETD). Deze subsidie wordt beschikbaar gesteld door de provincie Drenthe tot het bevorderen van toerisme. Daarnaast bestaan er subsidiemogelijkheden voor startende ondernemers in Noord-Nederland (KITS-subsidiëring) maar ook bijvoorbeeld de subsidieregeling '*Europees Fonds voor de Regionale Ontwikkeling 2000-2006*' (EFRO).

Bovenstaande informatie geeft slechts enkele voorbeelden van subsidiëring waar enkele aspecten van de in dit rapport beschreven plannen wellicht voor in aanmerking komen.

Met het oog op de concrete uitwerkingen, zoals deze zijn voorgesteld in dit rapport, is hieronder echter vooral de focus gelegd op hoe het project gefinancierd kan worden vanuit ondernemers en externe investeerders. Dit is vooral gedaan met betrekking tot de ontwikkelde hoofdideeën.

In het kader van branchevervaging en de trends zorgtoerisme (zie bijlage 1) ontstaan er voor het (G)Astronomisch Centrum nieuwe mogelijkheden en kansen tot ontwikkeling van dit centrum. Zo denken wij aan financiering vanuit de ondernemers die willen participeren in het centrum (het wellness-, restaurant-, en informatiegedeelte kan prima door verschillende ondernemers worden geëxploiteerd in één multifunctioneel gebouw).

Maar ook branches als bijvoorbeeld de zorg kunnen participeren. Voorbeelden hierbij zijn zorgverzekeraars, patiëntenverenigingen, ziekenhuizen en zorginstellingen (zie ook paragraaf 6.5). Overigens moet hierbij opgemerkt worden dat bij de invulling/exploitatie van het centrum door bijvoorbeeld een zorgverzekeraar ook weer subsidiëring mogelijk zal zijn gericht op de zorg!

Verder willen wij ook op de mogelijkheid wijzen voor financiering vanuit investeringsmaatschappijen, waarbij de operationele dienstverlening bijvoorbeeld in handen kan komen van lokale ondernemers die het gebouw en faciliteiten huren.

Het tweede hoofdidee, 'Lofarlicht in de Duisternis', zou gefinancierd kunnen worden door vele partijen. Wij denken hierbij aan de optie om antennes te laten 'adopteren'. Hierbij bestaat de mogelijkheid vanuit het bedrijfsleven als sponsoring voor het project de bedrijfsnaam aan enkele antennes of zelfs complete velden te koppelen. Natuurlijk levert dit veel publiciteit op, vooral vanwege het feit dat Lofar een wereldwijd bekend project vormt. Ook zal het tot de mogelijkheden behoren de namen van de betrokken bedrijven kenbaar te maken in het informatiecentrum 'Lofar Start Hier', bijvoorbeeld door middel van een promotiemuur waarop alle partijen staan weergegeven.

6.2 Wet- en regelgeving

Vele wetten en regelingen zouden van toepassing kunnen zijn op de door ons ontwikkelde ideeën en strategieën. Dit is onderzocht en verwerkt in het document '*Onderzoek naar wetgeving LofarZone*' (Kloosterman, N., Scholten, S., 2007b).

Hieruit kan geconcludeerd worden dat er vele belemmering zouden kunnen ontstaan bij het ontwikkelen van de elders beschreven ideeën en/of strategieën. In een definitieve vermarkting van een in dit rapport ontwikkeld idee zal zeker de haalbaarheid definitief getoetst moeten worden op de wet- en regelgeving zoals deze is vastgelegd in:

- Provinciaal Omgevings Plan (POP II)
- Bestemmingsplannen buitengebied gemeente Borger-Odoorn
- Hunzeproject

De bovengenoemde wet- en regelgevingen vormen in het gebied rondom Lofar op dit moment de belangrijkste documenten waarin richtlijnen staan met betrekking tot gebiedsontwikkelingen en de integratie van toerisme en recreatie hierin.

Onze plannen zijn momenteel echter nog niet getoetst aan deze regelingen, aangezien het ontwikkelen van ideeën en strategieën centraal heeft gestaan in het project van de Lofar-Tafel. Juist de creativiteit heeft het uitgangspunt gevormd in het ontwerpen van ideeën welke een inspiratiebron moeten vormen voor ondernemers en/of geïnteresseerde partijen. De wettelijke haalbaarheid is binnen de kaders van het Lofar-project ondergeschikt. Waar soms ideeën onmogelijk zullen blijken met de nu geldende gebiedsplannen en/of regelingen, zijn wellicht hierin aanpassingen mogelijk waardoor de ontwikkelde concepten wel binnen de wettelijke kaders uitgevoerd zou kunnen worden.

In de door ons ontwikkelde ideeën zien wij momenteel een knelpunt wat betreft de door ons voorgestelde locatie voor het (G)Astronomisch Centrum. Hoewel dit een perfecte locatie zou vormen met het oog op het te ontwikkelen kunstproject 'Lofarlicht in de Duisternis', past dit momenteel bijvoorbeeld (nog) niet binnen het bestemmingsplan 'Buitengebied gemeente Odoorn'. Een aanpassing hierin zou nodig zijn om dit concept op deze locatie wel te realiseren.

6.3 Concurrentie

Uit het '*Concurrentieonderzoek LofarZone*' (Kloosterman, N., Scholten, S., 2007a) blijkt het volgende op het gebied van concurrentie voor het (G)Astronomisch Centrum: in de provincie Drenthe zijn relatief weinig wellnesscentra gevestigd. Binnen een straal van 40 kilometer bevinden zich geen complexen welke zich richten op wellness. Hierbuiten moet Thermen Spa'ce rekening houden met Beauty Sauna Peize in Peize, dat zeer veel faciliteiten biedt. Ook Sauna en Thermen de Brug in Ooster-Hesselen en Thermen en Beautycentrum Anholts in Schoonebeek zijn gedegen concurrenten.

Buiten de provincie moet het (G)Astronomisch Centrum Drenthe rekening houden met de grote wellnesscentra in Nederland. Te denken valt aan:

- Fontana Bad Nieuweschans in Groningen
- Saré Sauna en Beauty in Overijssel
- Thermen La Mer in Flevoland
- Zwaluwhoeve Sauna en Beautyresort in Gelderland
- Thermae 2000 in Limburg

Voor de stoomtreinroute bestaat ook niet erg veel concurrentie. Nederland telt elf routes, waarvan er twee door Drenthe lopen. De S.T.A.R.-lijn is de grootste concurrent. Zij heeft haar hoofdstation gevestigd in Stadskanaal in de gemeente Borger-Odoorn en beslaat een traject van maar liefst 26 kilometer. Ook biedt zij verschillende arrangementen met overnachtingsmogelijkheden in een wagon. De andere route loopt vanaf Barger-Compascuum en bestaat uit twee zeer korte trajecten van 2,5 kilometer. Hierom wordt het niet echt als een concurrent van de Back to the Future Line gezien. Overige stoomtreinroutes liggen te ver van het traject Emmen-LofarZone om gedegen concurrentie te vormen.

Het concurrentievoordeel van de Back to the Future Line is de koppeling met dé toeristische trekpleister van de provincie Drenthe: het Noorderdierenpark Emmen.

Op het gebied van wandelen en fietsen wordt enorm veel aangeboden in Drenthe. Ook het gebruik van GPS-systemen is populair. Concurrentie is er dus zeker, echter een dergelijk netwerk met Bluetooth- en GPS-toepassingen bestaat nog niet. Hierom vormt het Lofigeren een unique selling point van de provincie, waarmee diverse toeristische ondernemingen op eenvoudige en entertainende wijze gekoppeld kunnen worden.

Ook alle bovenstaande informatie komt uit het '*Concurrentieonderzoek LofarZone*' (Kloosterman, N., Scholten, S., 2007a). Volledige en gedetailleerdere concurrentie-informatie is dan ook in dit rapport te vinden.

6.4 Trends en ontwikkelingen

Zoals in de hoofdstukken 1 en 2 is vermeldt, zijn onze ideeën getoetst aan, maar ook deels ontstaan uit diverse trends en ontwikkelingen die gaande zijn in het toeristisch-recreatieve werkveld. De meest relevante trends zijn zoals vermeld opgenomen in bijlage 1. Uit deze genoemde trends blijkt waarom de ontwikkelde ideeën realistisch en haalbaar zijn; namelijk alle waarneembare relevante ontwikkelingen komen terug in de ontwikkelde concepten. Zo spelen we onder andere in op de huidige beleveniseconomie, zorgtoerisme, de wellness-trend, technologische ontwikkelingen en branchevervaging.

Aan de ecologische en politieke ontwikkelingen is in dit verslag nog niet nadrukkelijk aandacht besteed in relatie tot de ontwikkelde ideeën. Het moge echter duidelijk zijn dat de ecologische ontwikkelingen belangrijke voorwaarden en kaders vormen in de concepten, zoals het belang van duurzaam, en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Ook de politieke ontwikkelingen kunnen van grote invloed blijken op toerisme en recreatie, hoewel deze in dit geval positief kunnen uitwerken voor Drenthe; een gevoel van onveiligheid zal ons inziens leiden tot een stijging van toeristisch-recreatieve activiteiten in eigen land.

6.5 Welke partijen kunnen het uitvoeren

In deze paragraaf is vooral weer toegespitst op de uitvoering van het (G)Astronomisch Centrum, als een van de meest concrete planconcepten, welke ontwikkeld en uitgewerkt is in dit rapport.

Vele partijen zouden kunnen participeren in het centrum. Hierbij kan vooral gedacht worden aan partijen die ook investeren in het project, zoals genoemd in paragraaf 6.1.3. 'Out of the box'- mogelijkheden zijn eveneens aan de orde gekomen bij subsidiering en financiering in de genoemde paragraaf. Zoals beschreven zullen er in het kader van branchevervaging en de trend zorgtoerisme nieuwe mogelijkheden en kansen ontstaan tot ontwikkeling van het (G)Astronomisch Centrum.

Aangezien het overgrote deel van het centrum in het teken staat van fit- en gezondheid, zien wij mogelijkheden voor bijvoorbeeld een zorgverzekeraar. Hier zijn reeds voorbeelden van. Zo heeft bijvoorbeeld Achmea de bekende 'Achmea Healthcenters' opgezet. Eventueel zou het (G)Astronomisch Centrum in dit opzicht als 'Achmea Megacenter' kunnen fungeren.

Maar ook participatie (financieel, zie 6.1.3) vanuit bijvoorbeeld patiëntenverenigingen, ziekenhuizen, zorginstellingen etcetera zou ons inziens mogelijk moeten zijn aangezien zij belang zouden kunnen hebben bij de definitieve invulling van het centrum.

Tevens kunnen lokale ondernemers uitstekend participeren. Zoals reeds genoemd, kunnen de verschillende onderdelen in het (G)Astronomisch Centrum prima gescheiden geëxploiteerd worden, met een overkoepelende organisatie in een multifunctioneel gebouw. Waar ons inziens het wellnesscentrum vooral financieel gedragen moet worden door grote partijen als zorgverzekeraars of investeringsmaatschappijen, kan de uitvoering van het ervan eventueel door lokale ondernemers plaatsvinden. Het wellnessrestaurant en het informatiecentrum 'Lofar start hier' zijn zeer interessant voor lokale ondernemers te exploiteren, maar ook financieren. Wij denken hierbij bijvoorbeeld aan Diner-café Bussemaker te Exloo voor het wellnessrestaurant en de Astron/Planetron voor het informatiecentrum over Lofar en astronomie. Ook de VVV zal ons inziens een nieuwe locatie kunnen innemen in het centrum.

6.6 SWOT-analyse

Voor het (G)Astronomisch Centrum Drenthe, het gebied, de samenhang van ideeën en samenwerkingen is een allesomvattende SWOT-analyse gemaakt.

Hierin komt voor het (G)Astronomisch Centrum Drenthe onder andere naar voren dat het wellnessrestaurant, de ligging, de thematisering en het kunstproject 'Lofarlicht in de Duisternis' enkele sterke punten vormen. Echter zwaktes zijn het feit dat er geen overnachtingsmogelijkheden zijn en er een grote parkeerruimte nodig is. Diverse trends als zorgtoerisme, branchevervaging en wellness worden als grote kansen gezien. Huidige en toekomstige concurrentie en de stijgende milieubelasting vormen echter bedreigingen.

Voor het gebied en de samenhang van ideeën en samenwerkingen komen de volgende punten naar voren: Drenthe is groen, rustgevend en schoon met vele cultuurhistorische aspecten. Hiernaast staat het bekend als dé wandel- en fietsprovincie van Nederland. De ontwikkelde ideeën Back to Future Line en Lofigeren vormen hiernaast ook sterke punten, evenals de toeristische trekpleister Noorderdierenpark Emmen. Dit staat tegenover het oubollige, saaie imago en de eenzijdigheid van Drenthe. Enkele belangrijke kansen vormen de ontwikkelde integrale gebiedsontwikkeling, de thema-vermarkting en de beleveniseconomie. Helaas kunnen wetgeving en stakeholders een bedreiging vormen.

De SWOT met uitgebreide uitleg van de genoemde punten, is te vinden in bijlage 10.

Hoofdstuk 7 | Conclusies

Wij menen in dit rapport de stichting Lofar-Tafel enkele interessante vermarktingsstrategieën voor de LofarZone en haar omgeving te hebben meegegeven met daarbij enkele zeer concrete uitwerkingen die binnen deze strategieën passen.

De visie op integrale gebiedsontwikkeling zal vele nieuwe mogelijkheden gaan bieden voor Drenthe. Astronomie als themaprofilering is ons inziens een compleet nieuwe kansrijke vermarkting voor Drenthe, hoewel de kernkwaliteiten hieromtrent altijd al aanwezig zijn geweest. Nu de koppeling dan ook daadwerkelijk wordt gelegd biedt dit ongekende mogelijkheden waarvan vele partijen kunnen profiteren.

Zowel de hoofdideeën, versterkende ideeën als de mogelijke samenwerkingen en arrangementen passen binnen de genoemde strategie, maar vormen ook op zichzelf zeer interessante concepten die zeker levensvatbaar zijn. Ze bevatten belangrijke unieke selling points waardoor deze uitstekend vermarkt kunnen worden, zoals volledige astronomische thematisering, unieke wellnessfaciliteiten en het Lofigeren. Het laatste is een nieuwe manier van gebieden ontsluiten, beheren en verkennen. Kortom een uniek, modern en entertainend concept waar Drenthe zichzelf absoluut mee op de kaart kan zetten.

Met bovengenoemde visie, concepten, samenwerkingen en arrangementen menen wij de een succesvolle toeristische vermarkting van het Lofar-project te bereiken alsmede de economische spin-off die hiermee kan ontstaan. Juist de integrale benadering en het zoeken naar samenwerkingen tussen ondernemers en bedrijven levert ons inziens vele synergetische voordelen op, waardoor de beoogde economische doelen behaald kunnen worden.

De concepten, maar zeker de strategische benadering, zullen zeer goed uitvoerbaar en haalbaar zijn voor lokale ondernemers en bedrijven.

De strategie en planconcepten sluiten naadloos aan op de huidig en toekomstige (!) waarneembare toeristisch-recreatieve trends en ontwikkelingen. De kwaliteiten van Drenthe bieden voldoende draagvlak om meer toeristen en recreanten te trekken en het huidige imago te verbeteren. In combinatie met de ontwikkelde nieuwe benadering tot vermarkting, zal Drenthe maar zeker ook het gebied rondom Lofar een grotere doelgroep kunnen trekken. Hierdoor zal de LofarZone, maar zeker ook de gehele provincie zich veelzijdiger en grootser kunnen profileren.

Drenthe met het Lofar-project zal één van dé toeristische trekpleisters vormen van de komende jaren!

Literatuur

ANP (25 april 2007), 'Balkenende pleit voor groene daken'. In: *Spits!* 25 april 2007
Amsterdam: BasisMedia BV.
Available from: http://spitsnet.nl/nieuws.php/12/94908/ccl/Balkenende_pleit_voor_groene_daken.html

De Gelderlander (2006), *MVO nieuwe standaard voor ondernemen*.
Nijmegen: De Gelderlander. Available from: <http://www.gelderlander.nl/ondernemer/article851034.ece>

European Travel Commission (2006), *Tourism Trends for Europe*.
Available from: http://www.holland.com/files/corporate/onderzoek/tourism_trends_europe2006.pdf

Kamer van Koophandel Drenthe (september 2005), *Syntens Zorgtoerisme heeft toekomst*.
Maart/april 2007
<http://www.syntens.nl/SYNTENS/Innoveren/algemeen/trends/nieuws/Zorgtoerisme+heeft+toekomst.htm>

Kloosterman (2007), *Identiteit en imago-onderzoek Provincie Drenthe in relatie tot trends en ontwikkelingen op het gebied van toerisme en recreatie*.
Op aanvraag beschikbaar.

Kloosterman, N., Scholten, S. (2007a), *Concurrentieonderzoek LofarZone*.
Op aanvraag beschikbaar.

Kloosterman, N., Scholten, S. (2007b), *Onderzoek naar wetgeving LofarZone*.
Op aanvraag beschikbaar.

NRIT (april 2006), 'Trends – De toerist in 2020'. *NRIT Magazine*.
Breda: NRITMedia. Jaargang 15, p. 1-2

NRIT (2006a), *Ontspannen door inspannen*.
Breda: NRITMedia

NRIT (2006b), *Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2005-2006*.
Breda: NRITMedia

Quest (april 2006), 'Stoklopen in het wild'. *Quest Magazine*.
Diemen: G+J Uitgevers.

Scholten (2007), *Wellnessonderzoek*.
Op aanvraag beschikbaar

VROM-raad (2006), *Groeten uit Holland, qui è fantastico!*.
Den Haag: OBT bv. Available from: http://www.vromraad.nl/Download/35604_advies_opmaak.pdf

Algemeen gebruikte literatuur:

Elektronische bronnen:

Artikelen en elektronische bestanden

Provinciale Staten van Drenthe (2004), *Provinciaal Omgevingsplan*.
Assen: Koninklijke Van Gorcum BV. Available from: <http://www.drenthe.nl/wonen/pdf/pop/POP-II-gedrukt.pdf>

Hunzeproject stuurgroep (2005), *Kansen in het Hunzegebied, kadernota voor uitvoering*.
Available from: http://www.hunzeproject.nl/tekst/kadernota_hunze.pdf

Mitras Wellbeing (27 oktober 2006), *Wellness een ware trend!*
Available from: http://www.mitras.nl/consumer/index.php?option=com_content&task=view&id=25&Itemid=2

Van der Neut (2 april 2007), *De beleveniseconomie: Echter dan de werkelijkheid...!*
<http://www.foolservice.nl/FoolsTower%20artikelen/Belevingseconomie.htm>

Internetsites

Astron (s.d.), ASTRON
Febr. – mei 2007.
<http://www.astron.nl/>

Gemeente Borger-Odoorn (s.d.), Zorg (subsiëring)
Mei 2007.

<http://www.borger-odoorn.nl/prod/borger-odoorn/borgerodoorn.nsf/0/21C46DA6103A2F97C1256D52003470FA?Opendocument&Highlight=subsidie>

Hunebedcentrum-Borger (s.d.)
Febr. – mei 2007
<http://www.hunebedcentrum.nl>

Lofar (s.d.), ...LOFAR...
Febr. – mei 2007
<http://www.lofar.nl>

Lofarzone (s.d.), :: lofarzone.nl :: Wat is de LofarZone
Febr. – mei 2007
<http://lofarzone.nl>

Hunzeproject (Provincie Drenthe), Hunzeproject.
Maart/april 2007
<http://www.hunzeproject.nl/>

Noordoosterlocaalspoorweg-Maatschappij (s.d.)
Maart/april 2007
<http://www.nols-maatschappij.info/>

Planetron (s.d.), Bezoek het Planetron te Dwingeloo!
Febr. – mei 2007
<http://www.planetron.nl>

Staatsbosbeheer (s.d.), Staatsbosbeheer: bezoekerscentrum Het Boomkroonpad
Febr. – mei 2007
http://www.staatsbosbeheer.nl/doen/dagjeuit/bezoekerscentra/details.asp?LOC_ID=114

Subsidieshop (s.d.), Subsidieregeling ontwikkeling recreatie en toerisme Drenthe (SORETD)
Mei 2007.
http://www.subsidieshop.nl/asp/regeling_details.asp?RegulationID=5154&Filter=Onderwerp&Waarde=Recreatie%20en%20Toerisme&Search=&Start=11&Rows=10&Page=2&Pages=3&Number=22&StartVorige=1&StartVolgende=21

Subsidieshop (s.d.), Subsidieregeling kwaliteitsinvesteringen in de Toeristische Sector (KITS)
Mei 2007.
http://www.subsidieshop.nl/asp/regeling_details.asp?RegulationID=5059&Filter=&Waarde=&Search=&Start=1&Rows=10&Page=1&Pages=4&Number=36&StartVorige=&StartVolgende=11

Subsidieshop (s.d.), Europees Fonds voor de Regionale Ontwikkeling 2000-2006 (EFRO)
Mei 2007.
http://www.subsidieshop.nl/asp/regeling_details.asp?RegulationID=5609&Filter=&Waarde=&Search=&Start=1&Rows=10&Page=1&Pages=4&Number=36&StartVorige=&StartVolgende=11

Talkin' Food (s.d.), Talkin' Food – de 100% onafhankelijke 'how to eat' in trendy gastroland
April 2007.
<http://www.talkinfood.nl/>

Wikipedia (s.d.), Noordoosterlocaalspoorweg-Maatschappij - Wikipedia
Maart/april 2007.
http://nl.wikipedia.org/wiki/Noordooster_Locaalspoorweg-Maatschappij

Literatuur:

Kloosterman, N., Scholten, S., (2007c), *Toerisme en Recreatie in Provincie Drenthe en Gemeente Borger-Odoorn*. Op aanvraag beschikbaar.

Kloosterman, N., Scholten, S., (2007d), *Wetenswaardigheden Astronomie*. Op aanvraag beschikbaar.

Verhage, B. (2001), *Grondslagen van de marketing*. Vijfde druk.
Groningen: Stenfert Kroese.

Bijlagen

Bijlage 1 – Algemene relevante trends en ontwikkelingen m.b.t. LofarZone

Demografisch

- Vergrijzing en grijze druk nemen toe
- Zorg in combinatie met recreatie vormt een kans voor provincie Drenthe (Kamer van Koophandel Drenthe, september 2005)
- De markt dient op een nieuwe wijze gesegmenteerd te worden
- Veranderende consument: heeft een globale interesse in cultuur, wat suggereert cultuur, leisure en entertainment te combineren. Daarnaast zijn consumenten steeds meer op zoek naar uniekere ervaringen (European Travel Commission, 2006)

Economisch

- Brancheervaging; in de toekomst zijn combinaties mogelijk van bijvoorbeeld zorgcentra en leisureproducten

Technologisch

- Vele technologische ontwikkeling (waaronder de stijgende integratie van internet, maar ook de ontwikkeling van apparatuur als GPS en mobiele toepassingen)

Ecologisch

- Klimaatverandering
- Toenemende milieubelasting
- Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen wordt steeds belangrijker (de Gelderlander, 2006)

Politieke ontwikkelingen

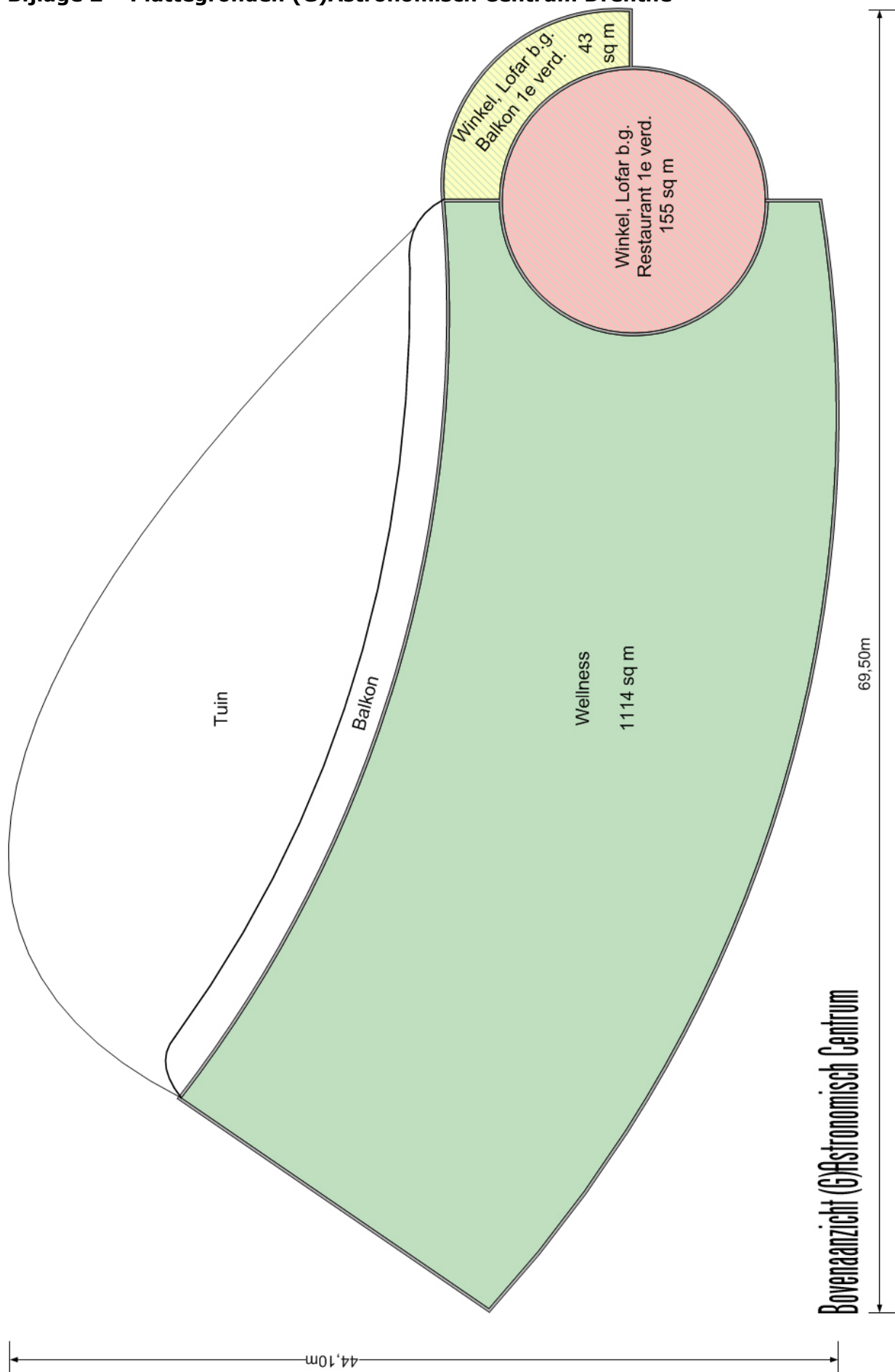
- Toenemende zorg omtrent terrorisme en onveiligheid is van invloed op de toeristenstromen

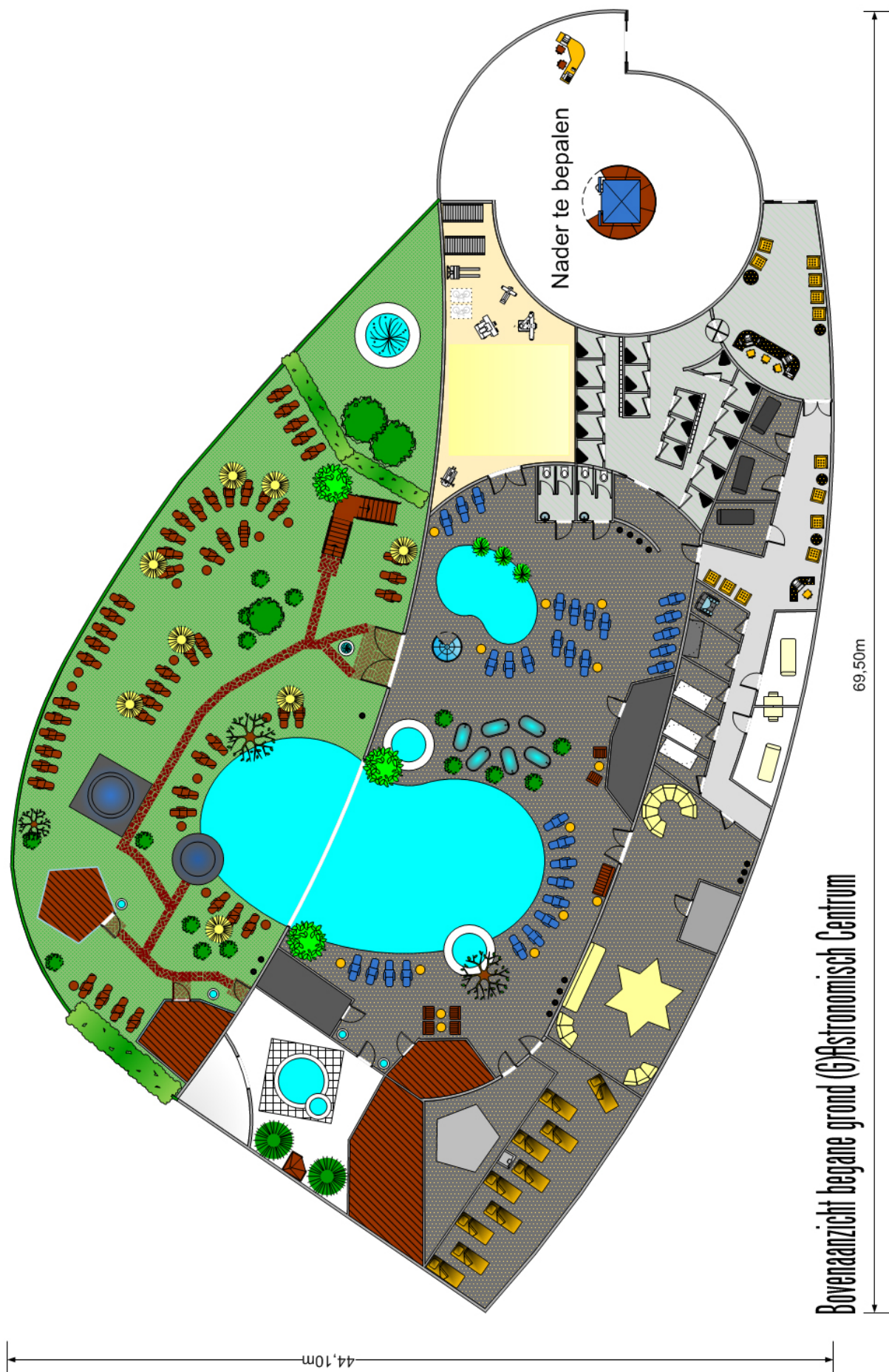
Toekomstverwachtingen ('De toerist in 2020', NRIT, april 2006):

- Vakanties in de eigen omgeving winnen aan populariteit
- Wellness en gezondheid worden steeds belangrijker
- In 2020 zullen er geen duidelijke identificeerbare toeristische bedrijven meer bestaan, maar zal dit steeds verder verweven worden met andere bedrijfsmatige activiteiten
- Rust en spiritualiteit zullen belangrijker worden dan vermaak

Bovengenoemde trends en ontwikkelingen zijn afkomstig uit '*Tendrapport voor toerisme, recreatie en vrije tijd 2005-2006*' (NRIT, 2006b), tenzij anders vermeld.

Bijlage 2 – Plattegronden (G)Astronomisch Centrum Drenthe





Legenda

Begane grond

Centrale gedeelte:



Tuin:



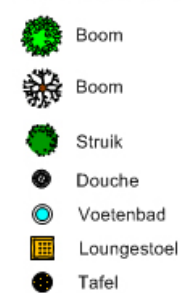
Poolruimte:



Beautyruimte:



In meerdere ruimtes:



Spiritualiteitsruimte:



Rustruimte:



Fitnessruimte:



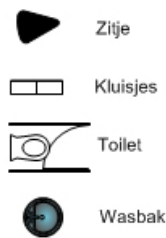
Hamam:



Receptie:



Kleedruimtes en toiletten:



Lofar Start Hier:



Eerste verdieping

Sterallure:



Wellness Lounge en Balkon:



Keuken:



Toiletruimtes:



Bijlage 3 - Trends en ontwikkelingen op het gebied van wellness

Uit het artikel 'Wellness, een ware trend!' (Mitras Wellbeing, 27 oktober 2006), blijken de volgende trends en ontwikkelingen op het gebied van wellness en uit de samenleving die van invloed zijn op wellness:

- *Groeiende behoefte naar rust en ontspanning* door verharding van de maatschappij.
- *Escapisme*. Het ontsnappen aan de harde werkelijkheid. Er even tussenuit. De alledaagse werksfeer is namelijk aan verandering onderhevig en de werkdruk wordt almaar groter, waardoor men veel stress en spanning op het werk ervaart. Dit biedt verdere motieven voor wellness.
- *Individualisering*, waardoor het lichaam en de gezondheid een grotere rol zijn gaan spelen in het leven.
- *Gezonde levensstijl*. Een gezond lichaam hangt samen met een gevoel van fit en gelukkig zijn en dit gevoel wil men zo lang mogelijk behouden.
- *Zwaarlijvigheid* is er in de laatste jaren steeds meer ingeslopen. Circa 40% van de Nederlanders is vandaag de dag te zwaar.
- *Fitness onder werknemers* wordt steeds meer gestimuleerd door het bedrijfsleven, omdat het ziekteverzuim met 4,6% in Nederland hoog is in vergelijking tot andere landen in Europa.
- *Vergrijzing* heeft een positieve invloed op de wellnesstrend. De bevolking wordt gemiddeld steeds ouder en de vraag naar zo gezond mogelijk ouder worden is daardoor steeds groter.
- *Meer (vrije) tijd en geld* te besteden onder de doelgroep senioren
- *Spiritualiteit*. Er is een enorme groei te constateren wat betreft lichaamsrituelen zoals massages en meditatie. Het traditionele geloof wordt langzaam vervangen door neoreligies.
- *Stijgend opleidingsniveau van vrouwen* en het daarmee samenhangende stijgende inkomen verhogen de consumptieve bestedingen van vrouwen. Dit heeft een positief effect op wellness, omdat vrouwen worden gezien als de pioniers van de wellnesstrend.
- *Belangstelling wellness onder mannen stijgt*. Uiterlijke verzorging wordt voor de 'nieuwe man', ook wel de metroseksueel, steeds belangrijker. Mannen brengen in toenemende mate bezoek aan wellnesscentra.
- *Combineren verschillende wellnessvormen*. Er zijn bijvoorbeeld steeds meer fitnesscentra die uitbreiden tot een waar 'lifestyle centre'. Hierbij hebben de basisfaciliteiten nog altijd met sport te maken, maar is hiernaast steeds meer ruimte voor ontspanning, gezond eten, behandeling en voorlichting. De saunacultuur wordt ook steeds meer geïntegreerd in de fitnesscentra. Hierdoor is afwisseling tussen ontspanning en inspanning goed mogelijk. Over tien tot vijftien jaar schat men alle fitnesscentra uitgebreid met de saunacultuur.
- *Verschuiving van curatief behandelen naar preventief behandelen* in de gezondheidszorg. Dit is een ideale ontwikkeling voor de wellnesscentra, waar voornamelijk preventief behandeld wordt.
- *Integratie van wellness in de hotelbranche*. Wellness wordt in hotels vooral aangeboden in de vorm van een spa. De aanwezigheid ervan heeft de hotelomzetten zo opgekrikt dat er geen nieuw hotel meer wordt gebouwd zonder een spa. Men geeft tegenwoordig nou eenmaal de voorkeur aan hotels met wellness. Met een lokaal hotel en een grootschalig wellnesscentrum in de buurt is een perfecte combinatie te maken.
- *Wellnessvakanties*. De termen wellnesstoerisme en wellnessreizen zijn veelgebruikte begrippen geworden. Men boekt steeds vaker een dergelijke vakantie. Voorheen waren Nederlanders hiervoor te nuchter. Nu echter, is men bewuster bezig met lichaam en geest. Ook speelt de gestegen levensstandaard hierbij een grote rol. De wellnessreizen leveren de branche gemiddeld 30% meer omzet op.
- *Groei verkoop wellnessproducten*. Hierbij valt te denken aan lightproducten, bloeddrukmeters, weegschalen met vetmeter, whirlpools, jacuzzi's, sauna's etc. Het blijkt dat de consument nou eenmaal bereid is tot 20% meer te betalen voor wellnessproducten.

Op de website van Talkin' food (<http://www.talkinfood.nl/>) zijn een aantal voedingstrends met het oog op gezonde voeding. Het gaat om de volgende trends:

- *Wellnessfoodtrend*. Dé nummer 1 foodtrend van dit moment. Wereldwijd. Heeft een ingrediënt of gerecht een gezondheidsclaim, dan is dat gegarandeerd zijn ticket to global fame.
- *Dieettrend*. Je hoeft er niet meer bij als je geen dieet volgt. Diëten is een lifestyle geworden. Geen trendy eter kan meer zonder.

- *Eerlijke voedingstrend.* Eerlijk, ook wel ambachtelijk, puur of authentiek. En daarmee de natuurlijke tegenhanger van de moleculaire keuken. In de eerlijke keuken geen gepeuter aan de molecuul, maar het zoveel mogelijk in zijn waarde laten van het product en zijn smaak.
- *Biotrend.* De biomarkt, waar ecovoer uit alle uithoeken van het land vers wordt aangevoerd. Brood, rauwmelkse kazen, ecovlees, worsten en paddenstoelen: de biomarkten zijn één bron van geur, kleur en smaak. Niet bepaald goedkoop, maar ja in die prijs zit dan ook een verhaal, een beleving én een gevoel inbegrepen.

NRIT Media geeft in het onderzoek '*Ontspannen door inspannen*' (NRIT, april 2006a) een duidelijk omschreven aanvulling op de trend van het combineren van wellnessvormen. Deze leverancier van betrouwbare vakinformatie in de vrijetijdssector stelt het volgende:

Fitness en wellness krijgen steeds meer raakvlakken.

Een gezonde levensstijl door inspanning (fitness) en ontspanning (wellness) spreekt meer en meer consumenten aan. In het verleden hebben fitness- en wellnesscentra zich afzonderlijk van elkaar ontwikkeld. Nu groeien ze steeds meer naar elkaar toe: Fitnesscentra krijgen allerlei wellnesscomponenten binnen de muren.

In het artikel '*Stoklopen in het wild*' staat de *Nordic Walking trend* uitgelegd (Quest, april 2007). In dit blad staat beschreven dat de eerste Nordic Walkers al gesignaleerd werden in de jaren '30. De Finse langlaufers deden het toen om in de zomer hun conditie op peil te houden. Pas in 1997 werd het grote publiek bereikt, toen 's werelds grootste stokkenmaker Exel de eerste officiële 'Nordic Walker Poles' introduceerde. Marketingslogans als 'verbrandt tot 46 procent meer energie dan gewoon lopen!' deden de rest.

Bijlage 4 – Gedetailleerde productinformatie invulling Thermen Spa'ce

Gedetailleerde productinformatie Thermen Spa'ce begane grond:

Thermen Spa'ce

Thermen Spa'ce is de belangrijkste faciliteit binnen het (G)Astronomisch centrum Drenthe. Het betreft een volledig astronomisch gethematiseerd wellnesscentrum met de volgende faciliteiten per ruimte:

Centrale gedeelte	
<i>Ruimtelijke donkere ruimte met sterrenhemel door glasvezelprojectie en gedempte sfeerverlichting</i>	
Thermaal binnenzwembad	33 °c Met sterrenbeelden op de bodem
2 Whirlpools	34 °c In UFO-vorm door de rand met ronde lichten te maken als nabootsing van ramen. Met sterrenbeeld op de bodem
Houtgestookte Finse sauna	+/- 80°C, luchtvochtigheid 15%
Infraroodsauna	40 a 65 °c Goed voor astma en pijnverlichting bij reuma, spit, jicht en hernia Sluit aan bij het astronomische door de laserstralen
Groot donker stoombad	45 °c, 15 m2 Met sterrenhemel binnen en een miniatuurraket erboven, om een raketlancering na te bootsen bij het openen van de deur van het stoombad (hierbij komt veel stoom naar buiten)
6 Kruiden- en geurbaden	Allen 35 °c Rozen: rustgevend Lavendel: zenuwkalmerend, verzachtend en opbeurend Kamfer en Eucalyptus: vermindert verkoudheid, griep en reumatische klachten en is goed voor de huid Rozemarijn: tegen vermoeidheid, droge/schilferige huid en verhoogt concentratievermogen Hooibloem: versoepelt de huid, revitaliserend en stimulerend Mint: verfrissend, reinigend en opent luchtwegen
Zoutwaterbad	34 °c, zoutgehalte 25% Door het zweven op het water ervaar je gewichtloosheid. Net als in de ruimtevaart.
Douches	2 stortdouches koud 2 regendouches koud 4 gewone douches met thermostaat
Ligbedden	Van kunststof
2 Voetenbaden	Warm

Tuin	
<i>Met uitzicht op het prachtige uitgestrekte Lofar-natuurgebied</i>	
Thermaal buitenzwembad	33 °c Doorlopend vanuit het binnenbad met sterrenbeelden op de bodem en massagestralen
2 Donkere whirlpools	35 °c Met zwarte tegels om de zwarte gaten in het heelal na te bootsen. Het water zal hierdoor zeer donker lijken. Alsof je in het onbekende stapt.
Finse stiltesauna	100°C +, Aspen hout Absolute stilte en rust Heeft uitzicht op de mooie natuur Groen ontspant de organen en stimuleert de algehele ontgifting van je lichaam.
Panoramasauna	60 a 80°C, Hemlock hout Met mooi uitzicht op buitengebied wellnesscentrum
Grote ligweide	Met houten ligbedden
Douches	1 stortdouche koud 2 gewone douches met thermostaat
2 voetenbaden	warm

Poollichtruimte	
<i>Lichte ruimte met schilderijen van poollichten op de muren en plafonds en uitzicht op de wellness tuin</i>	
Kelo sauna	80°C, 30 m2, Dennenhout (Kelo). Gebouwd van dennenbomen die oud zijn geworden ter hoogte van de poolcirkel Met Finse opgiëtrituëlen (löyly)
Dompelbad	18 °c
Sneeuwruijnte	Afkoelen met echte sneeuw
Cryo Sauna	Doeltreffende schoonheidstherapie in de Cryocabine 3 minuten lang bij – 130 °C tot – 150 °C De lucht in de cabine is droog en er is geen luchtvochtigheid, waardoor de lage temperatuur als zeer aangenaam wordt beschouwd Verjongt en genereert de huid, tegen cellulitis, vermindert pijnklachten, versterkt immuunsysteem en tegen chronische vermoeidheid. 10 a 15 behandelingen nodig
Secondenbad	5 °c, 2 m2
Scrubbijs	Om lichaam te ontdoen van oude huidcellen

Hamam	
<i>Donkere ruimte met sterrenhemel door glasvezelprojectie</i>	
Verwarmde marmeren plaat	In de vorm van een ster
Verwarmde marmeren banken	-
Turks stoombad	45 °c
Douches	3 warme douches
Scrubzout en olijfoliezeep	Gratis te gebruiken om zelf te scrubben en in te zepen Het is mogelijk dit tegen betaling door een gespecialiseerde masseur te laten doen

Beautygedeelte	
<i>Met donkere ruimtes met sterrenhemel door glasvezelprojectie</i>	
Zonnehemelruimte	Donkere kamer met sterrenhemel door glasvezelprojectie 2 zonnehemels met 1 gezichtsbruiner 1 zonnehemel met 3 gezichtsbruiners 1 gezichts- en handbruiner 1 turbobruiner
Massageruimte	3 donkere kamers met sterrenhemel: sport-, lichaams-, hand-, voetreflex-, gezichts-, hot- en coldstone en shiatsu (oosterse drukpunten) massages.
Beautysalon	2 kamers met gezichts- en lichaamsbehandelingen (peelingen, bodypackings etc), manicure en pedicure en harsbehandelingen.

Wellness Fitnessruimte	
<i>Met uitzicht op het prachtige uitgestrekte Lofar-natuurgebied</i>	
Cardiogedeelte	Klein gedeelte met 2 loopbanden, 2 fietsen, 1 roei-installatie en enkele krachttrainingsapparaten
Ruimte groepslessen	Open gladde vloer voor spinning en aerobics (de populairste lessen in fitness) op slimme maandag voor de mensen met overgewicht

Spiritualiteitsruimte	
<i>Donkere ruimte met sterrenhemel door glasvezelprojectie</i>	
Meditatiekamer	Mediteren onder leiding van ontspanningstherapeut. Mogelijk met klanken en/of muziek.
Rustruimte	Waterbedden in een kamer met projectie van een zonsverduistering

<i>Kleedruimtes en toiletten</i>	
Omkleedhokjes	17 omkleedruimtes met gratis kluisjes
Toiletten	2 voor dames en 2 voor heren Bij de wellnesslounge op de eerste verdieping zijn ook sanitaire voorzieningen

<i>Receptie</i>	
<i>Met ruimtelijk effect door grote ontvangsthal</i>	
Desk	Voor het ontvangen van gasten, maken van afspraken, boeken van arrangementen, afrekenen en informatieverstrekking

Bijlage 5 - Wellnessarrangementen

Wellnessarrangementen

Net als andere wellnesscentra zal ook Thermen Spa'ce een aantal arrangementen aanbieden welke uitgebreid kunnen worden met één of meerdere overnachtingen in een nabijgelegen hotel. Enkele ideeën zijn hieronder genoemd met een korte uitleg.

<u>Naam</u>	<u>Inhoud</u>
Slimme maandag (slim staat voor slank in het Engels)	Elke maandagochtend richt Thermen Spa'ce zich een paar uur op mensen met overgewicht. Zij zullen onder begeleiding van een diëtist en personal trainer aan de slag gaan om de kilo's kwijt te raken. De deelnemers zullen programma's doorlopen met aquarobics, fitness, wellness en gezonde voeding.
Star Treatment (naam gerelateerd aan astronomie)	Arrangement met alle mogelijkheden erin. Welkomstdrankje, verschillende beautybehandelingen, massages, wellness, turbobruiner, lunch en diner inbegrepen.
Down to Earth Arrangement (naam gerelateerd aan planeet)	Arrangement dat draait om ontspanning met meditatieclinic, rustgevende lichaams-, hand-, en/of voetmassages, gezichtsbehandeling en wellness.
Hot Shot Hamam (naam gerelateerd aan de lancering van warmte)	Hamam arrangement met inzeepbehandeling, traditionele scrubbehandeling en wellness.
Koken met sterren (gerelateerd aan het wellnesskoken en astronomie)	Arrangement met een gezonde en verantwoorde kookworkshop in het wellnessrestaurant gevolgd door kokende ontspanning in de warme hamam en toegang tot de overige wellnessfaciliteiten.
Warmte Tegenpool Clinic (gerelateerd aan de polen en de koude wellnessfaciliteiten)	IJskoud de beste en warm aanbevolen. Een arrangement met een Cold Stone Massage, een Cryo Sauna behandeling en na de Kelo sauna onder begeleiding op de beste en leukste manier afkoelen in de poollichtruimte.
Arrangement De Zevende Hemel (gerelateerd aan astrologie en je goed voelen)	Met dit arrangement waant iedereen zich in de hemel. De gast wordt behandeld als een echte engel met beautybehandelingen, massages en een manicure of pedicure. Gebruik van een zonnehemel is ook inbegrepen.

Bijlage 6 – Uitwerkingen doelgroepsegmentatie

Uitwerking segmentatiecriteria doelgroepen (G)Astronomisch Centrum Drenthe, Back to the Future Line en Lofigeren:

(G)Astronomisch Centrum Drenthe

Thermen Spa'ce en Sterallure

Demografisch:

Inkomen	Modaal en boven modaal
Sociale klasse	A-klasse (hogere klasse) en B-klasse (hogere midden- en midden middenklasse)
Leeftijd	18 jaar en ouder
Gezinscyclus	Uitwonende jongeren, samenwonend, getrouwd, gezin, ouderen met pensioen
Ras	Geen onderscheid alleen Turkse mensen zullen eerder naar een wellnesscentrum gaan waarin een hamam is gevestigd. Hoogstwaarschijnlijk zal de grootste bezoekersgroep uit Nederlanders bestaan, gevolgd door Duitsers.
Geestelijke en fysieke gesteldheid	Gezond, mensen met overgewicht, reumapatiënten, mensen met huidproblemen, gestresst of overspannen personen

Geografisch:

Plaatsen	Noord- en Midden Nederland en Duitsland vlak over de grens
Cultuur/tradities	Quality time en ontspanning worden steeds belangrijker
Urbanisatiegraad	Zowel hoog als laag, want stad en platteland gaan beiden naar wellnesscentra en restaurants
Gemeentegrootte	Groot, middel en klein
Bevolkingsdichtheid	Hoog, gemiddeld en laag

Psychografisch:

Persoonlijkheid	Open en ondernemend
Levensstijl	Gezond en fit zijn of willen worden, vaak op vakantie en/of uitstapjes maken
Benefits	Ontsnappen uit dagelijkse 'sleur', rust/ontspanning, verbeteren en/of op peil houden gezondheid en uiterlijk

Gedrag:

Verbruik	Heavy en light users. De heavy users zullen uit Drenthe komen en met name de gemeente Borger Odoorn en omstreken. De light users zullen uit de rest van Noord-Nederland, uit Midden-Nederland en uit Duitsland vlak over de grens komen
Merktrouw	De heavy users zullen een hoge 'merktrouw' hebben en de light users relatief laag
Bereidheid tot bezoeken	Als het (G)Astronomisch Centrum Drenthe met haar unique selling points eenmaal bekend is bij het publiek zal de bereidheid tot het bezoeken van het complex hoog zijn, omdat men nieuwsgierig is. Eenmaal bezocht, zal men enthousiast zijn over de setting en de mogelijkheden binnen het gebouw, waardoor herhalingsbezoeken verre van uitgesloten zullen zijn

Lofar Start Hier

Demografisch:

Inkomen	Beneden modaal en modaal
Sociale klasse	B1+B2-klasse (hogere midden en midden middenklasse), C-klasse (lagere middenklasse en D-klasse (lagere klasse)
Leeftijd	10 jaar en ouder
Gezinscyclus	Thuiswonende kinderen, uitwonende jongeren, samenwonend, getrouwd, gezin, ouderen met pensioen
Ras	Nederlanders. Astronomie en het Lofar-project zijn relatief moeilijke onderwerpen en zullen alleen begrepen worden met een optimale beheersing van de Nederlandse taal. Het informatiecentrum is kleinschalig en zal zich niet richten op Duitsers

Geografisch:

Plaatsen	Noord- Nederland
Cultuur/tradities	Het vergaren van kennis wordt te allen tijde als zeer belangrijk geacht. Men wil blijven leren en informatie verzamelen
Urbanisatiegraad	Laag. Hoogstwaarschijnlijk zullen mensen uit echt grote steden niet geïnteresseerd zijn in een dergelijk kleinschalig informatiecentrum over astronomie
Gemeentegrootte	Middel en klein
Bevolkingsdichtheid	Gemiddeld en laag

Psychografisch:

Persoonlijkheid	Open en leergierig
Levensstijl	Dagelijks leven met weinig bijzonderheden en zo nu en dan uitstapjes
Benefits	Kennis vergaren, op de hoogte blijven van de laatste ontwikkelingen

Gedrag:

Verbruik	Light users. Men zal vooral uit Drenthe komen en met name de gemeente Borger Odoorn en omstreken. Na eenmaal het informatiecentrum bezocht te hebben, is men op de hoogte en zal men niet snel en/of vaak wederkeren
Merktrouw	Relatief laag. Mocht er een grootschalig museum over astronomie in Nederland gevestigd worden, dan zal iedereen daarheen gaan en niet naar het kleinschalige informatiecentrum in Drenthe.
Bereidheid tot bezoeken	Laag. Na eenmalig bezoek weet men genoeg en zal men pas na een aantal jaren misschien weer nieuwsgierig worden naar eventuele veranderingen in het centrum

Back to the Future Line

Demografisch:

Inkomen	Modaal
Sociale klasse	A-klasse (hogere klasse) B1+B2-klasse (hogere midden en midden middenklasse), C-klasse (lagere middenklasse)
Leeftijd	6 jaar en ouder
Gezinscyclus	Jonge kinderen, gezin, ouderen met pensioen
Ras	Vooraf Nederlanders, gevolgd door Duitsers

Geografisch:

Plaatsen	Noord- en Midden-Nederland en Duitsland vlak over de grens
Cultuur/tradities	Plezier, quality time en ontspanning worden steeds belangrijker
Urbanisatiegraad	Iets meer laag dan hoog, maar zowel stad als platteland voelt zich aangetrokken tot stoomtreinen.
Gemeentegrootte	Middel en klein
Bevolkingsdichtheid	Gemiddeld en laag

Psychografisch:

Persoonlijkheid	Open en ondernemend
Levensstijl	Vaak uitstapjes en één á twee keer per jaar op vakantie
Benefits	Ontsnappen uit dagelijkse 'sleur', rust/ontspanning, gemakkelijke combinatie met plezierig dagje uit in een dierenpark en ontspanning in het (G)Astronomisch Centrum Drenthe

Gedrag:

Verbruik	Light users. Men zal niet wekelijks of maandelijks met een stoomtrein rijden. Dit gebeurt vooral in de zomermaanden bij meerdere uitstapjes met lekker weer
Merktrouw	Relatief hoog. Er zijn vrij weinig stoomtreinroutes in Nederland. Er is dus weinig concurrentie. Daarnaast is het een ideale lijn naar het populaire Noorderdierenpark in Emmen en komt het ook langs het veelbezochte Kabouterland in Exloo
Bereidheid tot bezoeken	Vrij hoog. Het is een plezierige en vermakelijke vorm van vervoer en is daarom populair onder het Nederlandse volk en buitenlandse toeristen.

Lofigeren

Demografisch:

Inkomen	Modaal
Sociale klasse	B1+B2-klasse (hogere midden en midden middenklasse), C-klasse (lagere middenklasse)
Leeftijd	12 jaar tot ongeveer 70 jaar. Jongere en oudere doelgroepen zullen de techniek rondom Bluetooth en GPS niet gemakkelijk en dus snel kunnen begrijpen
Gezinscyclus	Middelbare school kinderen, samenwonend, getrouwd, gezin, actieve senioren
Ras	Nederlanders

Geografisch:

Plaatsen	Noord-Nederland (in het begin, hoogstwaarschijnlijk wint het in een later stadium aan populariteit en wordt het wellicht uitgebreid met een grotere doelgroep)
Cultuur/tradities	Plezier, quality time worden steeds belangrijker
Urbanisatiegraad	Vooraf laag, het stadse leven zal minder geïnteresseerd zijn in navigeren in natuurlijke omgevingen. Dit puur omdat het nog wat onbekend voor ze is en daarom bijvoorbeeld liever gaan winkelen.
Gemeentegrootte	Middel en klein
Bevolkingsdichtheid	Gemiddeld en laag

Psychografisch:

Persoonlijkheid	Open, ondernemend en modern
Levensstijl	Vaak uitstapjes en één keer per jaar op vakantie
Benefits	Ontsnappen uit dagelijkse 'sleur', verkennen op actieve en vermakelijke wijze. Gezonde entertainment

Gedrag:

Verbruik	Heavy users en light users. . De heavy users zullen uit Drenthe komen en met name de gemeente Borger Odoorn en omstreken. De light users zullen in het begin uit de rest van Noord-Nederland komen
Merktrouw	Hoog. Het is een uniek initiatief welke nog niet op deze interactieve en moderne wijze wordt gebruikt in Nederland. Er zijn dus nog geen concurrenten die deze vorm van navigeren aanbieden met eigen routes.
Bereidheid tot bezoeken	Vrij hoog. Het is een plezierige en vermakelijke vorm van navigeren en is mogelijk in verschillende routes. Is men enthousiast, dan zal men relatief snel een andere Lofigatie-route lopen, fietsen of rijden.

Bijlage 7 – Algemene informatie (G)Astronomisch Centrum Drenthe

Algemene informatie

Openingstijden

Thermen Spa'ce:	Iedere dag van 10.00 tot 24.00 uur	
	Maandag van 10.00 tot 12.00 uur:	Slimme maandag
	Iedere eerste vrijdag van de maand:	Badkleding niet toegestaan

Sterallure: Iedere dag van 11.00 tot 24.00 uur

Lofar Start Hier: Iedere dag van 10.00 tot 19.00 uur

Prijzen

Entree Thermen Spa'ce €26,50

Avondentree (ma t/m vr na 18.00 uur) €19,50

Vrij gebruik van shampoo, showergel, scrubbijs en -zout.

Entree Lofar Start Hier gratis

Overige informatie

Het (G)Astronomisch Centrum Drenthe staat in het teken van gezondheid. Het is dan ook logisch dat het verboden is te roken in het complex. Ook in de wellnesstuin is het niet toegestaan.

In tegenstelling tot vele andere wellnesscentra is het in (G)Astronomisch Centrum Drenthe verplicht om badkleding te dragen. Door deze maatregel zullen meerdere doelgroepen bereikt worden, omdat men geen rem meer voelt en omdat er op dit vlak minder concurrentie heerst in Nederland.

Bijlage 8 – Personele bezetting (G)Astronomisch Centrum Drenthe

THERMEN SPA'CE			
Kostenplaats	Functie	Dagen/ Uren per dag	Hoeveelheid fte's nodig
Thermen Spa'ce - Receptie	Receptioniste 1x	7, 14	2,6
Thermen Spa'ce – Spiritualiteitsruimte	Ontspanningstherapeut 1x	7, 3	0,6
Thermen Spa'ce - Fitness	Instructeurs/instructrices/ Diëtiste 2x	1, 4	0,2
Thermen Spa'ce – Schoonmaak	Facilitair manager 1x	5, 8	1
Thermen Spa'ce – Schoonmaak	Schoonmaaksters 3x	7, 4	2,2
Thermen Spa'ce - Toezicht	Toezichthouders 3x	7, 14	7,7
TOTAAL	Fte's	-	14,2

BEAUTYSALON			
Kostenplaats	Functie	Dagen/ Uren per dag	Hoeveelheid fte's nodig
Thermen Spa'ce - Beauty	Schoonheidsspecialistes 2x	7, 11	4
Thermen Spa'ce – Beauty en Hamam	Masseurs/masseuses 2x	7, 12	4,4
TOTAAL	Fte's	-	8,4

HORECA			
Kostenplaats	Functie	Dagen/ Uren per dag	Hoeveelheid fte's nodig
Thermen Spa'ce – Wellness lounge	Obers 1x	7,14	2,6
Sterallure – Restaurant	Floor manager 1x	7, 13	2,4
Sterallure – Restaurant	Obers 3x	7, 13	7,2
Sterallure + Wellness Lounge – Keuken	Chef-kok 1x	7, 14	2,6
Sterallure + Wellness Lounge – Keuken	Koks 2x	7, 14	5,2
TOTAAL	Fte's	-	20

INFORMATIECENTRUM			
Lofar Start Hier – Receptie, informatie, winkel	Receptioniste/uitleg 2x	7, 9	3,3
TOTAAL	Fte's	-	3,3

MANAGEMENT			
Algemeen: Management	Directeur/directrice 1x	5, 8	1
Algemeen: Management	Marketingmanager 1x	5, 8	1
TOTAAL	Fte's	-	2
TOTAAL	Fte's	-	48

Bijlage 9 | Kosten-, om- en afzetcapaciteiten (G)Astronomisch Centrum Drenthe

Kosten wellnesscentrum:			
Zwembaden:	Prijs p.e. (schatting)	Totaal:	Totaal per categorie:
Groot centraal bad (ongeveer 18x10)	1 € 240.000,00	€ 240.000,00	
Dompelbad (2x2)	1 € 2.500,00	€ 2.500,00	
Whirlpools (2x2)	4 € 2.500,00	€ 10.000,00	
Secondenbad (1x1)	1 € 1.500,00	€ 1.500,00	
Zoutwaterbad (6x4)	1 € 32.000,00	€ 32.000,00	
Voetenbad (0,5x0,5)	4 € 500,00	€ 2.000,00	
Kruidenbaden	6 € 2.500,00	€ 15.000,00	€ 303.000,00
Bron: interhiva.nl			
Sauna's (schatting kosten per m2: EUR 880):			
Kelosauna (30m2)	1 € 26.400,00	€ 26.400,00	
Infraroodsauna (12 m2)	1 € 10.560,00	€ 10.560,00	
Houtgestookte Finse sauna (13 m2)	1 € 11.440,00	€ 11.440,00	
Panorama-sauna (12 m2)	1 € 10.560,00	€ 10.560,00	
Finse stiltesauna (15m2)	1 € 13.200,00	€ 13.200,00	
Stoomcabine met raket (15 m2)	1 € 15.000,00	€ 15.000,00	
Turks stoombad (8m2)	1 € 7.040,00	€ 7.040,00	
Bron: interhiva.nl			
Verwarmde marmeren plaat	1 € 10.000,00	€ 10.000,00	
Verwarmde banken	1 € 5.000,00	€ 5.000,00	
Cryosauna (1 m2) (www.cryodoc.nl)	1 € 19.375,00	€ 19.375,00	€ 128.575,00
Beautysalon:			
massage- en behandelbanken (www.bestmassage.nl)	5 € 269,00	€ 1.345,00	
Zonnehemel met 1 gezichtsbruiner	2 € 3.000,00	€ 6.000,00	
Zonnehemel met 3 gezichtsbruiner	1 € 3.500,00	€ 3.500,00	
Turbobruiner	1 € 4.000,00	€ 4.000,00	
Gezichts- en handbruiner	1 € 3.000,00	€ 3.000,00	€ 17.845,00
Bron: interhiva.nl			
Fitness:			
Loopband	2 € 1.495,00	€ 2.990,00	
Fietsen	12 € 750,00	€ 9.000,00	
Roeiapparaat	1 € 475,00	€ 475,00	
Krachttraining	4 € 795,00	€ 3.180,00	
Gewichten	3 € 560,00	€ 1.680,00	€ 17.325,00
Bron: helisports.nl			
Inventaris:			
Ligbedden kunststof (www.spamaster.nl)	50 € 185,00	€ 9.250,00	
Ligbedden hout (www.decogarden.nl)	50 € 415,00	€ 20.750,00	
Waterbedden (www.eurowaterbed.nl)	10 € 647,00	€ 6.470,00	
Parasols (www.decogarden.nl)	20 € 399,00	€ 7.980,00	
Televisieschermen (LCD) (www.spamaster.nl)	4 € 3.300,00	€ 13.200,00	
Kleine ronde tafels (www.neck.nl)	40 € 89,00	€ 3.560,00	
Loungestoelen en banken (www.neck.nl)	30 € 249,00	€ 7.470,00	
Desk (modernoffice.stores.yahoo.net)	1 € 2.999,00	€ 2.999,00	
Terrasverwarmers (www.spamaster.nl)	20 € 250,00	€ 5.000,00	€ 76.679,00
IT-voorzieningen:			
Computers (www.wehkamp.nl)	3 € 599,00	€ 1.797,00	
Telefoon/fax/printers (www.wehkamp.nl)	5 € 89,99	€ 449,95	
Overhead-projector (www.vikingdirect.nl)	2 € 1.049,89	€ 2.099,78	€ 4.346,73
Sanitaire voorzieningen:			
Douches (www.spamaster.nl)	14 € 250,00	€ 3.500,00	
Toiletten (www.sanitair-online.nl)	8 € 161,11	€ 1.288,88	
Wasbakken + kraantjes (www.sanitair-online.nl)	4 € 142,45	€ 569,80	
Kleedruimtes	17 € 400,00	€ 6.800,00	
Kluisjes (www.infotec.com)	200 € 21,93	€ 4.386,00	€ 16.544,68
Tuin:			
Gras (http://www.gardenoutlet.nl/)	400 m2 € 2,50	€ 1.000,00	
Bestrating (http://www.klinkerservice.nl/)	50 m2 € 15,00	€ 750,00	
Beplanting	1 € 3.000,00	€ 3.000,00	
Fontein	1 € 5.000,00	€ 5.000,00	€ 9.750,00
Totaal:			€ 574.065,41

Kosten horeca:

Gebaseerd op 100 couverts

Horeca Keuken:	Gemiddelde kosten	Installatiekosten	
Bron: horecaxl.nl	€ 150.000	8%	€ 162.000,00

Inventaris:

		Prijs p.e. (schatting)	Totaal:
Eettafels (www.wehkamp.nl)	20	€ 299,00	€ 5.980,00
Stoelen (www.wehkamp.nl)	100	€ 39,99	€ 3.999,00
Vleugel (http://www.acustica.nl)	1	€ 5.000,00	€ 5.000,00
Barkrukken (www.spamaster.nl)	6	€ 50,00	€ 300,00
Bloemen en planten	1	€ 2.000,00	€ 2.000,00
Desk (http://www.beukhoreca.nl)	1	€ 2.325,00	€ 2.325,00
Algemene benodigdheden (borden, bestek, servies, tafellinnen)	1	€ 35.000,00	€ 35.000,00
			€ 54.604,00

IT-voorzieningen:

Computers	1	€ 599,00	€ 599,00	
Telefoon / fax / printer	1	€ 89,99	€ 89,99	€ 688,99
Bron: wehkamp.nl				

Sanitaire voorzieningen:

Toiletten	7	€ 161,11	€ 1.127,77	
Wasbakken + kraantjes	4	€ 142,45	€ 569,80	€ 1.697,57
Bron: sanitair-online.nl				

Totaal: € 218.990,56

Kosten gebouw (excl. grondprijs):

Per m2 (inclusief systeemwanden, trappen en lift etc.): € 1.100,00

Bron: Arceau architecten www.arceau.nl

Ruimtes:

	aantal m2	Totaal:
Parkeerruimte	2500	€ 2.750.000,00
Gebouw met gedeelte eerste verdieping	1820	€ 2.002.000,00
Totaal m2:	4320	€ 4.752.000,00

Eventuele parkeerruimte extern:

m2	per m2	Totaal:
2500	€ 100,00	€ 250.000,00

Prijs gebouw inclusief ondergrondse parkeerruimte:

€ 4.752.000,00

Prijs gebouw exclusief ondergrondse parkeerruimte (parkeerruimte extern):

€ 2.252.000,00

Totale kosten (G)Astronomisch Centrum Drenthe:

Wellness	€ 574.065,41
Horeca	€ 218.990,56
Lofar Start Hier, inrichting nader te bepalen, geschatte kosten	€ 75.000,00
Gebouw inclusief parkeergarage	€ 4.752.000,00
Gebouw met externe parkeerruimte	€ 2.252.000,00

Kosten:

Centrum met parkeergarage	€ 5.620.055,97
Centrum met externe parkeerruimte	€ 3.120.055,97

met 10% voor verwarming, airco en onvoorziene kosten

Totale kosten exclusief grondprijs:

Centrum met parkeergarage	10% € 6.182.061,57
Centrum met externe parkeerruimte	10% € 3.432.061,57

Grondprijs

m2 Grondprijs per m2 bouwkevel 3e kw Totaal:

Bron: kadaster.nl			
Centrum met parkeergarage	2500	€ 344,00	€ 860.000,00
Centrum met externe parkeerruimte	4420	€ 344,00	€ 1.520.480,00

(2500 m2 = de grootte van de parkeergarage, het centrum ligt erboven en is kleiner)

(4420 m2 = 1320 m2 begane grond van het centrum + 600 m2 tuin, 2500 m2 van de parkeerruimte)

Totale kosten inclusief grondprijs:

Centrum met parkeergarage	€ 7.042.061,57
Centrum met externe parkeerruimte	€ 4.952.541,57

Afzet 1e jaar:		Schatting omzet:			
Wellness (exclusief behandelingen en/of arrangementen):					
Ongeveer 140 bezoekers per dag					
	20000 dagtoegang	€ 26,50	€ 530.000,00		
	30000 avondtoegang	€ 19,50	€ 585.000,00		
		Totaal:	€ 1.115.000,00		
Restaurant:					
Restaurant (wellness):		Bezettingsgraad:	Totaal per jaar:	Gemiddelde besteding (geschat):	Totaal:
Bezoekers dag	20000	60%	12000	€ 15,00	€ 180.000,00
Bezoekers avond	30000	40%	12000	€ 10,00	€ 120.000,00
Totaal aantal gasten wellnessrestaurant per jaar:		Totale omzet wellnessrestaurant per jaar (52 weken):			
	24000	€ 300.000,00			
Restaurant (sterallure):					
Doordeweeks:		Bezettingsgraad:	Totaal per dag:	Aantal dagen:	Per week:
Bezettingsgraad 11.00 - 17.00 uur (3 sessies x 100 plaatsen = 300 plaatsen)	300	20%	60	5	300
Bezettingsgraad 17.00 - 24.00 uur (3 sessies = 300 plaatsen)	300	50%	150	5	750
Weekend:					
Bezettingsgraad 11.00 - 17.00 uur (3 sessies x 100 plaatsen = 300 plaatsen)	300	50%	150	2	300
Bezettingsgraad 17.00 - 24.00 uur (3 sessies = 300 plaatsen)	300	80%	240	2	480
		Gemiddelde besteding (geschat):			
Totaal aantal gasten lunch per week:	600	€ 15,00	€ 9.000,00		
Totaal aantal gasten diner per week:	1230	€ 30,00	€ 36.900,00		
		Totaal besteding per week:			
		€ 45.900,00			
Totaal aantal gasten 'Sterallure' per jaar (52 weken):		Totale omzet 'Sterallure' per jaar (52 weken):			
	95160	€ 2.386.800,00			
Totaal aantal gasten 1e jaar totale horeca:		Totale omzet totale horeca:			
	119160	€ 2.686.800,00			

Bijlage 10 – Uitwerking SWOT-analyse

<u>SWOT</u>	
Strenghts	Weaknesses
(G)Astronomisch Centrum Drenthe en Lofarlicht in de Duisternis	
1. Saunafaciliteiten	1. Ontbreken van overnachtingsmogelijkheden
2. Hamam	2. Parkeerruimte/parkeergarage
3. Wellnessrestaurant	
4. Fitnesszaal	
5. Diversiteit wellnessfaciliteiten	
6. Volledig gethematiseerd wellnesscentrum	
7. Ligging	
8. Aansluiting gebouw op omgeving	
9. Gebruik van zonnepanelen	
10. Het kunstproject 'Lofarlicht in de duisternis'	
Gebied, ideeën, samenhang en samenwerkingen	
1. Dé wandel- en fietsprovincie	1. Imago Drenthe
2. Groen, schoon en rustgevend gebied	2. Eenzijdigheid Drenthe
3. Lofigatie-netwerk	3. Marketing provincie
4. Back to the Future Line	
5. Cultuurhistorische karakteristieken	
6. Dierenpark Emmen	
Opportunities	Threats
(G)Astronomisch Centrum Drenthe en Lofarlicht in de Duisternis	
1. Wellness en gezondheid	1. Huidige en toekomstige concurrentie wellness
2. Overgewicht onder de Nederlandse bevolking	2. Milieubelasting
3. Rust en spiritualiteit	
4. Zorgtoerisme	
5. Wellness voor mannen	
6. Stimulering fitness en wellness vanuit bedrijf	
7. Branchevervaging	
8. Multifunctionele complexen	
9. Duurzaam en verantwoord ondernemen	
Gebied, ideeën, samenhang en samenwerkingen	
1. Vergrijzing	1. Wetgeving
2. Samenwerkingen in de omgeving	2. Stakeholders
3. Bredere doelgroep	3. Ontgroening
4. Thema-vermarkting Drenthe	4. Concurrentie stoomtreinroutes
5. Thuisvakanties	
6. Individualisering	
7. Economie en arbeidsmarkt	
8. Beleveniseconomie	
9. Integrale gebiedsontwikkeling	
10. Het Internet	
11. Meer korte vakanties of dagjes uit	
12. Men wil nieuwe en unieke ervaringen	
13. Opkomende navigatietechnologie	

Tabel 1. SWOT Analyse ontwikkelde ideeën en strategieën LofarZone

Toelichting op SWOT

(G)Astronomisch Centrum Drenthe en Lofarlicht in de Duisternis - Sterktes

- Ad1. Saunafaciliteiten blijken uit onderzoek (Scholten, 2007) onmisbaar in een wellnesscentrum en moeten daarom absoluut geïntegreerd worden. Het (G)Astronomisch Centrum Drenthe heeft een uitgebreid aanbod welke ruimer zijn opgezet dan bij de concurrentie.
- Ad2. Er zijn in Nederland nog maar 13 hamams en zelfs geen enkele in Noord-Nederland (Scholten, 2007). Dit betreft Friesland, Groningen, Drenthe en Overijssel. De hamam van het ontwikkelde centrum is dan ook uniek en zal extra bezoekers trekken.
- Ad3. Het wellnessrestaurant Sterallure vormt het eerste restaurant in Nederland welke zich op deze manier profileert en daar ook volledig naar handelt. Er wordt met biologische en streekproducten gewerkt en er mag absoluut niet gerookt worden.

- Ad4. Door het integreren van een fitnesszaal kan inspanning gecombineerd worden met ontspanning. Hiermee wordt er ingespeeld op de trend van het fit willen zijn en voelen. Ook is het nu mogelijk mensen met overgewicht te behandelen en te leiden in het centrum.
- Ad5. Door de diversiteit van de wellnessfaciliteiten binnen het complex zijn er ten opzichte van andere wellnesscentra veel meer combinatiemogelijkheden.
- Ad6. Het (G)Astronomisch Centrum Drenthe zal het eerste volledig astronomisch gethematiseerde wellnesscentrum in Nederland vormen. Dit is zeer uniek en er wordt op alle mogelijke manier en ingespeeld op de beleving van de consument.
- Ad7. De ligging tussen de wegen Velddijk, Achterste velddijk en de Beeksdijk zou de perfecte ligging zijn voor een prachtig uitzicht over het uitgestrekte natuurgebied.
- Ad8. Het gebouw past goed in de omgeving door het natuurlijke schuin aflopende dak met antennes en het gebruik van hout aan de buitenkant. Op het dak zal heide komen en omdat je er vanaf de weg gezien op kan kijken past het zeer goed in de natuurlijke omgeving. Men zal niet tegen een kolossaal gebouw aankijken.
- Ad9. Door het plaatsen van enkele zonnepanelen wordt op milieuvriendelijke wijze energie opgewekt, dit doet tevens de energierekening verlagen.
- Ad10. Het kunstproject 'Lofarlicht in de Duisternis' zorgt ervoor dat ook 's avonds een prachtig uitzicht wordt gecreëerd op het uitgestrekte landschap en maakt de ligging van het complex nog unieker.

(G)Astronomisch Centrum Drenthe en Lofarlicht in de Duisternis – Zwaktes

- Ad1. Het feit dat het (G)Astronomisch Centrum Drenthe zelf geen overnachtingsmogelijkheden heeft is een zwakte ten op zichte van sommige concurrenten, die deze mogelijkheid wel bieden.
- Ad2. Net als andere toeristische en recreatieve ondernemingen heeft ook het centrum parkeerruimte nodig. Helaas doet dit afbreuk aan de mooie natuurlijke omgeving. Een ondergrondse parkeergarage is een optie, maar kost kapitalen.

(G)Astronomisch Centrum Drenthe en Lofarlicht in de Duisternis – Kansen

- Ad1. Wellness en gezondheid worden wereldwijd steeds populairder (NRIT, april 2006). Men ziet steeds meer voordelen in het geestelijk en fysiek fit zijn of worden. Hiernaast kan dit worden bereikt op een leuke recreatieve manier.
- Ad2. Overgewicht vormt een steeds groter probleem onder de Nederlandse bevolking (Mitras Wellbeing, 27 oktober 2006). Dit biedt een kans voor het (G)Astronomisch Centrum, dat arrangementen aanbiedt voor mensen met obesitas. Men kan in het complex gezond eten, bewegen, ontspannen en bijvoorbeeld een gezondere huid krijgen. Dit allemaal onder leiding van een diëtiste en personal trainer.
- Ad3. Rust en spiritualiteit vormen samen een opkomende trend (NRIT, april 2006) en zullen belangrijker worden dan vermaak. Met de spiritualiteitsruimte in het centrum spelen we in op deze trend en is een nieuwe kans gecreëerd.
- Ad4. Een opkomende markt is het zorgtoerisme (NRIT, 2006b). Het (G)Astronomisch Centrum speelt in op deze vorm van toerisme en spreekt hiermee een grote doelgroep aan.
- Ad5. Uit onderzoek blijkt dat mannen steeds geïnteresseerder worden in wellness (Mitras Wellbeing, 27 oktober 2006). Dit is een grote kans voor het wellnesscentrum. De doelgroep zal breder worden en dat komt ten gunste van de omzet.
- Ad6. In het bedrijfsleven achten de werkgevers de preventie van overspanningen en burn-outs steeds hoger (Scholten, 2007). Hierom wordt in- en ontspanning steeds meer gestimuleerd door het aanbieden van bijvoorbeeld abonnementen. Het wellnesscentrum kan met dit segment zeer veel bezoekers trekken.
- Ad7. Je ziet in de samenleving steeds meer branchevervaging (NRIT, 2006b). Het centrum doet hier in lichte mate aan mee. Men kan naar een informatiecentrum en eventuele arrangementen boeken voor in de omgeving, en kan het combineren met een etentje en/of een wellnessbezoek.
- Ad8. Multifunctionele complexen lijkt op branchevervaging maar het wijkt net iets af. Het (G)Astronomisch Centrum Drenthe speelt in op de consument die steeds meer geïnteresseerd raakt voor meerdere faciliteiten/activiteiten onder één dak. Dit vanwege de afnemende vrije tijd en zo de beperkte reistijd. Het centrum is wel toegespitst op maar twee branches, namelijk astronomie (Lofar) en wellness.
- Ad9. Het duurzaam en verantwoord ondernemen wordt steeds belangrijker en er worden ook meer en meer subsidies voor gegeven. Het complex kan hierop inspelen door hier zoveel mogelijk rekening mee te houden.

(G)Astronomisch Centrum Drenthe en Lofarlicht in de Duisternis – Bedreigingen

- Ad1. Bestaande wellness- en saunacentra vormen een bedreiging omdat het concurrenten zijn. Hiernaast worden alle centra meer en meer uitgebreid, waardoor de concurrentie heviger zal worden.
- Ad2. Er is een toenemende milieubelasting (NRIT, 2006b), omdat er meer en meer gebouwd wordt en minder groen overblijft in het land. Dit is uiteraard niet gunstig voor het centrum.

Gebied, ideeën, samenhang en samenwerkingen – Sterktes

- Ad1. Drenthe staat bekend als dé wandel- en fietsprovincie bij uitstek. Dit is een grote sterkte, omdat het vele toeristen trekt.

- Ad2. Drenthe is groen, schoon en heeft vele rustgevend gebieden, waardoor het een mooie woon- en verblijfsomgeving is. Er zijn vele liefhebbers (toeristen) die hier speciaal voor naar de provincie komen.
- Ad3. Het Lofigatie-netwerk waarbij routes op een entertainende manier wandelend, fietsend of rijdend ondernomen kunnen worden, is uniek in Nederland. Het is een moderne vorm van de huidige ANWB Paddenstoelen en vele malen leuker. Het idee zal menigeen zeer interesseren en toeristen naar het gebied trekken. Hiernaast vormt het een goede verbinding tussen diverse toeristische en recreatieve ondernemingen in Borger-Odoorn en omstreken.
- Ad4. De stoomtreinroute: Back to the Future Line en haar koppeling tussen diverse recreatieve ondernemingen vormt een zeer entertainende manier om van de ene toeristische attractie naar de andere te komen. Hiernaast heeft een stoomtreinroute een landelijke aantrekkingskracht, omdat het niet veel voorkomt in het land.
- Ad5. Drenthe heeft vele interessante cultuurhistorische karakteristieken, zoals de hunebedden, huifkarren, zandgronden, veenontginningen, lintbebouwingen, esdorpen en schaapskuddes. Toeristen komen dit alleen tegen in deze provincie, daarom behoort het tot de sterke punten.
- Ad6. Dierenpark Emmen vormt met haar 1,3 miljoen bezoekers per jaar een belangrijke toeristische attractie en zorgt voor een enorme inkomstenbron in de provincie. Ook andere ondernemingen profiteren van het dierenpark (economische spin-off)

Gebied, ideeën, samenhang en samenwerkingen – Zwaktes

- Ad1. Het imago van Drenthe staat bekend als oubollig, kneuterig en saai. Dit weerhoudt een enorme hoeveelheid toeristen om een bezoek te brengen aan de provincie (Kloosterman, 2007).
- Ad2. Drenthe is op dit moment niet veelzijdig genoeg en trekt daardoor een slechts een selectieve doelgroep. Het betreft vooral de oudere generatie. Vandaar ook het imago. Hier moet verandering in komen (Kloosterman, 2007).
- Ad3. Er is geen goede marketing vanuit en voor de provincie. Met Drenthe als Astronomische en Zorgprovincie zal dit zeker moeten verbeteren om een bredere doelgroep te kunnen trekken.

Gebied, ideeën, samenhang en samenwerkingen – Kansen

- Ad1. Vergrijzing is een enorme kans, omdat de senioren samen een steeds grotere doelgroep vormt en zij relatief veel geld te besteden hebben. Hiernaast is Drenthe al populair bij de wat oudere generatie. De inkomstenbron zal door de vergrijzing dan ook alleen maar groter worden.
- Ad2. De samenwerkingen tussen het (G)Astronomisch Centrum Drenthe met het Lofigeren en de Back to the Future Line en de toeristische en recreatieve ondernemingen in Borger-Odoorn en omstreken, zorgen ervoor dat een economische spin-off wordt bereikt. Ook de streekproducten zullen worden verkocht aan het centrum om daar overheerlijke gerechten van te maken en om het weder te verkopen in de winkel. Dit zorgt voor een nieuwe inkomstenbron voor de makers van streekproducten.
- Ad3. Er zal een bredere doelgroep worden getrokken door onder andere de maatregel van het verplichten van het dragen van badkleding, het unieke Lofigeren en de stoomtreinroute. Vooral het eerste zal een jongere doelgroep trekken. Jongeren voelen zich vaak geremd als ze verplicht worden zich te ontdoen van badkleding. Hierdoor blijft een bezoek aan een wellnesscentrum vaak uit.
- Ad4. Thema-vermarkting van Drenthe als astronomische provincie (Astron, Lofar, Planetron, Westerbork Telescopen) en ook zorgprovincie zal Drenthe attractiever maken. Het imago zal hierdoor ook enorm verbeteren.
- Ad5. Thuisvakanties worden steeds populairder (NRIT, april 2006). Dit is zeer gunstig voor het centrum, omdat ze zo ook vele omwonenden kan trekken in de zomerperiode.
- Ad6. De individualisering (Mitras Wellbeing, 27 oktober 2006) is zeer gunstig. Het maakt men tegenwoordig minder uit om dingen alleen te doen. Men zal dan ook sneller alleen naar een wellnesscentrum gaan.
- Ad7. De laatste jaren verbetert de economie en de arbeidsmarkt zich (NRIT, 2006b). De positiviteit bij consument stijgt en men is geneigd meer op vakantie te gaan en uitstapjes te maken. Dit is gunstig voor het wellnesscentrum.
- Ad8. Er heerst tegenwoordig een beleveniseconomie (Van der Neut, 2 april 2007). Men wil de dingen die zij doen niet alleen zien, maar echt beleven. Het liefst worden alle zintuigen geprikkeld.
- Ad9. Door middel van de integrale gebiedsontwikkeling ontstaat er onderling een samenhang tussen de ondernemingen in de omgeving (VROM-raad, 2006). Er is een regionale binding. Samen staan ze sterk en hebben ze meer kans toeristen te trekken om uiteindelijk allen financieel erop vooruit te gaan.
- Ad10. Het Internet is hét medium om de ontwikkelde ideeën snel te kunnen promoten. Men zoekt een wellnesscentrum in de provincie of zelfs in Nederland en zal binnen enkele seconden terecht komen bij het (G)Astronomisch Centrum Drenthe.
- Ad11. Men wil meer vrije tijd, maar door tijdgebrek gaat men vaker op korte vakanties of maakt men dagjes uit (European Travel Commission, 2006). Voor het centrum, het Lofigeren en de Back to the Future Line is dit alleen maar gunstig. In plaats van op vakantie naar het buitenland, kan men besluiten naar Drenthe te gaan.
- Ad12. Men heeft tegenwoordig steeds meer de drang nieuwe en unieke ervaringen te beleven (European Travel Commission, 2006). Met het centrum zijn enkele unieke concepten ontwikkeld welke de potentiële bezoeker zeer nieuwsgierig zal maken.
- Ad13. Er zijn steeds meer innovaties op het gebied van navigatie. Voor het Lofigatie-netwerk is dit zeer gunstig en hierom heeft zij ook de kans als eerste te starten in Nederland met een dergelijke vorm van entertainend navigeren.

Gebied, ideeën, samenhang en samenwerkingen – Bedreigingen

- Ad1. De wetgeving kan belemmeringen opleveren in het ontwikkelen en uitvoeren van de concepten. Het wellnesscentrum zou bijvoorbeeld niet op de voorgenomen ideale plek kunnen worden gevestigd. Evenals de ideeën die misschien slechts beperkt of zelf niet uitgevoerd zouden mogen worden.
- Ad2. Diverse stakeholders hebben allen hun eigen ideeën en belangen over het gebied. Deze zouden ook de uitwerking van de verschillende concepten kunnen belemmeren.
- Ad3. De ontgroening vormt een bedreiging. Het betekent minder jongeren en deze doelgroep zal het centrum juist ook aan willen aantrekken.
- Ad4. Bestaande stoomtreinroutes vormen concurrentie voor de te ontwikkelen Back to the Future Line. Met name de dichtbijgelegen S.T.A.R.-route in Stadskanaal.