



Dé ontdekkingstocht van Nederland

Eind 16e eeuw waren Barentsz en Van Heemskerck de eersten die een ontdekkingstocht maakten om te zien of het mogelijk was een vaartocht Om de Noord te maken in plaats van Om de Zuid, langs Kaap de Goede Hoop.

De naam Tocht om de Noord (TodN) verwijst naar deze gebeurtenis van ruim 400 jaren geleden.

Tocht om de Noord opent deuren

Tijdens de TodN zullen de wandelaars vaak een kijkje nemen achter (Groningse) deuren. Zo slingert de route dwars door kerken, huizen, molens, musea, tuinen, boerderijen, borgen, bedrijven etc. In deze locaties beleeft men Groningen op een verrassende manier van binnenuit.

Op bijzondere plaatsen brengt (straat)theater de dorpsverhalen letterlijk tot leven! Elke deur geeft op die manier een verrassende inkijk naar de bijzondere cultuur van Groningen.

10-jarig jubileum

Op 26 en 27 september 2015 werd de TodN voor de 10^e keer georganiseerd. In 2006 was de eerste editie met zo'n 350 deelnemers. Een jaar later deden er zo'n 750 wandelaars mee. In 2007 was dit aantal verdubbeld naar 1500 en zo groeide het evenement uit naar op dit moment 5500 deelnemers. Dit maakt TodN niet alleen een heel bijzonder wandelfestival, maar ook één van de grootste van Noord-Nederland.

U kunt samen met ons deel uit maken van dit succes en gebruik maken van onze communicatievoordelen. Maar er is meer dan alleen imagoverbetering en vergroting van de naamsbekendheid. Wij zoeken graag samen met u naar mogelijkheden voor een bredere samenwerking, waar beide partijen hun voordeel mee kunnen doen.

Datum	Laatste (volledige) weekend van september
Verwacht aantal deelnemers	6000
Verwacht aantal vrijwilligers	200

Partners o.a.

Provincie Groningen, Groninger gemeenten, Rabobanken Groningen, Zalsman Groningen, Louwman Groningen, RTV Noord, Dagblad van het Noorden, Landschapsbeheer Groningen, Het Groninger Landschap, Noorderzijlvest, Waterbedrijf Groningen, Wadden Wandelen, Groninger Ontwerpers, Huis voor de Sport Groningen, Global Textware, LTO Noord, Groninger Dorpen, KWBN, Hanzehogeschool Groningen, Hunze en Aa's, Natuurmonumenten, Stichting Wandelen Groningen, Andere Vertoningen, Groninger Molenhuis, Knol's Koek



UNIEK



“Tocht om de Noord is ‘Yyb ZYghj ccf ‘Y n]bhi][Ybí’

Het festival kent ieder jaar een nieuw (Gronings) thema, waarbij het thema altijd vanuit een bepaalde (zintuig) invalshoek wordt beleefd.

Het ene jaar loopt de route verticaal door de provincie Groningen en het andere jaar horizontaal. Populair gezegd loopt men “van Lauwerszee tot Dollard tou” of “van Drenthe tot aan ’t Wad”.

Wat TodN vooral zo bijzonder maakt, is de samenwerking met zo’n 30 dorpen en doorkomstplaatsen. Samen met hen laat TodN de wandelaars Groningen beleven op een verrassende manier. Zo geeft de organisatie in de dorpen een inzicht in de Groningse kunst, -muziek, streekproducten, theater. Waardoor het ieder jaar een feest is voor de zintuigen (zie ook hieronder).

U n]Yhde Groninger cultuur

De route in de dorpen leidt u over de prachtige paden en doorsteekjes langs en door de mooiste plekken en locaties in het dorp

U dfc Yzhde Groninger specialiteiten

Op diverse locaties aan de route worden er proeverijen georganiseerd in samenwerking met (lokale) boeren, telers, ondernemers of partners.

U ervaart (j c Yh) hoe de bewoners leven of hebben geleefd

De dorpsverenigingen van de verschillende dorpen aan de route spannen zich in om u kennis te laten maken met hun eigen dorp. Bijvoorbeeld aan de hand van (straat)theater worden vroegere tijden herleefd.

U \ ccfhhet geluid van Groningen

U volgt het geluid van Groningen. Overall langs de route hoort u Groningse muziek. Ook voert de route langs verschillende kerken, waar u kunt genieten van prachtig orgelspel.

U fi] hde typische Groninger geuren

Laat u verrassen door de locaties waar u doorheen wandelt. Elke locatie heeft haar eigen specifieke geur. Of het nu gaat om een molen, koeienschuur, oude fabriek of welke locatie dan ook.

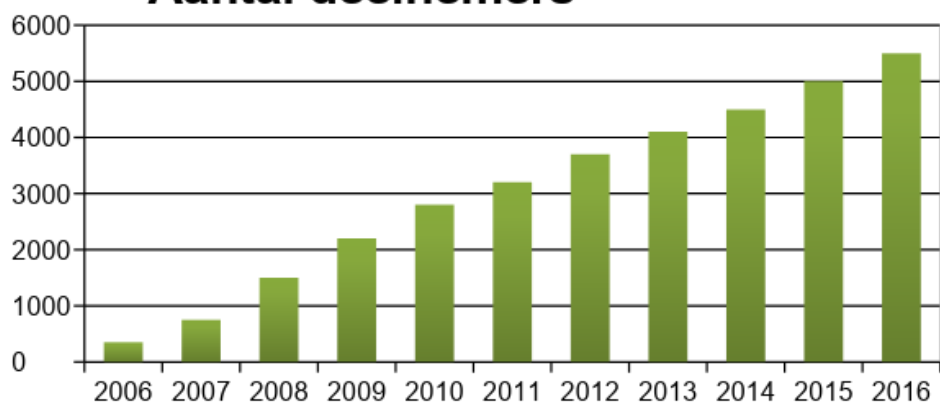
In deze locaties leert u Groningen van binnenuit kennen. Hier komen alle zintuigen samen. U ziet het, u proeft het, u voelt het, u hoort het en u ruikt het.



- **Deelnemers** Het maximaal aantal deelnemers is vastgesteld op 5000. De TodN is vaak binnen een kwartier uitverkocht.
- **Innovatie** Elk jaar worden er vernieuwingen doorgevoerd. Voorbeelden hiervan zijn:
 - Het jaarlijkse kunstwerk met alle wandelaars samen
 - De uitwerking van het thema met behulp van zintuigen
 - De TodN app
- **Samenwerking** Op vele vlakken wordt samengewerkt met bijvoorbeeld gemeenten, bedrijven en partners. In het bijzonder wordt er ieder jaar gestreefd om organisaties te vinden die invulling willen geven aan het thema dat centraal staat.
- **Educatie** Niet alleen de wandelaars ontdekken en leren veel van de dorpen en de omgeving waar zij lopen, maar ook scholen worden op verschillende manieren betrokken. Bijvoorbeeld doormiddel van een lesbrief leren de leerlingen iets van de cultuur of geschiedenis in hun regio.
- **Maatschappelijk betrokken** Elk jaar doen er zo'n 200 cliënten van Lentis en de Zijlen mee aan TodN. Voor hen wordt een speciaal programma opgesteld. Ze wandelen kortere afstanden, krijgen tijdens het evenement extra begeleiding en een speciale TodN herinnering. Ook werkt TodN samen met Huis van de Sport Groningen om mensen uit minder sportieve dorpen en wijken in beweging te krijgen.
- **Internationaal** Afgelopen jaren hebben de eerste North Sea Walks plaatsgevonden (2014 Duitsland, 2016 Denemarken, 2018 Zweden). Noorwegen staat 2020 op het programma. Doelstelling is om elke twee jaar een wandelfestival te organiseren in één van de Noordzeelanden.



Aantal deelnemers



TodN wordt nog steeds ieder jaar populairder. Afgelopen jaar stonden een week na de opening van de inschrijving al zo'n 2000 wandelaars op de wachtlijst! Er wordt bewust gekozen voor een geleidelijke groei van het aantal deelnemers, zodat de organisatie daar in mee kan groeien.

- De gemiddelde leeftijd van de deelnemers is 52 jaar
- De verdeling man-vrouw is 30%-70%
- Ook deelnemers uit: Duitsland – België – Denemarken – Noorwegen – Engeland

Waarom deelnemen aan Tocht om de Noord?

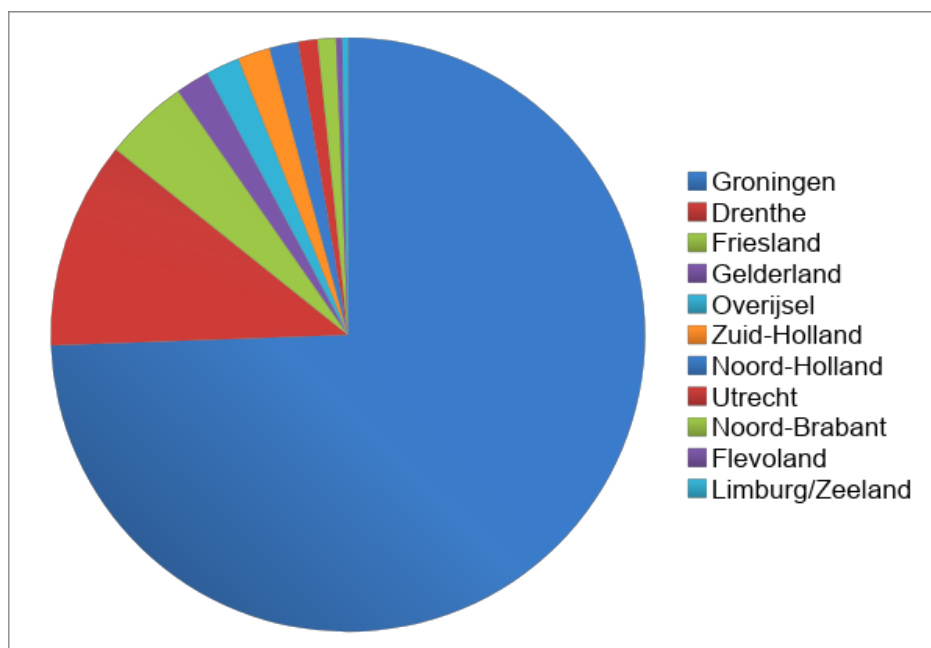


- Sociaal aspect
- Verrassend
- Ontdekken
- Prestatie

Leeftijdsverdeling

0-4 jaar	0%
5-9 jaar	0%
10-14 jaar	1%
15-19 jaar	2%
20-24 jaar	1%
25-29 jaar	1%
30-34 jaar	2%
35-39 jaar	3%
40-44 jaar	9%
45-49 jaar	15%
50-54 jaar	19%
55-59 jaar	18%
60-64 jaar	14%
65-69 jaar	10%
70-74 jaar	3%

Inschrijving per provincie



Waarom is het voor u interessant om partner te worden van TodN?

Het belangrijkste is dat de samenwerking een win-win oplevert voor beide partijen. We komen graag bij u langs om de wederzijdse belangen in kaart te brengen en van daaruit na te denken over kansen binnen ons evenement. Zo zijn er bijvoorbeeld veel bedrijven die iets bijdragen in natura, denk aan een kleinigheidje voor de wandelaar. Dit voegt iets toe aan ons evenement, is erg leuk voor de wandelaar en kan interessant zijn voor uw bedrijf.

Tijdens de TodN zijn er verschillende mogelijkheden om uw bedrijf zichtbaar te maken.

Evenement (6000 deelnemers)

Promotie-/verzorgingsposten op de route:

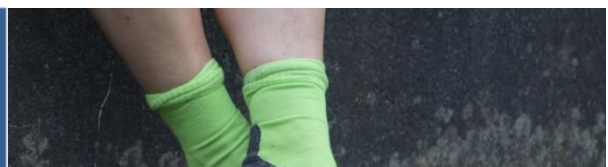
- Door locatie heenlopen: werkplaats, fabriek, kantoor, schuur, etc.
- Organiseer een (symbolische) proeverij van uw product voor de wandelaar
- Laat de wandelaar op een creatieve manier kennis maken met uw bedrijf
 - Deelname met uw medewerkers aan de Handelstocht om de Noord (www.handelstocht.nl)
 - Branding voor hoofdpartner op routeborden, kleding vrijwilligers, finishboog
 - Branding voor shirtpartner op T-shirts voor deelnemers
 - Samenwerking met thema-partner in overleg
 - Plaatsing van reclamedoeken, vlaggen en banieren
 - Promotie-/verkoopstand op de centrale verzamelplaats

Naast de free publicity, vooral op regionaal niveau, kunt u vanzelfsprekend ook gebruik maken van de verschillende communicatiekanalen van TodN.

Communicatie

- Digitale nieuwsbrieven (wandelbestand met 20.000 e-mail adressen)
- Introductie van uw bedrijf bij landelijke wandelpartners (KNBLO, verenigingen, bedrijven etc.)
- Evenementendrukwerk met logo's en advertenties van partners:
 - TodN herinnering wandelaars (agenda/kalender/fotoboekje) (oplage 6000)
 - Inschrijfherinneringen en posters (oplage 10.000)
- Mogelijk advertenties en artikelen van het evenement met logo's van partners:
 - Wandelsport Magazine, KNBLO (oplage 30.000)
 - Wandelkrant Te Voet (oplage 50.000)
- Social media: Facebook (3000 likes & volgers) en Twitter (2100 volgers)
- TodN app
- Logo op de routebeschrijving
- Logo op de sponsorpagina van onze website: www.tochtomdenoord.nl

Voor meer informatie over partnermogelijkheden en de Handelstocht kunt u contact opnemen met:



PARTNERPAKKETTEN



Om u een idee te geven wat de partnernmogelijkheden bij TodN zijn, worden hieronder de bestaande partnerpakketten met bijbehorende faciliteiten en communicatie-uitingen weergegeven.

Partnerpakket	Hoofdpartner €30.000,-	Shirtpartner €15.000,-	VIP €5.000,-	Supporter €2.500,-	Handelstocht Vanaf €0,-
Relatiekaart	50x	20x	10x	10x	In overleg
Garantiekaart	100x	50x	20x		5x
Website	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Deelname herinnering	Ja	Ja	Ja	Ja	
Reclamedoeken*	Ja	Ja	Ja	Ja	
Nieuwsbrief	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Inschrijfherinnering	Ja	Ja			
Logo op routeborden	Ja				
Logo op T-shirts		Ja			

*Uitingen zelf aanleveren

Relatiekaart	Startbewijs voor (gratis) deelname aan TodN
Garantiekaart	Inschrijving gegarandeerd, ook als reguliere inschrijving al gesloten is
Website	Vermelding van uw bedrijfslogo op de sponsorpagina van onze website
Deelname herinnering	Vermelding van uw bedrijfslogo op de deelname herinnering
Reclamedoeken	Worden opgehangen op prominente plaatsen tijdens het evenement
Nieuwsbrief	Vermelding van uw bedrijfslogo (+ boodschap) in onze nieuwsbrief
Herinnering	Vermelding van uw bedrijfslogo op de herinnering
Logo op routeborden	Vermelding van uw bedrijfslogo op de routeborden
Logo op T-shirts	Vermelding van uw bedrijfslogo op de T-shirts voor de deelnemers