

## **Samenwerken aan Waddenland.**

### **Terpen- en wierdenlandschap in ontwikkeling, een projectvoorstel**

De derde netwerkbijeenkomst op 2 december 2011 in het provinciehuis in Groningen was gericht op het terpen- en wierdenlandschap van het waddenkustgebied. Een landschap dat zich langs de gehele internationale waddenkust uitstrekt. Een landschap dat te beschouwen is als het resultaat van een vorm van watermanagement *avant la lettre*. Van de duizenden terpen, wierden, wurten en warften die het gebied ooit rijk was, zijn er nu nog een paar honderd over. Daaraan laat de ontwikkeling van het landschap zich nog lezen. Hoe gaan we met dit landschap in de toekomst om? Landschapsbeheer Groningen en Landschapsbeheer Friesland hebben, ondersteund door de afdelingen archeologie, landschap en cultuur van de provincies Groningen en Fryslân, een projectidee ontwikkeld voor onderzoek, beheer, ontwikkeling en beleving van dit bijzondere landschap. Een projectvoorstel dat zij samen met gemeenten, bewoners, kenniscentra en toeristische bedrijven en organisaties verder vorm willen geven in een programma waarin deze verschillende aspecten uitgewerkt worden en een bijdrage kunnen leveren.

Aan de bijeenkomst namen mensen van provincies, gemeenten, ministerie, musea, wetenschap, landschapbeheer, rijksdienst cultureel erfgoed, plattelandsontwikkelingbureaus en marketingorganisaties deel. Dré van Marrewijk (bureau Tijdlijn) verzorgde weer de opzet en leiding van de bijeenkomst voor het RCW.

#### Presentaties

**Paul van Gessel** (Marketing Fryslân) over het marketingproject “Beleef het waddegebied”:

Om mensen te verleiden om dit gebied te bezoeken, moet men het als één geheel beschouwen en onder de aandacht brengen. Terpen en wierden zijn te beschouwen als één van de parels van het geheel van het Werelderfgoed Waddenzee. Zoek de doelgroep niet te ver weg en richt je op de geïnteresseerde groepering bezoekers ‘op leeftijd’. Als de bezoekers eenmaal in het gebied zijn, kan de verdiepingsslag volgen en kan per thema of deelgebied het aanbod verder worden ingevuld. Dat aanbod in de regio (het onthaal) is de taak van de VVV's en toeristische ondernemers; daarmee kan samenwerking worden georganiseerd. De marketingorganisaties moeten de mensen echter eerst verleiden om naar het gebied te komen met één herkenbaar marketingconcept.

**Gilles de Langen** (Provincie Fryslân/RUG) over het terpen- en wierdenlandschap in landschapshistorisch perspectief: Het verhaal van de terpen en wierden is een geheel van Den Helder tot Blavandshuk. Maar er zitten vele lagen in dat verhaal die de moeite van het ontdekken en onderzoeken waard zijn. De ene terp is de andere niet, en dat geldt ook voor de deelgebieden. Er zijn verschillen in leeftijd, structuur, indeling, omvang en leesbaarheid. Om het verhaal van de ontstaans- en bewoningsgeschiedenis te kunnen vertellen, om wat er nog is goed te beheren en om inspiratie op te doen voor nieuwe ontwikkelingen, is kennis van het archief in de bodem van belang. Bovendien is het een boeiend verhaal om te vertellen.

**Jan Meijering** (Provincie Groningen) over al uitgevoerde landschapsprojecten en de ambities, doelen en aanpak van het voorgestelde samenwerkingsproject: De provincies en de beide landschapbeheerorganisaties werken al op verschillende manieren aan behoud en beheer van de terpen en wierden. Dit varieert van herstel en onderhoud van kerkhoven, van beplanting langs en herstel van ossewegen tot aanvullen van wierden en bescherming van onbebouwde terpen. Maar het landschap is aan slijtage onderhevig, het vraagt om verstandig beheer. Het heeft veel te bieden voor de cultuurtoerist, maar ook voor de eigen bewoners. Voor landschap en cultuurhistorie moeten we creatief combinaties zoeken met andere thema's. Dan bieden ze ook inspiratie voor nieuwe ontwikkelingen. We moeten projecten bundelen en verbinden met de andere aspecten zoals onderzoek en recreatie, maar ook met leefbaarheid en ontwikkelingen in die dorpen.

Daarom, voortbouwend op eerdere acties en ervaringen, zijn we op zoek naar (nieuwe ) partners die willen aanhaken, zodat we samen tot een op uitvoering gericht programma kunnen komen.

**Khoji Wesselius** (Plattelandsprojecten Noordwest-Fryslân) over de aanpak in NW-Fryslân: Het terpenlandschap heeft een eigen verhaal. Hoe kunnen we vanuit het gebied en de bijzondere waarden van het terpenland het verhaal aanleveren waarmee de marketingorganisaties de toerist kunnen verleiden om het gebied te bezoeken? In Noordwest Fryslân is met de “ *interpretation methode* ” gezocht naar de identiteit, de essentie van het gebied die de bewoners zelf voelen en aandragen. Op basis daarvan kunnen ondernemers in het gebied hun product voor de toerist ontwikkelen, de beleving vormgeven. Ook de marketing van de streek moet gebaseerd zijn op die identiteit, dat is de kern van de boodschap. De dijk is nu nog teveel een harde scheiding tussen de Waddenzee (het Werelderfgoed) en de waddenkust en de eilanden. Dat moeten we doorbreken want de verdienmogelijkheden liggen vooral op de eilanden en in de kustregio. We moeten de rijkdom van het gehele gebied laten zien en bezoekers een breed palet aan keuzemogelijkheden bieden.

### Gesprek

Aan de hand van de volgende vragen wordt het projectinitiatief "Terpen- en wierdenlandschap in ontwikkeling" besproken

- Hoe kunnen onderzoek en herstel enerzijds en draagvlak en beleving anderzijds met elkaar worden verbonden?
- Willen instanties op het gebied van recreatie, toerisme en marketing aanhaken en hoe kan dat?
- Hoe kan betrokkenheid van bewoners en bestuurders worden verkregen?
- Welke concrete samenwerkingsafspraken kunnen worden gemaakt?
- Wat moet er nog gebeuren voor een succesvol voorstel voor het Waddenfonds?
- Op welke wijze willen de gemeenten hierbij betrokken zijn en bijdragen?

Archeologisch onderzoek op locatie vormt een bijzondere attractie, zowel voor bewoners als voor bezoekers. Het verhaal van het eigen dorp en gebied vinden veel mensen interessant, zie het succes van de open monumentendagen, die vooral veel bewoners uit de eigen regio trekken. Door kennis van het eigen gebiedsverhaal groeit ook draagvlak en betrokkenheid om er verstandig mee om te gaan. Die kennis kan ook inspiratie bieden voor de toekomst. Door herstel van landschapselementen wordt de historische ontwikkeling weer leesbaar.

Maar regelgeving t.a.v. mogelijke archeologische waarden ( de bescherming) kan ook knellend zijn, bijvoorbeeld voor de landbouw. Hoe kunnen we daar mee omgaan? Nu zijn er vaak lastige vergunningstrajecten. Hoe kan bijvoorbeeld het beheer van wierden of andere archeologisch waardevolle gebieden voor boeren aantrekkelijk worden i.p.v. belemmerend? Kan het een nevenactiviteit met neveninkomsten opleveren voor een aantal boeren, zoals bij landbouw en natuur het geval is? In Fryslân wordt met een dergelijke regeling geëxperimenteerd. We moeten er wel rekening mee houden dat de landbouw onder druk staat en het niet voor iedere boer is weggelegd om zo'n neventak te starten.

Kan dat verhaal van de terpen en wierden meer en beter beleefbaar gemaakt worden? We moeten een brug slaan van de vaak droge feiten van de wetenschap naar de emotie en de beleving van de bewoner en bezoeker. Vanuit de museale invalshoek is hier ervaring mee. Via de archeologische en erfgoedsteunpunten werken heel veel vrijwilligers als het ware in een netwerk van ambassadeurs van landschap en cultureel erfgoed. Die vormen ook de verbinding met de eigen inwoners. Wel moeten er dan middelen zijn om hen te ondersteunen met bijvoorbeeld goede presentaties. Ook onderzoek ter plekke kan dat ondersteunen. Vanuit de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed wordt ook ingezet op het zichtbaar maken van archeologische monumenten. Belangrijk is om daar de lokale partijen en bewoners bij te betrekken. Bouwen aan goodwill en betrokkenheid in de regio.

Het bij het gebied en de waarden behorende toeristisch aanbod moet van goede kwaliteit zijn. Daarom moeten de organisaties uit de recreatie- en toerismebranche die dat aanbod vormgeven hierbij betrokken worden. In verschillende regio's werkt men hieraan via plattelandsontwikkeling en de aanjaagpunten. De branche-organisaties zijn nog niet bij het projectinitiatief betrokken. Kunnen we het bezoek aan bijvoorbeeld een landbouw- of visserijmuseum verbinden met de huidige landbouw en visserij en zo ook deze ondernemers erbij betrekken? Ook andere onontdekte schatten van het gebied kunnen zo meer in beeld komen.

Als het gaat om betrokkenheid en draagvlak zijn vooral de huidige bewoners van het gebied van belang. Voor hen moet behoud en ontwikkeling ook winstgevend zijn. Het landschap van nu is de getuigenis van het verleden dat moet wel gekoppeld aan het nu en de toekomst. De vraagstukken waar inwoners en bedrijven nu mee te maken hebben betreffen leefbaarheid en ontwikkelingen op de markt. Gemeenten zijn zich wel bewust van de waarden van terpen- en wierdenlandschap, maar de dagelijkse werkpraktijk ligt vaak op andere terreinen. Maar er lopen binnen de gemeenten wel diverse projecten waar aangehaakt kan (en moet) worden, zoals rondom krimp, sociale cohesie en behoud van leefbaarheid. Samenwerking moet gezocht worden en komt niet vanzelf tot stand. De gemeenten zijn in gesprek met de inwoners van dorpen over de toekomst, daarbij kan het verhaal van gebied inspiratie en cohesie teweeg brengen, en ook het historisch verhaal van elk eigen dorp. De aanpak van Noord-Holland met het verhalenproject "Oneindig Noord Holland" is inspirerend. Wel is relevant om uit de verschillende deelverhalen het gemeenschappelijke verhaal te destilleren, bijvoorbeeld ten behoeve van de gezamenlijke marketing. Voor de gezamenlijke marketing moeten we gezamenlijk de elementen identificeren. Een tiental "iconen" of "must-sees" van Werelderfgoed Waddenzee moeten de toerist verleiden naar het gebied te komen. Dat betekent dat niet iedere terp genoemd kan worden, maar wel dat de verwondering voor de een tot *spin off* voor de anderen kan leiden.

Zoals de enen terp de andere niet is, zo zijn er ook in het gebied verschillen. Verschillende gemeenten en verschillende provincies. Afstemming tussen gemeenten en provincies is punt van aandacht. Bedenk dat niet alles te verbinden is, geef je rekenschap van deze verschillen. Niet alles is in het gemeenschappelijke te vatten.

#### Een aantal conclusies:

- De ideeën en ambities in het projectvoorstel worden als positief beoordeeld.
- Er zijn verschillende mogelijkheden voor verdere uitwerking genoemd.
- Werk het project in verschillende lagen uit tot een concreet plan met een begroting. Maak helder onderscheid tussen draagvlak en samenwerking op lokaal niveau en activiteiten gericht op bezoekers van buiten het gebied.
- Ondersteun de initiatieven van "Beleef het waddengebied" voor een Waddenbrede marketing, ook van het terpen- en wierdengebied, maar houd dat buiten dit projectvoorstel.
- Betrek de potentiële partners (gemeenten, musea, erfgoedcentra en -steunpunten, VVV's, ondernemers) actief in het vervolgproces.
- Zorg dat de partners zich concreet met eigen activiteiten terug kunnen vinden in de onderscheiden activiteiten.
- Besteed aandacht aan de verbinding tussen de lagen.
- Sluit aan bij wat er al gaande is. Dit geldt zeker ook voor lopende initiatieven in de gemeenten. Dit ook vanuit het besef dat voor geheel nieuwe initiatieven vaak de middelen ontbreken.
- Onderscheid een korte en lange termijn in het project.
- Bouw voort op de basis die in deze bijeenkomst is gelegd.