



Duurzaam Toerisme in de Bestemming Werelderfgoed Waddenzee

Duurzaam Toerisme in de Bestemming Werelderfgoed Waddenzee

Inhoud

| | |
|----|---|
| 3 | Voorwoord |
| 3 | Samen verder |
| 4 | Duurzaam toerisme in de bestemming Werelderfgoed Waddenzee |
| 5 | Visie en strategische doelen |
| 6 | Belangrijke cijfers over de Waddenzee |
| 8 | Uitzonderlijke Universele Waarde (OUV) |
| 10 | Werelderfgoed kansen en verantwoordelijkheden |
| 12 | De weg naar duurzaam toerisme |
| 14 | <i>Toerisme en natuurbescherming</i> |
| 16 | <i>Het unieke selling point</i> |
| 18 | <i>Vervoer, accommodatie en gastronomie</i> |
| 20 | <i>Voorlichting en educatie</i> |
| 22 | <i>Capaciteitsopbouw en kwaliteitsverbetering</i> |
| 24 | Duurzaam toerisme: Zorgen dat her werkt |
| 26 | Strategische doelstelling een |
| 28 | Strategische doelstelling twee |
| 30 | Strategische doelstelling drie |
| 32 | Strategische doelstelling vier |
| 34 | Organisatie |
| 34 | Bestuur |
| 35 | Volgende stappen: Het Actieplan |
| 35 | Hoe kunt u een bijdrage leveren ? |
| 37 | Contactpersonen |
| 38 | Colofon |

De strategie is tot stand gebracht door de zestien leden van de trilaterale taakgroep Strategie voor Duurzaam Toerisme in het project 'PROWAD – Protect and Prosper: Sustainable Tourism in the Wadden Sea', mede gefinancierd door het Interreg IVB North Sea Region programma (www.prowad.org).



Voorwoord

GEZAMENLIJKE AANPAK, GEDEELDE VERANTWOORDELIJKHEID

Voor de samenwerking tussen de drie Waddenlanden is dit een belangrijke gebeurtenis. Voor het eerst hebben we elkaar gevonden om echt positieve veranderingen door te voeren in de toerismesector en tegelijkertijd het ongeschonden karakter van het werelderfgoed in stand te houden.

Deze strategie is ontwikkeld door samenwerkende natuurbeschermingsorganisaties, overheden, de toerismesector en NGO's in Nederland, Duitsland en Denemarken. Het is een strategie die laat zien wat het werkelijke potentieel is voor toerisme in de Waddenzee en hoe wij, door de 'Uitzonderlijke Universele Waarde' (Outstanding Universal Value in de Werelderfgoedconventie,) van dit werelderfgoed in stand te houden en te beschermen, daar allemaal de vruchten van kunnen plukken in zowel sociaal, economisch als natuuroptisch.

De strategie nodigt alle stakeholders uit om samen te werken, zodat het niet blijft bij woorden alleen. In twee intensieve overlegondes in het voorjaar van 2012 en in de zomer van 2013 hebben veel regionale adviesgroepen en commissies en vele andere organisaties waardevolle inbreng geleverd om deze strategie mee te helpen ontwikkelen, ook met het oog op daadwerkelijke uitvoering. We hebben veel positieve reacties en steun ontvangen voor de strategie, die wordt gezien als gezamenlijk kader en die leidt tot elkaar versterkende activiteiten. Stakeholders waren vooral te spreken over de grensoverschrijdende samenwerking tussen verschillende sectoren. Maar we hebben ook gemerkt dat door regionale verschillen sommige delen van de strategie niet overal gelijkmatig van toepassing zijn.

De overlegondes hebben ook een aantal uitdagingen aan het licht gebracht voor de toekomst, vooral het vinden van middelen voor de coördinatie en implementatie van de strategie op lokaal, regionaal, nationaal en trilateraal niveau. Dit kan alleen worden bereikt met voldoende steun van iedereen op ieder niveau.

Daarom nodigen we u uit om samen aan de slag te gaan met de acties die we voorstellen. Met uw commitment en toewijding kunnen we de kansen die er liggen realiseren.

Als voorzitter van de taakgroep wil ik graag iedereen die bij dit proces betrokken is geweest, bedanken voor hun coöperatieve houding, betrokkenheid en waardevolle bijdragen tot nu toe, via deelname aan de regionale workshops, input voor de vragenlijst en het formuleren van de strategie.

De kansen liggen voor het grijpen en ik ben ervan overtuigd dat we door samen te werken duurzaam toerisme kunnen realiseren in dit onvoorstelbaar mooie gebied.

Elze Klinkhammer

voorzitter, namens de taakgroep Strategie voor Duurzaam Toerisme

SAMEN VERDER

De Waddenzee is op de prestigieuze werelderfgoedlijst van UNESCO geplaatst, als erkenning van de 'Uitzonderlijke Universele Waarde' en de vorderingen die nu al ruim een generatie lang zijn gemaakt voor wat betreft bescherming en beheer.

De werelderfgoedstatus benadrukt dat we de Waddenzee als één ecologische eenheid moeten beschermen en beheren. Zo kunnen we een nieuwe vorm van samenwerking en gemeenschappelijke verantwoordelijkheid ontwikkelen jegens de mondiale gemeenschap.

Tijdens de 11e Waddenzeeconferentie op het Duitse eiland Sylt (2010) hebben de ministers besloten een 'Strategie voor de ontwikkeling van duurzaam toerisme' voor de hele Waddenzee te ontwikkelen. Hiermee gaven ze gevolg aan het verzoek van het Werelderfgoedcomité om een strategie uit te werken 'die ten volle rekening houdt met het ongeschonden karakter en ecologische eisen van het gebied en voorziet in een consistente benadering van toeristische activiteiten in het gebied'.

De plaatsing op de werelderfgoedlijst is een kans die we moeten grijpen. Zij biedt namelijk stimulansen aan stakeholders, met name op het vlak van natuurbeheer* en toerisme, en voor lokale en regionale gemeenschappen.

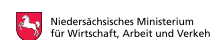
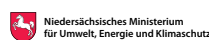
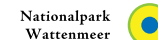
Deze gezamenlijke strategie voor duurzaam toerisme in het Nederlands-Duits-Deense Werelderfgoed Waddenzee nodigt alle stakeholders uit mee te doen. De strategie helpt stakeholders door te beschrijven hoe zij een actieve bijdrage kunnen leveren aan en kunnen profiteren van de doelen van de Werelderfgoedconventie door de natuurlijke waarden van de Waddenzee te beschermen.

In het hele gebied zijn al succesvolle lokale, regionale, landelijke en trilaterale initiatieven. De toegevoegde waarde van deze strategie ligt in het scheppen van synergie en nieuwe partnerschappen ter versterking van de samenwerking en betrokkenheid van stakeholders.

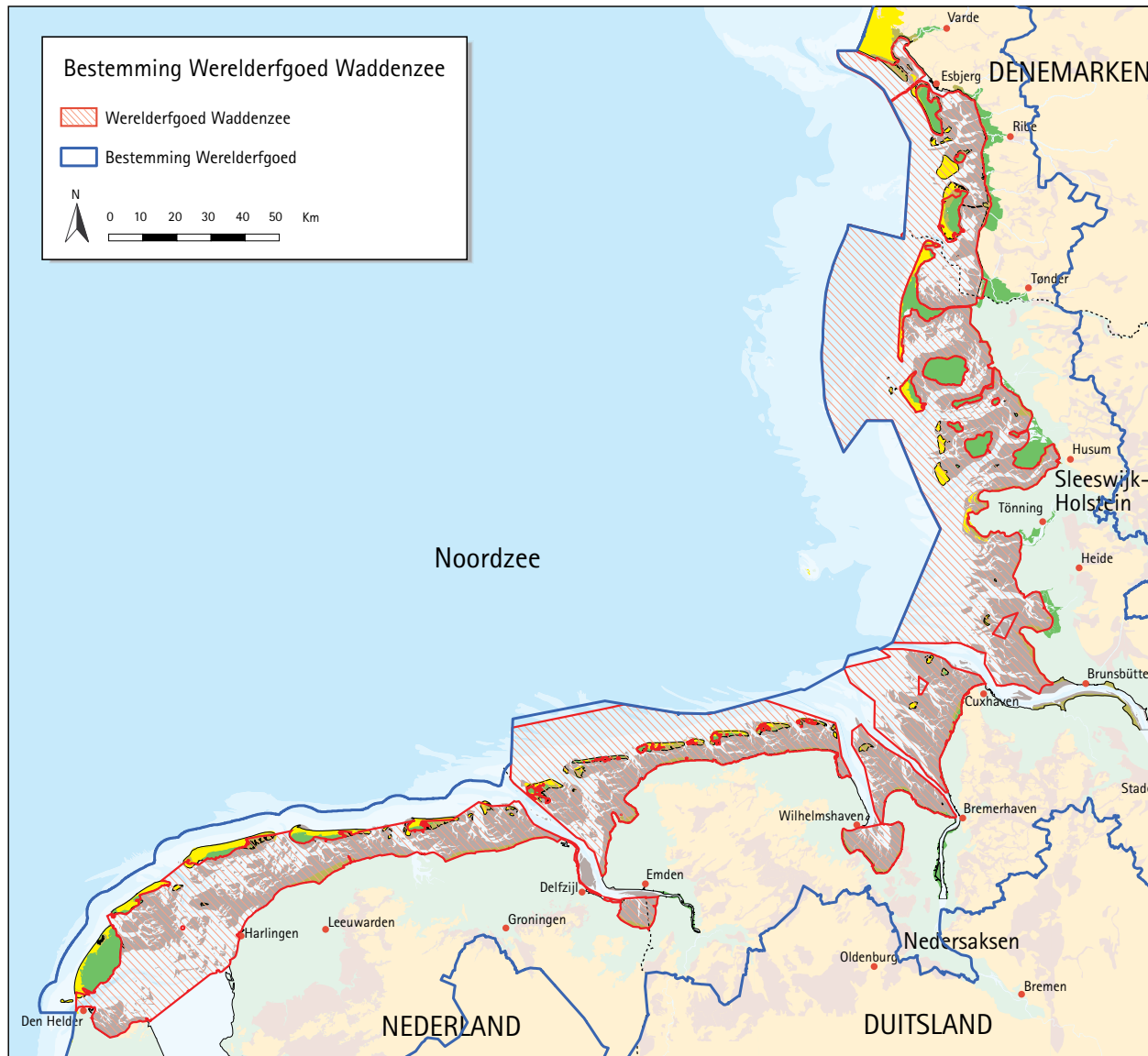
De uitvoering van de strategie, aangevuld met een Actieplan voor 2014 – 2017 en verder, zal worden gecoördineerd door een trilaterale taakgroep. Ook zal de taakgroep het plan jaarlijks evalueren.

De strategie en het actieplan zijn niet alleen woorden; er zijn taken en verantwoordelijkheden die moeten worden opgepakt. Alle stakeholders worden uitgenodigd zich in te zetten voor de acties en samen de bestemming Werelderfgoed Waddenzee te verwezenlijken.

* onder natuurbeheer wordt verstaan: behoud, bescherming, beheer en ontwikkeling



Duurzaam toerisme in de Bestemming Werelderfgoed Waddenzee



NATUURBEHOUD EN TOERISME IN DE WADDENZEE

De Trilaterale Samenwerking voor de bescherming van de Waddenzee, met het Waddenzeeplan en het monitoringprogramma voor de natuurlijke kenmerken, vormt een sterk kader waarbinnen dit overkoepelende beleid voor het werelderfgoed Waddenzee kan worden opgezet.

Het doel van natuurbeheer in de Waddenzee is "voor zover mogelijk een natuurlijk en duurzaam ecosysteem te verwezenlijken, waarin natuurlijke processen ongestoord voortgang vinden".

Zo'n 11.400 km² van de Waddenzee valt al onder de natuurbescherming in het kader van Natura 2000 en de wetgeving inzake natuurbeheer en -ontwikkeling van de drie landen: het beschermde natuurgebied Waddenzee in Nederland, de Nationale Parken Waddenzee in Nedersaksen, Hamburg en Sleeswijk-Holstein in Duitsland, en het Fauna- en Natuurreservaat in Denemarken.

De Waddenzee is ook een belangrijke toeristische bestemming. Op de eilanden en hier en daar op het vasteland is toerisme de belangrijkste inkomstenbron, die een essentiële bijdrage levert aan het in stand houden van de plaatselijke werkgelegenheid.

Om negatieve gevolgen van toerisme op de ecosystemen in de Waddenzee te voorkomen zijn in alle drie de landen specifieke beheerkaders ingesteld om de recreatieve activiteiten sturen, bijvoorbeeld bezoekersinformatie en begeleiding, zonerings, sluiting van gevoelige gebieden, en wandelingen onder leiding van een gids om het gebied te beleven..

De Waddenzee is het grootste, ononderbroken stelsel van droogvallende zandbanken en modderplaten ter wereld, met grotendeels ongestoorde geologische en ecologische processen.

ONZE VISIE VOOR BESTEMMING WERELDERFGOED WADDENZEE

De strategie beoogt een langdurig grensoverschrijdend kader te bieden voor de ontwikkeling van duurzaam toerisme in het hele werelderfgoedgebied.

VISIEVERKLARING

Natuurbeheer en de ontwikkeling van duurzaam toerisme gaan hand in hand in de bestemming Werelderfgoed Waddenzee. Deze relatie wordt gekenmerkt door waardering, begrip, ervaring en actieve deelname van alle betrokken partners.

Mensen die welk deel van het Waddengebied dan ook bezoeken of er wonen of werken, zijn zich bewust van en waarderen de 'Uitzonderlijke Universele Waarde' en het unieke landschap. Zij zijn vastbesloten één en ander te behouden voor huidige en toekomstige generaties.

Plaatselijke ondernemingen en gemeenschappen profiteren zowel in economisch als maatschappelijk opzicht van het toeristisch kwaliteitsaanbod dat het ongeschonden karakter van de Waddenzee en de ecologische vereisten die gepaard gaan met de status van werelderfgoed ondersteunt.

DE STRATEGISCHE DOELEN

1. Zorgen dat alle stakeholders de waarden van het werelderfgoedgebied Waddenzee op grensoverschrijdend niveau begrijpen en waarderen.
2. Zorgen dat stakeholders verantwoordelijkheid dragen voor en bijdragen aan de bescherming van de 'Uitzonderlijke Universele Waarde' door betrokkenheid bij het beheer van toerisme en de ontwikkeling van producten.
3. Zorgen voor consistente communicatie en marketing en voor het onder de aandacht brengen van het toeristisch kwaliteitsaanbod van de bestemming Werelderfgoed Waddenzee door de toerismesector.
4. Zorgen dat natuurbeheer, toerisme en lokale gemeenschappen profiteren van de status van werelderfgoed.

DUURZAAM TOERISME: EEN DEFINITIE

UNESCO definieert duurzaam toerisme als 'toerisme dat rekening houdt met zowel de plaatselijke bevolking als de reiziger, het cultureel erfgoed en de natuurlijke omgeving'.

Werelderfgoedgebieden zijn vaak belangrijke reisbestemmingen die, mits deugdelijk beheerd, van groot belang kunnen zijn voor de plaatselijke economische ontwikkeling en de duurzaamheid op de lange termijn. De nieuwe visie van het programma van de UNESCO voor werelderfgoed en duurzaam toerisme luidt als volgt:

“Stakeholders op het gebied van werelderfgoed en toerisme zijn gezamenlijk verantwoordelijk voor het behoud van ons gemeenschappelijke culturele en natuurlijke erfgoed met een 'Uitzonderlijke Universele Waarde' en voor duurzame ontwikkeling door middel van een passend beleid op het gebied van toerisme .”

Ook het concept duurzame ontwikkeling, volgens de definitie van de World Commission on Environment and Development van de VN, in 'Our Common Future' (Onze gemeenschappelijke toekomst – 1987), geeft richting aan de algehele positionering van deze strategie. In deze context is duurzame ontwikkeling dat wat 'voorziet in de behoeften van de huidige generatie zonder de mogelijkheid voor toekomstige generaties om ook in hun behoeften te voorzien in gevaar te brengen”.

DUURZAAM DUURZAAM TOERISME IN DE BESTEMMING WERELDERFGOED WADDENZEE

1. is zich bewust van de natuurwaarden van de Waddenzee en aanvaardt de wereldwijde verantwoordelijkheid voor de bescherming daarvan, die voortvloeit uit de werelderfgoedstatus;
2. draagt bij aan de bescherming, het beheer en de presentatie van het werelderfgoedgebied Waddenzee;
3. bevordert de samenwerking met stakeholders op het vlak van toerisme, in een participerende aanpak die is gericht op maximaal natuurbeheer en suggereert oplossingen waarbij de bedreigingen en nadelige gevolgen van toerisme tot een minimum worden;
4. presenteert het werelderfgoedgebied Waddenzee op een adequate, consistente en volledige manier, met als resultaat bewustzijn, begrip en steun voor de bescherming van dit gebied;
5. levert voordelen op voor de gemeenschap en de economie, voor huidige en toekomstige generaties, met in stand houding van de doelstellingen op het vlak van natuurbeheer;
6. biedt toerisme van een hoge kwaliteit en met een lage impact (producten, diensten, faciliteiten), rekening houdend met de ecologische vereisten van het gebied;
7. draagt bij aan de regionale ontwikkeling.

Belangrijke getallen

Het Werelderfgoed Waddenzee kan zich laten voorstaan op indrukwekkende getallen voor wat betreft toerisme, flora en fauna, en grootte.

**10
miljoen**

10 miljoen toeristen bezoeken elk jaar het Waddenzegebied, met zo'n 50 miljoen overnachtingen en 30 tot 40 miljoen dagjesmensen.

**€ 3-5
miljard**

is de geschatte jaarlijkse toeristische omzet in het Waddenzegebied.

**3,7
miljoen**

3,7 miljoen mensen wonen op het vasteland van het Waddenzegebied en 75.000 op de eilanden.

**14.700
km²**

de Waddenzee beslaat 14.700 km², waarvan 11.400 km² bestaat uit nationale parken en beschermde gebieden die samen het werelderfgoed vormen.

500 km

ononderbroken kustlijn aan de Noordzeekust van Nederland, Duitsland en Denemarken.

6 miljoen

6 miljoen trekvogels kunnen tegelijkertijd aanwezig zijn in de hele Waddenzee; in de herfst en in het voorjaar trekken gemiddeld 10-12 miljoen vogels door het gebied.

DENEMARKEN

DUITSLAND

NEDERLAND

Uitzonderlijke Universele Waarde

WAT HOUDT 'UITZONDERLIJKE UNIVERSELE WAARDE' IN?

Het allesomvattende doel van de Werelderfgoedconventie is de bescherming van culturele en natuurlijke eigendommen met 'Uitzonderlijke Universele Waarde' voor de mens en deze te behouden voor toekomstige generaties.

Een gebied kan pas werelderfgoed worden, als aan UNESCO is aangetoond dat het over iets cruciaals beschikt, namelijk een "Uitzonderlijke Universele Waarde". Dat is een cultureel en/of natuurlijk kenmerk dat zo uitzonderlijk is dat het landsgrenzen overstijgt en relevant en van belang is voor de wereldgemeenschap, nu en in de toekomst.



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization



The Wadden Sea
World Heritage Site
since 2009

WAAROM DE WADDENZEE WERELDERFGOED IS

CRITERIA

De Nederlands-Duitse Waddenzee werd in 2009 op de werelderfgoedlijst geplaatst, gevolgd door het Deense deel in 2014, op grond van zijn mondiaal belangrijke geologie, ecologie en biodiversiteit.

De Waddenzee is het grootste ononderbroken stelsel van droogvallende zandbanken en modderplaten ter wereld, met grotendeels ongestoorde geologische en ecologische processen. Het gebied omvat een veelheid aan overgangszones tussen land, zee, en zoet water, en is rijk aan soorten die zich hebben aangepast aan de veeleisende milieuomstandigheden. Het wordt beschouwd als een van de belangrijkste gebieden voor trekvogels ter wereld en maakt deel uit van een netwerk van zeer belangrijke plaatsen voor trekvogels. In de Waddenzee kunnen tegelijkertijd tot zes miljoen vogels aanwezig zijn, en gemiddeld trekken er twee keer per jaar 10 tot 12 miljoen vogels doorheen. Kortom, biodiversiteit op wereldwijde schaal is afhankelijk van de Waddenzee.

ONGESCHONDENHEID

De ongeschondenheid wordt gewaarborgd omdat zich in het gebied alle habitats, kenmerken en processen bevinden die laten zien hoe een natuurlijke en dynamische Waddenzee er uit ziet. Het gebied is groot genoeg om deze ecologische processen, belangrijke kenmerken en waarden in stand te houden.

BEHEER EN BEHOUD

De bescherming van het ongeschonden karakter van de Waddenzee ten gunste van huidige en toekomstige generaties is niet mogelijk zonder het behoud van de hydrologische en ecologische processen van het getijde en het wadplatensysteem. Het effectieve beheer van het gebied dient een ecosysteembenadering te garanderen die het beheer van de bestaande beschermde gebieden integreert met andere belangrijke activiteiten in het gebied, zoals visserij, scheepvaart en toerisme.

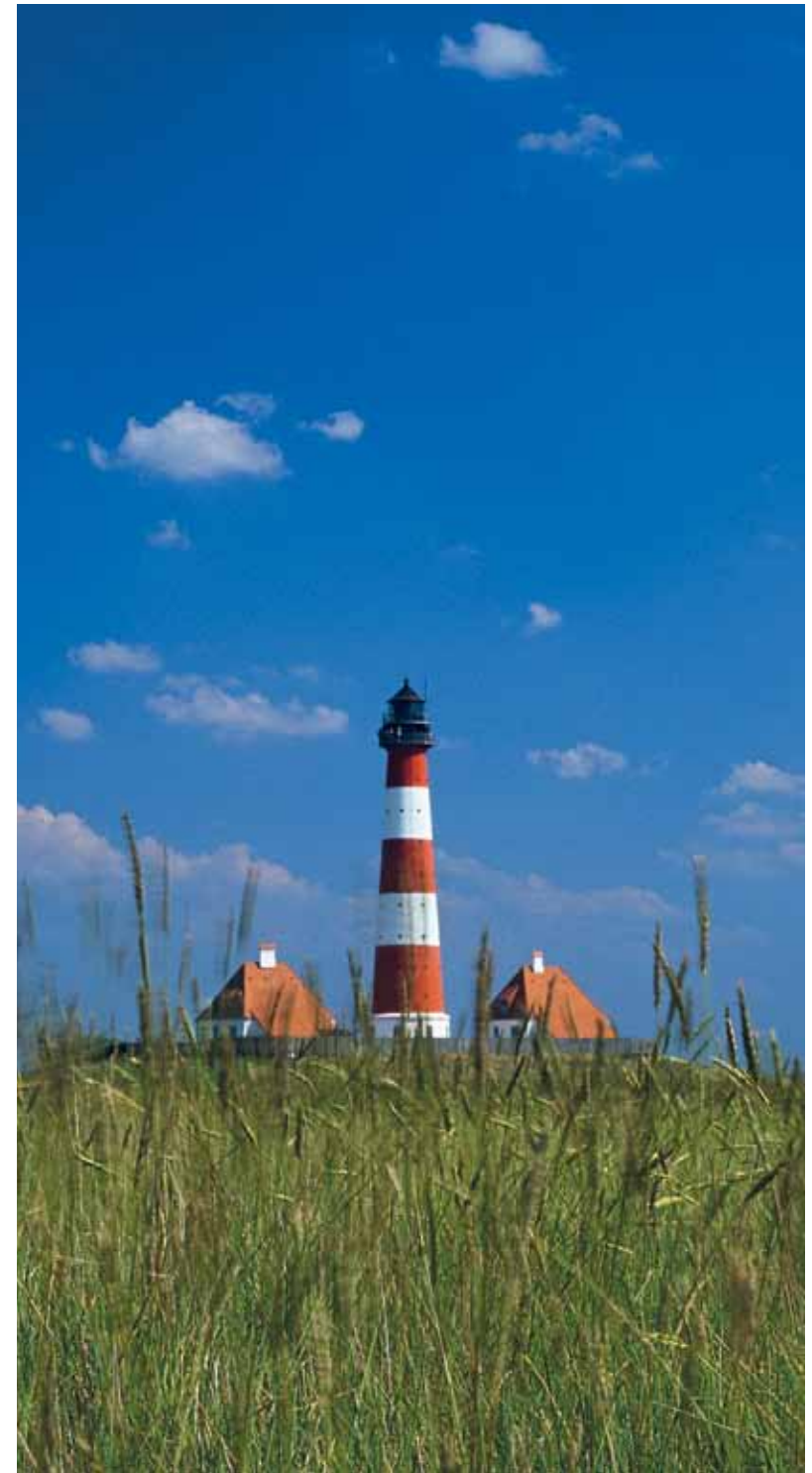
Uitzonderlijke Universele Waarde

Gebied voldoet aan één of meer Werelderfgoed criteria

Gebied voldoet aan de vereisten van ongeschondenheid

Gebied voldoet aan de vereisten voor bescherming en beheer

Illustratie van de 3 pijlers van Uitzonderlijke Universele Waarde binnen de Werelderfgoed Conventie. Een gebied moet aan alle drie voldoen wil het geacht worden Uitzonderlijke Universele Waarde te hebben.



Kansen en verantwoordelijkheden die de status van werelderfgoed met zich mee brengt

De status van werelderfgoed is de meest prestigieuze, wereldwijd erkende, bekroning voor natuurlijk en cultureel erfgoed. De meeste mensen die in de buurt van het erfgoed wonen of erbij betrokken zijn, zijn er trots op. Plaatsing op de erfgoedlijst kan ook een stimulans zijn voor samenwerking, burgerlijke trots, maatschappelijk kapitaal en investeringen.

Een werelderfgoed biedt de gemeenschappen ook een belangrijk mogelijk voordeel op het gebied van toerisme. De sleutelwoorden zijn hier 'mogelijk voordeel', omdat het potentieel van werelderfgoed gerealiseerd moet worden door gecoördineerde acties.

Steeds duidelijker blijkt over de hele wereld dat de status van werelderfgoed van UNESCO de locaties een duidelijker mondiaal profiel verschaft dan anders het geval zou zijn geweest. Dat komt omdat 'werelderfgoed' wereldwijd voor toeristen steeds meer synoniem staat voor kwaliteit en uitzonderlijke ervaringen.

De aanwijzing door UNESCO trekt onbetaalbare wereldwijde media-aandacht en biedt een enorme kans voor marketing en ontwikkeling van de bestemming. Veel bestemmingen hebben ervaren dat de status van werelderfgoedlocatie hun een krachtig merk oplevert, dat waarde toevoegt aan hun bestaande merken en die zelfs vaak overtreft op mondiaal niveau.

Alles wijst erop dat bezoekers van werelderfgoederen vaker internationaal georiënteerd en welvarend zijn, meer uitgeven op de plaats van bestemming, er langer blijven, en meer belangstelling hebben voor de waarden en de 'Uitzonderlijke Universele Waarde' ervan (inclusief de vraag hoe zij kunnen bijdragen aan behoud en beheer of duurzaamheid).

De uitdaging ligt erin dat bezoekers van werelderfgoederen verwachten het verhaal van de 'Uitzonderlijke Universele Waarde' te leren kennen en te begrijpen – zij verwachten één identiteit, een samenhangend verhaal en een toegankelijke uitleg van de locatie. Werelderfgoed-toeristen zijn ook kieskeuriger en eisen hogere kwaliteit. Simpel gezegd verwachten zij een bestemming van wereldklasse die het predicaat werelderfgoed waardig is.

De Waddenzee als één samenhangend werelderfgoed biedt een schat aan nieuwe mogelijkheden. De wereldwijd erkende waarde en het 'unique selling point', die samenhangen met de status van werelderfgoed, bieden nieuwe kansen aan het toerisme en de plaatselijke economieën, die alleen benut kunnen worden door middel van een consistente, grensoverschrijdende aanpak – onderbouwd door onafhankelijke monitoring, strategische evaluatie en innovatief onderzoek.



Veel bestemmingen hebben ervaren dat de status van werelderfgoedlocatie hun een krachtig merk oplevert, dat waarde toevoegt aan hun bestaande merken en die zelfs vaak overtreft op mondiaal niveau.





De Weg naar Duurzaam Toerisme

BELANGRIJKSTE WERKTERREINEN

Om een effectieve en succesvolle strategie op te kunnen zetten, moeten we inzicht hebben in de huidige situatie van het toerisme in het gebied en de mogelijkheden die de status van werelderfgoed biedt voor de ontwikkeling van duurzaam toerisme in de bestemming Werelderfgoed Waddenzee.

In samenhang met de strategische doelstellingen, richten we ons op de volgende belangrijkste werkterreinen:

Toerisme en natuurbescherming

Een Waddenzeeconsortium

Het unique selling point

Eén Bestemming Werelderfgoed Waddenzee

Vervoer, accommodatie en gastronomie

Sleutelfactoren voor het toerisme

Voorlichting en educatie

Het gebied tot leven brengen

Capaciteitsopbouw en kwaliteitsverbetering

Een bestemming van hoge kwaliteit creëren





Toerisme en Natuurbescherming

Een Waddenzeeconsortium



WAAR WE NU STAAN

Natuurbeheer en recreatie gaan goed samen in de Waddenzee, met name dankzij langetermijnbeleid en uitgebreide beschermings- en beheerplannen, bijvoorbeeld in de vorm van natuurgebieden en nationale parken. Daarnaast hebben informatie en voorlichting door verschillende organisaties en sectoren in het Waddengebied ervoor gezorgd dat natuurbeheer en -ontwikkeling en recreatie met succes naast elkaar kunnen bestaan. De betrokkenheid bij en bijdragen van de toeristische sector aan natuurbeheer en samenwerkingsverbanden op nationaal en regionaal niveau hebben ook een belangrijke rol gespeeld.

Er zijn echter mogelijke conflicten en zorgpunten met betrekking tot toerisme. Het meest voor de hand liggende is misschien wel dat de status van werelderfgoed kan leiden tot een stijging van het aantal bezoekers, die de natuurlijke waarden van de Waddenzee negatief kunnen beïnvloeden. Activiteiten langs de kust en recreatie kunnen bijvoorbeeld van invloed zijn op de zeldzame soorten broedvogels op de stranden. Ook kunnen onzorgvuldig geplande voorzieningen en gebouwen voor toeristen in het kustgebied vlakbij gevoelige natuurgebieden reden tot zorg zijn.

Gegevens over veranderingen en effecten op het ongeschonden karakter van het Werelderfgoed in samenhang met de impact van toerisme en recreatie, de regionale toerisme-economie, voorkeuren van bezoekers en meningen van bewoners kunnen belangrijke informatie opleveren voor het beheer van het werelderfgoed. Tot nu toe is er geen gezamenlijk monitoringprogramma of methode om deze veranderingen en de effecten op de regionale ontwikkeling te evalueren.

De status van werelderfgoed wordt gezien als een kans voor de ontwikkeling van duurzaam toerisme in de hele Waddenzee, die niet leidt tot conflicten tussen toerisme en natuur.

CASE STUDY

TOERISMEPLANNING IN HET KUSTGEBIED

De visie van de Deense regering op toerismeplanning in het kustgebied is weerspiegeld in 'Planning for Tourism 2014-18' van de gemeente Esbjerg. Dit houdt onder meer in:

- > samenhangende politieke overwegingen ten aanzien van toerisme zijn een eerste vereiste voor het creëren van nieuwe vakantie- en recreatievoorzieningen in het kustgebied;
- > nieuwe vakantie- en recreatievoorzieningen en grote uitbreidingen van bestaande faciliteiten moeten in bestaande stedelijke of grote vakantie- en recreatiegebieden worden gelokaliseerd;
- > nieuwe jachthavens mogen niet in het open kustlandschap worden aangelegd;
- > geen ontwikkeling van nieuwe vakantieparken in het kustgebied en bestaande vakantieparken moeten worden aangehouden voor vakantieoelidenvakantieoeliden.

SOCIAALECONOMISCHE MONITORING

Sinds 2000 is er sociaaleconomische monitoring geweest in het gebied van het Nationale Park van Sleswijk-Holstein. Dit hield onder meer in:

- > verzamelen en analyseren van gegevens over toerisme en in kaart brengen van de effecten van het Nationale Park op de regionale economie;
- > herkennen van (negatieve) gevolgen en tendensen om tijdig en op de juiste wijze te reageren;
- > voortdurend registreren van de populariteit en doeltreffendheid van de informatie van het Nationale Park en het aanbod aan natuurervaringen, alsmede van instrumenten voor natuurbeheer en bezoekersbeheer;
- > het meten van de acceptatie van lokale inwoners en Duitse burgers met betrekking tot het Nationale Park, door hun houdingen, meningen, verwachtingen, motieven en tevredenheid met de communicatie en het aanbod (voor toeristen) te onderzoeken.

ONZE KANS EN UITDAGINGEN

De meeste stakeholders zien de status van werelderfgoed als een kans voor de ontwikkeling van duurzaam toerisme in de hele Waddenzee. Het is hun er niet om te doen conflicten tussen toerisme en natuur te veroorzaken.

Met de werelderfgoedstatus worden eveneens de verworvenheden van internationaal gecoördineerde bescherming erkend. Dit vraagt van ons er toe dit hoogste niveau van het beheer van de Waddenzee te waarborgen.

Een uitgebreid systeem voor begeleiding van en informatie aan bezoekers is van cruciaal belang. Wij hebben de gelegenheid de verhalen van de Waddenzee te vertellen en haar unieke selling point, ofwel 'Uitzonderlijke Universele Waarde', te onthullen. Zo kunnen we ervoor zorgen dat we in gevoelige periodes of in kwetsbare gebieden, negatieve effecten kunnen beperken en begrip en zorgvuldigheid bij toeristen kunnen kweken.

Ook komt er steeds meer behoefte aan een gezamenlijke aanpak om de eventuele impact van toerisme op het ongeschonden karakter van de Waddenzee te evalueren. Hiervoor moet bestaande informatie over de effecten van verschillende soorten toeristische activiteiten, en over het effect van tegenmaatregelen, bijeen worden gebracht. Bovendien kunnen de ontwikkeling en uitvoering van het geharmoniseerd of consistent verzamelen van sociaaleconomische gegevens dienen als een wezenlijk element van een monitoringprogramma voor het gebied.

VEREISTE RESULTATEN

- > Verhoogde deelname van stakeholders in de planning de ontwikkeling en het beheer van duurzaam toerisme, waarbij zij de verantwoordelijkheid nemen voor de bescherming van de 'Uitzonderlijke Universele Waarde'.
- > Effectieve toerismeplanning in overeenstemming met de 'Uitzonderlijke Universele Waarde', waarbij mogelijke conflicten tussen recreatieve activiteiten en de waarden van de Waddenzee tot een minimum worden beperkt.
- > Een gezamenlijke methode voor het monitoren van de effecten van toerisme op de natuur en sociaaleconomische waarden, beschikbaar gesteld ter ondersteuning van planning en duurzame ontwikkeling.
- > Een uitgebreide service op het gebied van begeleiding van bezoekers en het verstrekken van informatie om het inzicht in en bewustzijn van de OUV te verbeteren.

Het 'Unique Selling Point'

Eén Bestemming Werelderfgoed Waddenzee



WAAR WE NU STAAN

In Nederland, Duitsland en Denemarken zijn professionele en uitgebreide marketingstrategieën opgezet om de eilanden en de kust van het vasteland te promoten. Regionale marketingorganisaties werken samen met dienstverleners en hebben sterke merken ontwikkeld voor hun eigen kustregio, maar er zijn geen marketingactiviteiten voor het héle gebied van de Waddenzee dat als werelderfgoed is aangemerkt. Vergelijkbare merken concurreren soms zelfs in dezelfde regio of hetzelfde land, zoals 'Nordsee' in Duitsland. Een gebrek aan integratie tussen de marketing voor het vasteland en de eilanden is in sommige gebieden ook een probleem.

De status van werelderfgoed wordt door veel stakeholders in Nederland en Duitsland aangewend als extra marketinginstrument. Het is een heel belangrijk aspect, maar er zijn maar weinig toeristische aanbiedingen die op een consistente en passende wijze naar het werelderfgoed verwijzen. Om dat probleem aan te pakken zijn er, na de plaatsing op de erfgoedlijst in 2009, gezamenlijk verschillende communicatie- en marketingactiviteiten uitgevoerd met partners uit Duitsland en Nederland. Dit heeft geresulteerd in wederzijdse versterking, verbetering van het profiel en de zichtbaarheid van het werelderfgoed en een groter bewustzijn bij bezoekers en inwoners van beide landen. Ook is hiermee

het potentieel aangetoond van een grensoverschrijdend werelderfgoedmerk voor de communicatie, net zoals trouwens de complexiteit van het grens- en sectoroverschrijdend werken.

Op dit moment kennen we veel basisfeiten over de bestemming Waddenzee Werelderfgoed maar er valt nog meer te ontdekken. We moeten prioriteit geven aan de coördinatie van dit marktonderzoek. Het lopende onderzoek is gefragmenteerd en sporadisch en ontbeert een consistente aanpak, en bestaande onderzoeken zijn niet toegespitst op de bestemming Waddenzee Werelderfgoed, noch inhoudelijk, noch wat de regionale dekking betreft.

Als één geheel beschouwd en met intelligente marketing kan de bestemming Waddenzee Werelderfgoed veel meer opleveren dan afzonderlijke strategieën met een smalle focus.

ONZE KANSEN EN UITDAGINGEN

Een gemeenschappelijk begrip en bewustzijn bij stakeholders van het totale wereldwijde belang van de Waddenzee en het grensoverschrijdende werelderfgoed, van de schoonheid en unieke natuurlijke processen zijn, in combinatie met marktonderzoek, voorwaarden voor strategische marketing.

Veel stakeholders beschouwen de werelderfgoedstatus als iets wat kan worden gebruikt als een gezamenlijk marketingplatform om duurzaamheid te verbeteren, synergie te creëren en het profiel van hun regio zowel nationaal als internationaal te versterken. Men is van mening dat het geheel meer is dan de som der delen. Dus als één geheel beschouwd en met een intelligente marketing kan het de hele werelderfgoed van de bestemming Werelderfgoed Waddenzee veel meer opleveren dan afzonderlijke strategieën met een smalle focus. Met verbeterde samenwerking, marktonderzoek en communicatie tussen stakeholders in alle regio's worden de voordelen volledig benut en komt er meer aandacht voor het gebied als geheel (waarvan alle stakeholders en regio's profiteren). Ook wordt daarmee onnodige concurrentie tussen de regionale bestemmingen vermeden.

Bezoekersonderzoeken in de hele Waddenzee moeten waardevolle informatie opleveren over eisen en tevredenheid van de bezoekers, over verwachtingen, houdingen, voorkeursactiviteiten, en de relevantie het belang van duurzaamheid en de werelderfgoedstatus voor het kiezen van de reisbestemming.

CASE STUDY

ZICHTBAARHEID WERELDERFGOED

Na de plaatsing op de werelderfgoedlijst in 2009 werd met stakeholders in Nederland en Duitsland een gezamenlijke communicatie- en marketingcampagne gelanceerd. Een gemeenschappelijk logo, gemeenschappelijke borden, een officiële werelderfgoedwebsite, een video en informatiefolder hebben het profiel van de Waddenzee als werelderfgoed versterkt. Daarnaast zijn er ruim 65 informatiemodules (zuilen) opgesteld en hebben bewoners en bezoekers hun verhalen over de Waddenzee verteld onder het motto: 'deel uitmaken van het werelderfgoed'.

www.waddenzee-werelderfgoed.nl



VEREISTE RESULTATEN →

- > Een sterk wereldwijd merk, op basis van de 'Uitzonderlijke Universele Waarde' OUV, als uitgangspunt voor de ontwikkeling van kwaliteitsproducten, diensten en faciliteiten.
- > Een duurzaam marketingconcept voor de bestemming Werelderfgoed Waddenzee dat de waarde van bestaande regionale merken laat zien en dat waarde en synergie toe voegt om meer voordelen te genereren.
- > Een grensoverschrijdend marktonderzoekconcept en bezoekersonderzoek voor de bestemming Werelderfgoed Waddenzee.
- > Consistente communicatie over het werelderfgoed en bevordering van producten van hoge kwaliteit voor het hele gebied.

Vervoer, Accommodatie en Gastronomie

Sleutelfactoren voor het toerisme



~~~~~  
De toerismesector, met name betreft accommodatie en gastronomie, profiteert financieel al van de onbedorven natuur en prachtige landschappen. De sector zou echter nog meer kunnen profiteren als de status van werelderfgoed gepromoot wordt omdat bezoekers er voor kiezen langer te blijven en meer uit te geven.  
~~~~~



WAAR WE NU STAAN

VERVOER

De meeste toeristen komen met de auto naar de Waddenzee. Met vervoer over de weg is het gebied over het algemeen beter toegankelijk dan met het openbaar vervoer, een paar uitzonderingen daargelaten, zoals de rechtstreekse treinverbindingen naar Sylt en naar veerbootoversteken op het vasteland (Dagebüll Hafen, Norddeich Mole en Harlingen). Binnen de bestemming Waddenzee zijn de infrastructuur voor het openbaar vervoer en de recreatiefaciliteiten goed ontwikkeld. De nadruk ligt echter nog steeds op het verbeteren van de infrastructuur voor auto's en er wordt te weinig geïnvesteerd in duurzaam vervoer. De meest in het oog springende uitzonderingen hierop zijn de gebieden waarin particuliere auto's verboden zijn (op bepaalde Waddeneilanden) en waar goed en rendabel openbaar vervoer beschikbaar is.

Openbaar vervoer als milieuvriendelijk alternatief voor toeristen is nog geen haalbare optie in de hele bestemming Werelderfgoed Waddenzee, maar er zijn hier en daar pogingen de reductie van CO₂-uitstoot in de vervoerssector te integreren. Voorbeelden daarvan zijn de 'Urlauberbus für'n Euro' in Nedersaksen en de veerboot Den Helder – Texel.

ACCOMMODATIE EN GASTRONOMIE

Accommodatie en gastronomie zijn twee van de belangrijkste elementen wanneer mensen besluiten waar ze naar toe willen en waar ze kunnen verblijven. Bovendien zijn dit natuurlijk belangrijke factoren als het gaat om het creëren van banen.

De meest voorkomende accommodaties in Denemarken zijn vakantiehuysjes en, tot op zekere hoogte, campings. In Nederland en Duitsland spelen vakantieappartementen, hotels, en camperterreinen een substantiële rol, en in Nederland ook overnachtingen op plezierjachten.

MKB-bedrijven domineren in alle drie de landen. Zij bieden bezoekers een breed scala aan authentieke ervaringen en regionale producten. Aan de andere kant zijn hun middelen om te investeren in duurzaamheid, kwaliteitsontwikkeling en marketing beperkt.

Door de verschillen in wetgeving op het vlak van ruimtelijke ordening in de drie landen, zijn er verschillende benaderingen voor de ontwikkeling van nieuwe infrastructuur voor het toerisme, maar allemaal hebben zij ruimte nodig. Op sommige eilanden vormt de toegenomen onttrekking van zoet water, vooral in het hoogseizoen, een mogelijk risico voor kwetsbare leefgebieden.

In de hele bestemming Werelderfgoed Waddenzee komt er steeds meer vraag naar authenticiteit en kwaliteit. Er komen steeds meer initiatieven die de regionale producten en keuken promoten. Dat geldt ook voor een Nationaalpark-certificering voor accommodatie en gastronomische ondernemingen.

ONZE KANSSEN EN UITDAGINGEN

Duurzame vervoersverbindingen binnen de regio moeten worden uitgebreid en gekoppeld, waaronder het openbaar vervoer en e-mobiliteit. Verder is er behoefte aan verbeterde voorlichting aan stakeholders in het toerisme en hun gasten over het openbaar vervoer en de wijze waarop dit de CO₂-uitstoot helpt terug te dringen.

Er moet een duurzame infrastructuur en duurzaam netwerk worden opgezet om mensen in staat te stellen langs de Waddenzeekust te reizen, met inbegrip van grensoverschrijdende fiets-, wandel- en kanoroutes e.d. die geïntegreerd kunnen worden in pakketten voor werelderfgoedtoerisme.

De toerismesector, met name wat betreft accommodatie en gastronomie, profiteert financieel al van de onbedorven natuur en prachtige landschappen. De sector zou echter nog meer kunnen profiteren als de status van werelderfgoed gepromoot wordt omdat bezoekers er voor kiezen langer te blijven en meer uit te geven. Het aanbod aan accommodatie en gastronomie kan ook een belangrijke bijdrage leveren aan de bescherming en duurzame ontwikkeling, door milieuvriendelijke (gastronomische) kwaliteitsproducten aan te bieden.

Milieuvriendelijke vervoersmiddelen en accommodatie vormen een belangrijke manier om bezoekersstromen te beheren. Ook zullen zij een bijdrage leveren aan het in stand houden van de Waddenzee als werelderfgoed en het profiel als CO₂-neutrale toeristische bestemming versterken. De ontwikkeling van dit aspect kan een belangrijke invalshoek vormen voor de marketing van het gebied.

CASE STUDY

URLAUBERBUS FÜR'N EURO

De 'Urlauberbus' in Nedersaksen biedt milieuvriendelijke mogelijkheden om het Nationale Park en het achterland te ontdekken. Voor 1 euro per rit kunnen mensen elke bus in het Eems/Jade-gebied nemen. In eerste instantie bedoeld voor het hoogseizoen geldt het aanbod nu het hele jaar door. Een succesvol initiatief: in 2012 gebruikte één op de tien bezoekers van het gebied de 'Urlauberbus' en het plan won de nationale 'Fahrtziel Natur'-award.

www.urlauberbus.info

WADDENGOLD

Het Nederlandse Waddengoud is een keurmerk voor lokale producten en diensten uit het Nederlandse Waddengebied. Het merk wordt beheerd door de Stichting Waddengroep, een non-profitorganisatie, en omvat 300 afzonderlijke producten (vooral agrarisch en meestal biologisch) en zo'n 75 diensten (toeristisch, gastronomisch, kunst en cultuur).

www.waddengoud.nl

VEREISTE RESULTATEN →

- > Verbeterde samenwerkingsverbanden en samenwerking tussen toeristische ondernemers en de natuursector.
- > Efficiënt, duurzaam openbaar vervoer voor alle bezoekers naar en in het Waddengebied met duidelijke en toegankelijke informatie.
- > Koppeling van bestaande vervoerssystemen en -infrastructuur, met inbegrip van e-mobiliteit en wandel- en fietsvoorzieningen.
- > Regionale en duurzame kwaliteitsproducten, diensten en voorzieningen op het gebied van vervoer, accommodatie en gastronomie, die ook kunnen bijdragen aan de reductie van energie- en waterverbruik en de uitstoot van CO₂.

Voorlichting en Educatie

Het gebied tot leven brengen



WAAR WE NU STAAN

Er zijn ruim vijftig natuurinformatie- en bezoekerscentra die een belangrijke rol spelen bij het over het voetlicht brengen van de waarden, de bezienswaardigheden en het wereldwijde belang van het Werelderfgoed Waddenzee voor zowel de plaatselijke bevolking, stakeholders als toeristen. De status van werelderfgoed heeft ertoe geleid dat Nederland en Duitsland de werelderfgoedinformatie hebben kunnen opnemen in hun tentoonstellingen en gidsen.

De Internationale Waddenzeeschool (IWSS) heeft samen met de informatiecentra een breed scala aan informatie en educatieve producten ontwikkeld, die het hele Waddengebied laten zien als één ecologisch natuurgebied met een breed palet aan bijzondere ervaringen. Sinds een groot aantal jaren bestaan er regionale netwerken van informatiecentra, nationale parken en scholen, waaronder de Waddenzeeschool in Nederland, het 'Junior Ranger-Programma' in Duitsland en 'Mijn Waddenzee' in Denemarken. Naast georganiseerde informatie en bezoekersrondleidingen ontstaat er steeds meer belangstelling van plaatselijke ondernemers om bezoekers iets onderscheidends te bieden: rondleidingen die het typische en unieke karakter van het Werelderfgoed Waddenzee onder de aandacht brengen.

De belangrijkste uitdaging bestaat erin het concept van 'Uitzonderlijke Universele Waarde' op een consistente en aantrekkelijke wijze te integreren in bestaande en toekomstige informatie- en voorlichtingsactiviteiten.

Door authentieke natuurervaringen te ontwikkelen en promoten, kunnen we huidige bezoekers behouden en nieuwe segmenten aantrekken.

CASE STUDY

De Vijf

Het bureau voor toerisme in Sleeswijk-Holstein en het bestuur van het Nationaal Park hebben gezamenlijk natuurervaringstochten ontwikkeld. Daarin wordt aandacht besteed aan de 'kleine vijf' (de vijf meest voorkomende zeebodemdieren); de 'vliegende vijf' (kenmerkende vogels) en de 'grote vijf' (zeezoogdieren, steur, zeearend). Deze ervaringen brengen bezoekers dicht bij het werelderfgoed, zonder de natuur te verstoren. Een boekje voor kinderen, ontwikkeld in samenwerking met de Internationale Waddenzeeschool, heeft daaraan de 'bewegende vijf' toegevoegd (dynamische structuren zoals duinen en droogvallende platen) en de 'bloeiende vijf' (duin- en kwelderplanten), zodat de vijf meest karakteristieke leefgebieden van de Waddenzee aan bod komen.



ONZE KANS EN UITDAGINGEN

Werelderfgoed biedt de kans de samenwerking, actieve deelname en het netwerken tussen de verschillende stakeholders uit te breiden en te ontwikkelen. Dat levert een bijdrage aan het begrip van het wereldwijde belang van het Werelderfgoed Waddenzee en het verbeteren van lokaal bewustzijn. De belangrijkste uitdaging bestaat erin het concept van de 'Uitzonderlijke Universele Waarde' op een consistente en aantrekkelijke wijze te integreren in bestaande en toekomstige activiteiten op het gebied van informatie en educatie.

Bezoekersinformatie en milieu-educatie moeten dezelfde boodschap bevatten, of die nu over het gehele gebied of over een specifieke locatie gaat. De consistentie in berichtgeving zal het begrip van en de waardering voor natuurdoelen vergroten en ertoe bijdragen dat bezoekers en bewoners zich willen inspannen deze belangrijke omgeving in stand te houden en beschermen. Mensen die in de bezoekerscentra werken, moeten volledig op de hoogte worden gebracht van de 'Uitzonderlijke Universele Waarde' van de Waddenzee als werelderfgoed. Via hen, en het samenhangende verhaal dat zij vertellen, kunnen we onze status van werelderfgoed effectief promoten.

Door authentieke natuurervaringen te ontwikkelen en te promoten, kunnen we onze huidige bezoekers vasthouden en nieuwe segmenten aantrekken. En door 'belevingspakketten' te ontwikkelen verhogen we de mogelijkheden voor gezinnen met kinderen en bieden we een grotere diversiteit aan activiteiten en ervaringen voor de vele 50-plussers. Ook bestaat de mogelijkheid pakketten voor buiten het hoogseizoen te ontwikkelen, om avonturiers de gelegenheid te bieden de natuurkrachten en dynamiek van het Werelderfgoed Waddenzee te beleven, zoals de spectaculaire aspecten van de vogeltrek.

VEREISTE RESULTATEN →

- > Sholingsbronnen en activiteiten om de OUV te behouden en de waardering van de Waddenzee als werelderfgoed te vergroten.
- > Aanbiedingen voor bijzondere natuurbeleving, als integraal onderdeel van een duurzame bestemming Werelderfgoed Waddenzee.
- > Verbeterde kennis van en waardering voor de Nederlands-Duits-Deense Waddenzee als één geheel bij alle stakeholders.
- > Verbeterde communicatie van de 'Uitzonderlijke Universele Waarde' en de zichtbaarheid daarvan bij stakeholders, plaatselijke bevolking en gasten.

Capaciteitsopbouw en Kwaliteitsverbetering

Een bestemming van hoge kwaliteit creëren



WAAR WE NU STAAN

Grensoverschrijdende kennis en bewustzijn van de natuurlijke waarden van de Waddenzee en haar status van werelderfgoed is essentieel voor de ontwikkeling van een duurzame bestemming Werelderfgoed Waddenzee. Het is van belang dat stakeholders open staan voor vergroting van hun kennis en bewustzijn en verbetering van hun professionele aanpak op grensoverschrijdend niveau. Daardoor, en dankzij inzicht in het merk, kunnen zij er voor zorgen dat toeristen buitengewone ervaringen opdoen. Zo worden toeristen gemotiveerd om zelf nog eens terug te komen en om de bestemming Werelderfgoed Waddenzee bij anderen aan te bevelen.

Succesvolle voorbeelden van capaciteitsopbouw en voorlichtingsprogramma's voor stakeholders in de regio's zijn te vinden in het samenwerkingsverband van de Duitse Nationale Parken. Deze hebben vooral een regionale focus, maar omvatten ook het aspect werelderfgoed.

Om de Waddenzee neer te kunnen zetten als een toeristische bestemming van hoge kwaliteit zijn een gezamenlijke aanpak, een verbeterd stakeholderbewustzijn en voorlichting, en een op onderzoek gebaseerd raamwerk nodig.

Er is een almaar toenemende tendens binnen het toerisme naar vakantiebestemmingen met duurzame, milieuvriendelijke/ ecologische en gecertificeerde lokale producten. Parallel daaraan neemt het aantal regionale of nationale certificeringssystemen en labels met duurzaamheidscriteria voor een breed assortiment toeristische diensten toe. Slechts enkele daarvan hebben echter een directe link met de waarden van de Waddenzee; geen van alle worden ze in het hele gebied gecoördineerd of kunnen ze beschouwd worden als kwaliteitslabel voor het hele Waddengebied.

ONZE KANS EN UITDAGINGEN

Om de Waddenzee neer te kunnen zetten als een toeristische bestemming van hoge kwaliteit zijn een gezamenlijke aanpak, een verbeterd stakeholderbewustzijn en voorlichting en een op onderzoek gebaseerd raamwerk nodig. We zijn nog maar net begonnen de status van werelderfgoed te gebruiken om waarde toe te voegen, maar een effectief en eenduidig merk kan nog extra meerwaarde opleveren.

Capaciteitsopbouw van (plaatselijke) stakeholders, voor wat betreft vaardigheden, bewustzijn en training, zal de kennis van het aanbod binnen andere toeristische sectoren doen toenemen. Deze mensen en ook bedrijven in het toerisme zijn de ambassadeurs en voorvechters van de bestemming Werelderfgoed Waddenzee. Dat zal ertoe bijdragen dat het algehele profiel van het gebied versterkt wordt, belangrijke stakeholders en plaatselijke mensen worden geïdentificeerd, en een gekwalificeerde (plaatselijke) beroepsbevolking in stand wordt gehouden.

De status van werelderfgoed biedt veel mogelijkheden om kwaliteitsaanbod te promoten en de tevredenheid van bezoekers te vergroten. Er dienen gemeenschappelijke, algemene normen te worden ontwikkeld, die gemakkelijk kunnen worden gecommuniceerd en geïntegreerd in bestaande structuren.

CASE STUDY

SAMENWERKINGSVERBAND NATIONALE PARKEN

De Duitse Nationale Parken hebben een regeling opgezet voor publiek-private samenwerking. Aan dit verband nemen accommodaties, restaurants, organisaties voor natuur en toerisme, informatiecentra, touroperators en de vervoerssector deel. De regeling werkt met specifieke milieucriteria en toewijding aan de Nationale Parken, en is gericht op service van hoge kwaliteit en natuurvriendelijke bedrijvigheid beleid.

www.nationalpark-partner-sh.de
www.nationalpark-partner-nds.de

CONVENANT VAARRECREATIE WADDENZEE

In het Nederlandse Convenant Vaarrecreatie Waddenzee zijn afspraken vastgelegd tussen de watersport en overheid met betrekking tot vaarrecreatie in de Waddenzee. Het convenant is gebaseerd op het feit dat een op kwaliteit gerichte aanpak van de vaarrecreatie beter is voor de Waddenzee en dat de negatieve impact van elke vorm van watersport op de ecologische kenmerken tot een minimum beperkt moet blijven.

Deze kwaliteitsaanpak wordt gecommuniceerd via de campagne 'Ik pas op het Wad' en bestaat uit voorlichting, advies en informatie om het bewustzijn te vergroten van wat de Waddenzee zo bijzonder maakt. Hoe meer watersporters van de natuur kunnen genieten, hoe groter de kans dat zij deze in hun gedrag zullen respecteren.

www.ikpasophetwad.nl

VEREISTE RESULTATEN →

- > Verbeterd bewustzijn onder stakeholders van de voordelen van het merk 'Werelderfgoed Waddenzee' op sociaal en economisch vlak en voor natuurbeheer.
- > Gemeenschappelijke hoge normen en kwaliteit van duurzame producten en aanbod van de bestemming Werelderfgoed Waddenzee.
- > Verbeterde capaciteit van de stakeholders en voldoende middelen om het toerisme efficiënt, verantwoord en duurzaam te kunnen geleiden.

Duurzaam toerisme

Zorgen dat het werkt

Deze strategie zal alleen een succes worden als we allemaal samenwerken aan een eensluidende communicatie en het toerisme en natuurbeheer onderling versterken. We moeten leren van goede voorbeelden en we moeten het grensoverschrijdende begrip van wat duurzaam toerisme in de bestemming Werelderfgoed Waddenzee zou kunnen zijn verbeteren.

Onze visie voor de bestemming Werelderfgoed Waddenzee steunt op vier strategische doelen. Of deze gehaald worden hangt af van gezamenlijke en effectieve uitvoering van onze vijf belangrijkste werkterreinen. Door deze samenhang kan onze visie worden verwezenlijkt en, op de lange termijn, versterkt.



Onze benadering om duurzaam toerisme te komen in de bestemming Werelderfgoed Waddenzee van de grond te krijgen

Visie

Natuurbehoud en de ontwikkeling van duurzaam toerisme gaan hand in hand in de bestemming Werelderfgoed Waddenzee. Deze relatie wordt gekenmerkt door waardering, begrip, ervaring en actieve deelname van alle betrokken partners.

Mensen die een deel van het Waddengebied bezoeken of er wonen of werken, zijn zich bewust van en waarderen de 'uitzonderlijke universele

waarde' en het unieke landschap. Zij zijn vastbesloten deze eigenschappen te behouden voor huidige en toekomstige generaties.

Lokale bedrijven en gemeenschappen profiteren zowel economisch als maatschappelijk van het kwaliteitsaanbod dat de integriteit van de Waddenzee ondersteunt, alsmede de ecologische eisen waarmee de status van werelderfgoed gepaard gaat.

Status en analyse van werkterreinen

Toerisme en natuurbescherming – Een Waddenzeeconsortium

Het 'Unique Selling Point'* – Eén Bestemming Werelderfgoed Waddenzee

Vervoer, accommodatie en gastronomie – Sleutelfactoren voor het toerisme

Voorlichting en educatie – Het gebied tot leven brengen

Capaciteitsopbouw en kwaliteitsverbetering – Een bestemming van hoge kwaliteit creëren

Strategische doelen

1. Zorgen dat alle stakeholders de waarden van het werelderfgoedgebied Waddenzee op grensoverschrijdend niveau begrijpen en waarderen.

2. Zorgen dat stakeholders verantwoordelijkheid dragen voor en bijdragen aan de bescherming van de 'Uitzonderlijke Universele Waarde' door betrokkenheid bij het beheer van toerisme en de ontwikkeling van producten.

3. Zorgen voor consistente communicatie en marketing en voor het onder de aandacht brengen van het toeristisch kwaliteitsaanbod van de bestemming Werelderfgoed Waddenzee door de toerismesector.

4. Zorgen dat natuurbeheer, toerisme en lokale gemeenschappen profiteren van de status van werelderfgoed.

Actie Plan

Bescherming van de 'Uitzonderlijke Universele Waarde' van het Werelderfgoed Waddenzee



Sociaal economische en natuur- en milieuvoordelen

Strategische doelstelling een

Zorgen dat alle stakeholders de waarden van het werelderfgoedgebied Waddenzee op grensoverschrijdend niveau begrijpen en waarderen.

Met een betere grensoverschrijdende kennis, inzicht en waardering van het werelderfgoedconcept, en de toegevoegde waarde daarvan, kunnen stakeholders dit concept in hun activiteiten integreren. Bovendien zal dit de identificatie met het hele gebied en de trots op de eigen omgeving versterken.

1





AFSPRAKEN OM DE DOELSTELLING TE REALISEREN

- 1. Het bewustzijn en de zichtbaarheid van het werelderfgoed en de voordelen daarvan voor natuur, economie en maatschappij bij de stakeholders verbeteren.**

De stakeholders gebruiken informatie over het werelderfgoed en de bijbehorende prikkels in op maat gemaakte informatiepakketten, communicatiemiddelen en marketingmateriaal, via verschillende kanalen (bijv. drukwerk, internet en stakeholder-fora) en zij zijn betrokken bij gezamenlijke activiteiten zoals werelderfgoeddagen en campagnes.

- 2. Stakeholders de capaciteit en middelen bieden om het toerisme efficiënt, verantwoord en duurzaam te geleiden, op basis van de plaatselijke situatie en behoeften (bijv. kwalificatie en training, voorbeelden van beste praktijken, voorlichting, informatie-uitwisseling, netwerken).**

Kwalificering en training van stakeholders inzake het werelderfgoed zal de geloofwaardigheid en kwaliteit in de hele bestemming Werelderfgoed Waddenzee doen toenemen. Het is van belang om specifieke opleidingen voor dienstverleners te ontwikkelen op het gebied van taal en spreekvaardigheid, voorlichting, natuurbeheer en duurzaamheid. Voorbeelden van best practices en bestaande programma's moeten in het hele Waddengebied gecommuniceerd en uitgewisseld worden door middel van netwerken.

- 3 Voorlichtingsmateriaal ontwikkelen en de (plaatselijke) trots op het Werelderfgoed Waddenzee versterken.**

Ruim vijftig informatiecentra spelen een belangrijke rol bij voorlichting en educatie. Zij dienen hun samenwerking te versterken en materiaal te ontwikkelen voor verspreiding en educatieve doeleinden. Het is van belang bestaande voorlichtingsprogramma's verder te integreren en de samenwerking met (basis)scholen en universiteiten te uit te breiden. Een emotionele betrokkenheid zal de trots op en identificatie met van het werelderfgoed verbeteren.

Strategische doelstelling twee

Zorgen dat stakeholders verantwoordelijkheid dragen voor en bijdragen aan de bescherming van de 'Uitzonderlijke Universele Waarde' door betrokkenheid bij het beheer van toerisme en de ontwikkeling van producten.

2

Een brede inzet van stakeholders bij de planning, de ontwikkeling en het begeleiden van duurzaam toerisme zal de betrokkenheid van stakeholders bij de bescherming van het Werelderfgoed Waddenzee vergroten. Stimuleringsmechanismen zullen stakeholders (vooral uit de toerimesector) aanmoedigen verantwoord te handelen met betrekking tot natuurbeheer, en sociale en economische voordelen te genereren voor plaatselijke gemeenschappen. Vanwege de grote regionale verschillen in het beheer van vakantiebestemmingen, marketing en infrastructuur voor het toerisme is een consistente aanpak voor het hele gebied de belangrijkste doelstelling om kwaliteit en geloofwaardigheid in het hele werelderfgoed te garanderen.

De ontwikkeling van toeristische producten en diensten die de 'Uitzonderlijke Universele Waarde' ondersteunen, resulteert in bezoekersbelevissen die van hoge kwaliteit zijn en vrijwel geen schade toebrengen, zowel in het eigenlijke werelderfgoed als in het Waddengebied als geheel.





AFSPRAKEN OM DE DOELSTELLING TE REALISEREN

4. Gemeenschappelijke programma's opstellen op het gebied van beheer en planning van toerisme in het hele werelderfgoed, in het verlengde van de 'Uitzonderlijke Universele Waarde' van het gebied, met een specifieke bestemmingsbenadering.

Als de toerismesector meer wordt ingeschakeld bij programma's voor beheer en planning, wordt de gezamenlijke betrokkenheid bij de bescherming en het behoud van het werelderfgoed onderstreept. In dit verband moet er ook aandacht zijn voor een verdere afstemming van bezoekersbeheer en –begeleiding, evenals voor monitoring en effectevaluatie. De ontwikkeling van infrastructuur en duurzaam vervoer moeten integraal onderdeel van het opzetten van programma's worden, en activiteiten worden opgezet op basis van al bestaande plannen.

5. Een sterk merk 'Werelderfgoed Waddenzee' als uitgangspunt voor de ontwikkeling van kwaliteitsproducten, -diensten en -faciliteiten (gemeenschappelijke normen en kwaliteitsregelingen).

Een gezamenlijk merk 'Werelderfgoed Waddenzee' voegt waarde toe aan bestaande merken (via co-branding). Een merkstrategie is een eerste vereiste voor consistentie in begrip, presentatie en marketing. Bestaande samenwerkingsprogramma's moeten de basis vormen voor de ontwikkeling van gemeenschappelijke werelderfgoednormen en kwaliteitsregelingen. De ontwikkeling van producten en aanbod voor toeristen die duurzaam, van hoge kwalitatief en klimaatvriendelijk zijn en die vrijwel geen schade veroorzaken, moet de 'magische beleving' van het Werelderfgoed Waddenzee mogelijk maken.

6. Een duurzame bestemming Werelderfgoed Waddenzee, steunend op grensoverschrijdende samenwerking.

De status van werelderfgoed biedt de mogelijkheid het profiel van de Waddenzee als duurzaam reisdoel voor toeristen te versterken. Ook levert het een bijdrage aan de bescherming van het gebied en biedt het impulsen voor de toeristische sector. Het is zaak de nieuwe, grensoverschrijdende reisdoelbenadering tot stand te brengen in samenwerkingsverbanden, gebruik makend van bestaande regionale en lokale reisdoelen en de verdere ontwikkeling hiervan.

Strategische doelstelling drie

Zorgen voor consistente communicatie en marketing en voor het onder de aandacht brengen van het toeristisch kwaliteitsaanbod van de bestemming Werelderfgoed Waddenzee door de toerismesector.

3

Stakeholders en (potentiële) bezoekers verwachten van een werelderfgoedgebied toerisme van hoge kwaliteit, die de 'Uitzonderlijke Universele Waarde' in stand houdt en er aan bijdraagt. Dit ambitieniveau moet ook weerspiegeld worden in de marketing en promotie van duurzaam toerisme, die een bijdrage leveren aan versterking van het profiel van de Waddenzee, zowel lokaal als nationaal en internationaal. Een gezamenlijke marketingaanpak en consistente communicatie zijn nodig om de geloofwaardigheid en authenticiteit in de hele bestemming Werelderfgoed Waddenzee te borgen.





AFSPRAKEN OM DE DOELSTELLING TE REALISEREN

7. Ontwikkeling van een gezamenlijke marketingbenadering (producten, diensten, voorzieningen) voor de bestemming Werelderfgoed Waddenzee, die bijdraagt aan de doelstellingen van het werelderfgoed.

Er moet een consistente, grensoverschrijdende marketingstrategie worden ontwikkeld voor zowel het nieuwe als het bestaande aanbod. De interne marketing (tussen bedrijven, touroperators en reisbureaus) en samenwerking met nationale toeristische organisaties moeten worden uitgebreid.

8. Integratie van de werelderfgoedmarketing in bestaande regionale en nationale marketingactiviteiten.

Stakeholders moeten het werelderfgoedthema in hun bestaande marketing- en communicatiekanalen integreren om ervoor te zorgen dat kwaliteit en inhoud worden afgestemd op het gezamenlijke merk van het Werelderfgoed Waddenzee.

9. Voortzetting van de gezamenlijke communicatie- en informatieactiviteiten om het profiel en de zichtbaarheid van de bestemming Waddenzee lokaal, nationaal en internationaal te versterken.

De status van werelderfgoed biedt de mogelijkheid synergie te creëren via samenwerking in gezamenlijke communicatieactiviteiten die de hele bestemming Werelderfgoed Waddenzee dekken. Hierbij kan het onder meer gaan om jaarlijkse campagnes, publicaties (bijv. een gezamenlijke werelderfgoedgids), internet (website en nieuwe media) en mediasamenwerking, alsmede gezamenlijke concepten voor merchandising.

Strategische doelstelling vier

Zorgen dat natuurbeheer, toerisme en lokale gemeenschappen profiteren van de status van werelderfgoed.

4

Duurzaam toerisme biedt voordelen voor het beheer van de Waddenzee als werelderfgoed en voor stakeholders in de regio. Dit wordt weerspiegeld in de grotere betrokkenheid van stakeholders in de grensoverschrijdende samenwerking aan het werelderfgoed en in de waardering van natuurbescherming als basis voor het economische en maatschappelijke welzijn. De status van werelderfgoed verbetert op zijn beurt de zichtbaarheid van de Waddenzee als een kwaliteits-reisbestemming, om de inkomsten voor de regio te maximaliseren en te behouden. Deze status kan ook een bijdrage leveren aan de regionale ontwikkeling in alle sectoren, resulterend in een betere leefbaarheid op plaatselijk niveau.





AFSPRAKEN OM DE DOELSTELLING TE REALISEREN

10. Meer betrokkenheid van stakeholders in grensoverschrijdende activiteiten voor het werelderfgoed (grensoverschrijdende samenwerking en netwerken, samenwerking met andere werelderfgoedlocaties en UNESCO-programma's).

Stakeholders kunnen hun betrokkenheid bij de Trilaterale Waddenzeecoöperatie uitbreiden door deel te nemen aan trilaterale en internationale projecten. Samenwerken en netwerken met andere mariene werelderfgoedlocaties draagt bij aan het Mariene en Toerismeprogramma van UNESCO en promoot het Werelderfgoed Waddenzee als internationaal voorbeeld.

11. Bevordering van het werelderfgoed en duurzaam toerisme als instrument om de kwaliteit van leven in plaatselijke gemeenschappen en duurzame regionale ontwikkeling te behouden en verbeteren.

De status van werelderfgoed kan duurzame ontwikkeling op gang brengen. Onderzocht moet worden hoe dit potentieel beschikbaar kan komen voor bepaalde gebieden in een grensoverschrijdende context en hoe dat gecommuniceerd kan worden naar en tussen relevante stakeholders.

12. Inkomsten genereren uit kwaliteitstoerisme ten behoeve van stakeholders en voor de bescherming van het Werelderfgoed Waddenzee.

Kwalitatief hoogwaardig toerisme, op basis van de 'Universele Waarde', biedt mogelijkheden tot schenkingen voor of financiering van natuur- en voorlichtingsprojecten. Bedrijven in de regio kunnen een bijdrage leveren aan bescherming en beheer. Ook moeten de mogelijkheden van financiële steun worden onderzocht.

Organisatie

DE BELANGRIJKSTE STAKEHOLDERS

Deze strategie voor duurzaam toerisme kan alleen succesvol zijn als alle stakeholders zich bewust zijn van de mogelijkheden van en betrokken worden bij de ontwikkeling binnen het werelderfgoedconcept.

Ook moeten stakeholders een bijdrage leveren aan en de verantwoordelijkheid nemen voor de gezamenlijke activiteiten die in de strategie en het actieplan worden beschreven, en deze tot leven brengen.

DE BELANGRIJKSTE STAKEHOLDERS ZIJN:

- **Landen, regionale en lokale overheden:** hebben het voortouw in het uitvoeren van de Werelderfgoedconventie, het vaststellen en uitvoeren van beleidslijnen en strategieën om het gebied te beschermen en te behouden, en het ondersteunen van duurzame ontwikkeling en beheer.
- **Plaatselijke gemeenschappen:** streven naar een betere kwaliteit van leven met behoud van het ongeschonden karakter van en toegang tot het natuurlijk erfgoed dat staat voor hun geschiedenis en identiteit. Zij spelen een belangrijke rol als ambassadeur van de bestemming Werelderfgoed Waddenzee.
- **Toerismesector:** wil commerciële en maatschappelijke voordelen op de lange termijn realiseren en ziet in dat een intacte natuur de basis vormt voor hun.
- **NGO's:** vergroten het bewustzijn van het natuurgebied en dragen bij aan de bescherming en het beheer van het Werelderfgoed Waddenzee.

BESTUURLIJKE CONTEXT

De strategie en het actieplan zijn opgesteld door de trilaterale werkgroep voor duurzaam toerisme (TG-STs).

De leden van de TG-STs vertegenwoordigen het natuurbeheer op landelijk en regionaal niveau, toerisme- en marketingorganisaties en groene NGO's die betrokken zijn bij beheer en planning van toerisme in de bestemming Waddenzee Werelderfgoed.

The TG-STs is ingesteld in het kader van de trilaterale samenwerking voor de bescherming van de Waddenzee (www.waddensea-secretariat.org).

De uitvoering van de strategie en het actieplan wordt gecoördineerd door een trilaterale werkgroep en geïntegreerd in de bestaande structuren in de drie landen, waaronder overheidsorganen, adviesraden, toerisme en marketingorganisaties en bestaande Werelderfgoed coördinatiestructuren, en het Waddenzeeforum als onafhankelijk trilateraal stakeholderforum.

PLANNING, RAPPORTAGE EN FREQUENTIE VAN BIJENKOMSTEN

Een trilaterale werkgroep komt twee keer per jaar bijeen en is verantwoordelijk voor het toezicht op de uitvoering van de strategie en het actieplan, het toezicht op de vorderingen en het creëren van de benodigde betrokkenheid bij de uitvoering onder stakeholders.

Het werk aan de strategie en het actieplan wordt gecoördineerd door het Common Wadden Sea Secretariat (CWSS), dat alle activiteiten van de trilaterale samenwerking coördineert en faciliteert.



Volgende Stappen: Het Actieplan

Er is een actieplan om de strategie uit te voeren voor de periode 2014-17 ontwikkeld, waarin thema's, prioriteiten, tijdspaden en begrotingen zijn opgenomen.

In veel gevallen sluit het actieplan aan op bestaande en geplande activiteiten op regionale en lokale schaal. Zo ontstaan synergie en een consistente benadering voor de hele bestemming Waddenzee.

Voordat een activiteit kan worden uitgevoerd wordt in samenwerking met de betrokken stakeholders een projectplan opgesteld dat rekening houdt met wat er al is bereikt ende specifieke doelen, een werkplanning, een budget en verantwoordelijkheden beschrijft.

Waar nodig, vooral voor grotere initiatieven, wordt gestreefd naar aanvullende projectfinanciering door de deelnemende stakeholders en derden.

Het actieplan zal jaarlijks geëvalueerd en aangevuld worden als dat nodig is om zeker te stellen dat het blijft voldoen aan de doelstellingen van de strategie en de aspiraties van de stakeholders.

HOE KUNT U EEN BIJDRAGE LEVEREN?

Alle stakeholders worden uitgenodigd het actieplan te bekijken om te zien hoe zij een bijdrage kunnen leveren.

Er is een scala aan verschillende activiteiten om duurzaam toerisme tot een succes te maken. Al deze activiteiten versterken, verbeteren en beschermen de 'Uitzonderlijke Universele Waarde'.

Door uw betrokkenheid bij het actieplan uit te spreken en samen te werken, kunnen we de voordelen van duurzaam toerisme in de bestemming Waddenzee Werelderfgoed verwezenlijken.

www.waddenzee-werelderfgoed.nl
www.prowad.org





Handtekeningen



Tineke Schokker-Strampel*
Stuurgroep Waddenprovincies

Albert de Hoop*
Waddengemeenten

Eric Neef
ANWB

Hanita van der Schaaf
Beleef Friesland

Arjan Berkhuisen
Waddenvereniging

Hans-Ulrich Rösner
WWF Deutschland

* For reference to the mandate given by the Dutch Wadden Sea Provinces/Municipalities see www.waddensea-secretariat.org/trilateral-governmental-conference-2014/



Reinhard Meyer
Minister für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Technologie
Schleswig-Holstein

Robert Habeck
Minister für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume
Schleswig-Holstein

Detlef Hansen
Nationalparkverwaltung
Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer

Dieter Harrsen
Kreis Nordfriesland, Landrat und Vorsitzender des Nationalpark-Kuratoriums

Jörn Klimant
Kreis Dithmarschen, Landrat und Vorsitzender des Nationalpark-Kuratoriums

Constanze Höfinghoff
Nordsee-Tourismus-Service GmbH



Jutta Blankau
Senatorin für Stadtentwicklung und Umwelt, Freie und Hansestadt Hamburg

Olaf Lies
Niedersächsischer Minister für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr

Stefan Wenzel
Niedersächsischer Minister für Umwelt, Energie und Klimaschutz

Sven Ambrosy
Vorsitzender, Tourismusverband Nordsee e.V.

Kai-Uwe Bielefeld
Vorsitzender Nationalpark-Beirat Niedersächsisches Wattenmeer

Peter Südbek
Nationalparkverwaltung Niedersächsisches Wattenmeer



Bent Poulsen
Formand Nationalpark Vadehavet

Erik Buhl
Formand for Sydvestjysk Udviklingsforum

Marc Klinke
Die Nordsee GmbH

Colofon

UITGAVE VAN

Common Wadden Sea Secretariat,
Virchowst. 1
D-26382 Wilhelmshaven
info@waddensea-secretariat.org

TESKTSCHRIJVERS EN COÖRDINATIE

Harald Marencic and John Frederiksen

GRAFISCH ONTWERP

Creative Concern

PUBLICATIEDATUM

June 2014

Deze brochure is beschikbaar in Engels, Nederlands, Duits en Deens en te downloaden via www.prowad.org and www.waddenzee-werelderfgoed.nl

DANKBETUIGINGEN

De trilaterale Waddenzee Cooperatie dankt in het bijzonder alle externe partners bij de totstandkoming van deze Strategie.

Dhr. John Frederiksen voor het ondersteunen van de klus van de werkgroep, uitlijnen en redigeren van de strategie in nauwe samenwerking met het secretariaat, en het tot leven brengen van de strategie.

Dhr. James Rebanks en Creative Design voor hun hulp bij het op creatieve wijze overbrengen van de Strategie naar de stakeholders.

Europarc Consulting en hun collega's voor hun het samenbrengen van informatie over duurzaam toerisme op regionaal en internationaal niveau als input voor de strategie.

FOTOGRAFIE

Cover

Frederico di Campo

Page 2

Martin Stock

Page 4

Map: Gerold Lürßen (CWSS)

Page 9

(clockwise from top left) Martin Stock, Martin Stock, Beleef Friesland / Waddeneilanden

Page 10/11

Martin Stock

Page 12

(clockwise from top left) Martin Stock, Martin Stock, Klaas Kreuijjer

Page 13

(clockwise from top left) Arie van Wijngaarden, Hans-Ulrich Rösner, Martin Stock, Martin Stock

Page 14

(clockwise from top left) Martin Stock, Martin Stock, Martin Stock, Hans-Ulrich Rösner

Page 16

(clockwise from top left) Martin Stock, The Danish Nature Agency Vadehavet, Klaas Kreuijjer, Coen van der Molen

Page 18

(clockwise from top left) Hans-Ulrich Rösner, Hans-Ulrich Rösner, Martin Stock, Beleef Friesland / Waddeneilanden

Page 20

(clockwise from top left) Martin Stock, Martin Stock, Renate de Backere, Coen van der Molen, Martin Stock,

Page 22

Martin Stock,

Page 24

John Frikke

Page 27

Martin Stock

Page 29

Martin Stock

Page 31

Beleef Friesland / Waddeneilanden

Page 33

Martin Stock

Page 35

Martin Stock

Page 36

(clockwise from top left) Andreas Weise, John Frikke, Martin Stock, Coen van der Molen

Page 39

Common Wadden Sea Secretariat



European Union



The European Regional Development Fund

Contactpersonen

TRILATERALE COÖRDINATIE

Harald Marencic

Common Wadden Sea Secretariat
Virchowstr. 1
D - 26382 Wilhelmshaven
Phone: +49 (0)4421 9108-15
Fax: +49 (0)4421 9108-30
marencic@waddensea-secretariat.org

mw Elze Klinkhammer

Chairperson TG-ST5
8925 GZ Leeuwarden
Phone: +31 (0)6 520 847 35
eb.klinkhammer@gmail.com

mw Anja Domnick (PROWAD)

Common Wadden Sea Secretariat
Virchowstr. 1
D - 26382 Wilhelmshaven
Phone: +49 (0)4421 9108-24
Fax: +49 (0)4421 9108-30
domnick@waddensea-secretariat.org

NEDERLAND

mw Thea Bijma

Provincie Fryslan,
Afdeling Economie,
Recreatie en toerisme
Postbus 20120, 8900
HM Leeuwarden
Phone: +31 (0)6 5230 7643
t.a.bijma@fryslan.nl

Albert-Jan Zijlstra

Waddeneilanden-
Samenwerkingsverband VAST
Waddenpromenade 1-7,
Postbus 203, NL 8860 AE Harlingen
Phone: +31 (0)6 25387156
ajzijlstra@dewaddeneilanden.nl

Eric Neef

Koninklijke Nederlandse
Toeristenbond ANWB Postbus 46
9480 AA Vries
Phone: +31 (0) 592 580834
Fax: +31 (0)592 543888
Mobile: +31 (0)6 51358296
eneef@anwb.nl

Merk Fryslân

Heliconweg 62, 8914 AT
Postbus 699, 8901 BL Leeuwarden,
Phone: +31 (0) 58 233 0740
Fax: +31 (0) 58 233 0749
info@merkfryslan.nl

DUITSLAND

mw Barbara Engels

Bundesamt für Naturschutz (BfN)
Konstantinstr. 110
D-53179 Bonn
Phone: +49-(0)228-8491-1746
Fax: +49-(0)228-8491-1719
barbara.engels@bfm.de

DUITSLAND – SLEESWIJK-HOLSTEIN

mw Vera Knoke

Ministerium für Energiewende,
Landwirtschaft, Umwelt und ländliche
Räume des Landes Schleswig-Holstein
Mercatorstrasse 3, D - 24106 Kiel
Phone: +49 (0) 431 988 7196
Fax: +49 (0) 431 988 615 7196
vera.knoke@melurlandsh.de

mw Christiane Gädje

Landesbetrieb für Küstenschutz,
Nationalpark und Meeresschutz
Schleswig-Holstein (LKN)
Schlossgarten 1
D - 25832 Tönning
Phone: +49 (0)4861 616-35
Fax: +49 (0)4861 616-69
Christiane.Gaetje@lkn.landsh.de

mw Kerstin Schneider

Ministerium für Wirtschaft, Arbeit,
Verkehr und Technologie des Landes
Schleswig-Holstein
Tourismusreferat VII 335
Düsternbrooker Weg 94
D - 24105 Kiel
Phone: +49 (0)431-988-5148
Fax: +49 (0)431 988 617 5148
Kerstin.Schneider@wimi.landsh.de

mw Constanze Höfinghoff

Tourismus-Zentrale St. Peter-Ording
Maleens Knoll 2
D - 25826 St. Peter-Ording
Phone: +49(0)4863 999 222
Fax: +49 (0)4863 999 230
c.hoefinghoff@tz-spo.de

DUITSLAND – NEDERSAKSEN

Arndt Meyer-Vosgerau

Nationalparkverwaltung
Niedersächsisches Wattenmeer
Virchowstr. 1
D - 26382 Wilhelmshaven
Phone: 04421 911 269
arndt.meyer-vosgerau@
nlpv-wattenmeer.niedersachsen.de

mw Stephanie Rohenkohl

Amt für regionale Landesentwicklung
Weser-Ems
Theodor-Tantzen-Platz 8
D - 26122 Oldenburg
Phone: +49 (0)441 799 2395
Fax: +49 (0)441 799 6 2395
Stephanie.Rohenkohl@
arl-we.niedersachsen.de

Die Nordsee GmbH

Olympiastrasse 1
D - 26419 Schortens
Phone: +49 (0)4421-956099-0
Fax: +49 (0)4421-956099-9
marc.klinke@die-nordsee.de

DUITSLAND – HAMBURG

Klaus Janke

Freie und Hansestadt Hamburg,
Behörde für Stadtentwicklung
und Umwelt,
Neuenfelder Str. 19
D - 21109 Hamburg
Phone: +49 (0)40 42840 3392
klaus.janke@bsu.hamburg.de

DENEMARKEN

Thomas Holst-Christensen

Nationalpark Vadehavet
Sekretariatsleder
Tennisgaard, Havnebyvej 30
DK 6792 Rømø
Phone: +45 72 54 36 26
Mobile: +45 21 77 77 22
thhch@danmarksnationalparker.dk

NGOS

mw Anja Szczesinski

WWF - Germany
Hafenstraße 3
D - 25813 Husum
Phone: +49 (0)4841 6685 45
Fax: +49 (0)4841 6685 39
anja.szczesinski@wwf.de

Herman Verheij

Waddenvereniging
Droogstraat 3, Postbus 90
NL 8860 AB Harlingen
Phone: +31 (0)517 493 640
Mobile: +31 (0)6 13 54 99 64
Fax: +31 (0)517 493 601
verheij@waddenvereniging.nl





The Interreg IVB
North Sea Region
Programme



European Union



The European Regional Development Fund

De totstandkoming van de strategie voor duurzaam toerisme is medegefinancierd door het Interreg IVB Noordzee Programma