



Beleving Werelderfgoed Waddenzee

Werkplan 2016-2018



Werkplan Beleving van het Werelderfgoed 2016-2018

Aanjager en PRW

Inhoudsopgave

Inleiding.....	2
Organisatie en partners	3
Aansturing	3
Het takenpakket.....	3
1. Coördinatie	3
2. Streefbeeld en identiteit.....	4
3. Marketing	4
4. Educatie bezoekers en bewoners	4
5. Educatie professionals	5
6. Bedrijfsleven, productontwikkeling en samenwerking.....	5
7. Vervoer.....	5
8. Evenementen.....	5
9. Beleving	6
Prioriteiten 2016	6

Inleiding

De Waddenzee is sinds 2009 Werelderfgoed, een unieke status voor dit natuurgebied. Om de werkzaamheden rondom het werelderfgoed beter te coördineren en de status beter bekend te maken is in 2013 een aanjager Waddenzee werelderfgoed aangesteld. De praktijk liet zien dat veel zaken bleven liggen door een gebrek aan uitvoeringscapaciteit. In 2014 is in trilateraal verband (Nederland, Duitsland en Denemarken) de duurzaam-toerisme strategie vastgesteld. In 2014 is ook de Samenwerkingsagenda Beheer Waddenzee gestart. Het Programma naar een Rijke Waddenzee (PRW) heeft in zijn programmaplan opgenomen een impuls te willen geven aan de Werelderfgoedstatus.

Naast deze werkzaamheden is de afgelopen tijd geïnvesteerd in het tot stand brengen van een grensoverschrijdend Interreg 5A project gericht op duurzaam toerisme in het waddengebied: De Waddenagenda. De provincies Friesland en Groningen investeren samen met Duitse partners, in dit project dat de duurzaam-toerisme strategie als basis heeft. Het Interreg-project bevat maatregelen die naadloos aansluiten op het werkprogramma van de aanjager en van PRW.



Door de verschillende sporen en mensen bij elkaar te brengen ontstaat er synergie en kunnen we effectiever de duurzaam-toerisme strategie Waddenzee Werelderfgoed in Nederland vorm geven. Er is gekozen om meer capaciteit in te zetten. De capaciteit van de aanjager Waddenzee Werelderfgoed is uitgebreid, en de inzet van PRW komt erbij. De uitbreiding van de capaciteit van de aanjager wordt medegefinancierd door PRW. Daarnaast heeft de Interreg 'Waddenagenda' ook financiële en personele capaciteit om werkzaamheden uit te voeren. Gezamenlijk vormen zij het *team Waddenwerelderfgoed*. Daarnaast sluit het werk van het Actieplan Vaarrecreatie Waddenzee (AVW) goed aan bij het werelderfgoed en het is ook onderdeel is van een van de strategieën van PRW. Ook daar zoeken we synergie.

Deze activiteiten sluiten aan bij de indeling zoals die gemaakt is bij het uitvoeringsplan van de aanjager Waddenzee Werelderfgoed, gebaseerd op de Duurzaam Toerisme Strategie.

De financiering van de uitbreiding komt deels uit de reguliere uren van PRW, deels uit de inzet van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) via PRW, en deels uit extra inzet van de provincies (in eerste instantie Friesland). Met gemeenten wordt nog gesproken of zij ook een extra bijdrage willen leveren.

Het genoemde Interreg-project hoort niet tot dit werkplan, dat immers bedoeld is als beschrijving van het werk van PRW en van de aanjager. Het Interregproject is echter wat doelstellingen en uitvoeringsprojecten betreft, nauw verbonden. In het Team Waddenwerelderfgoed worden deze werkzaamheden verder afgestemd.

In trilateraal verband wordt er nog gewerkt aan een vervolg op PROWAD via het Interreg 5B programma, wat ook kansen biedt voor extra financiering van de activiteiten.

Organisatie en partners

Het team Waddenzee Werelderfgoed bestaat zoals hierboven vermeld uit de Aanjager, de inzet van Programma naar een Rijke Waddenzee en de projectleiders van de Nederlandse partners uit het Interreg-project Waddenagenda (Provincie Fryslân en Marketing Groningen). De leden van het team hebben hun geplande werkzaamheden naast elkaar gelegd en gekeken waar synergie en versterking te realiseren is. Hierbij blijven de leden van het team verantwoordelijk voor hun eigen onderdeel. Op beleidsniveau wordt het team ondersteund door een vertegenwoordiger van EZ en een vertegenwoordiger namens de provincies.

De bestuurlijke verantwoordelijkheid voor het werelderfgoed ligt primair bij de *site holder*, het ministerie van Economische Zaken. De uitvoeringspraktijk en het benutten van de status is echter vooral een verantwoordelijkheid van de regio. De uitvoering van een groot deel van de onderdelen van dit plan wordt daarom bestuurlijk getrokken door “de Trojka” bestaande uit vertegenwoordigers van het ministerie van Economische Zaken, de Provincies, de Vereniging van Waddenzeegemeenten en de Waddeneilanden. De eerste twee zijn ook medefinanciers en opdrachtgevers van PRW (via het Opdrachtgeversoverleg Beheer Waddenzee, OBW). De Trojka komt twee keer per jaar bij elkaar om de voortgang te bespreken en te prioriteren. Ze wordt ondersteund door een ambtelijke vertegenwoordiging van alle partijen. Dit werkplan wordt vastgesteld door zowel de trojka (anjager) als door het OBW (de opdrachtgever van PRW). Door vaststelling in het OBW neemt het draagvlak, en de kennis over het plan nog verder toe aangezien daar ook andere partijen (partners) aan tafel zitten.

In de praktijk zal veel werk uitgevoerd worden door partners. De rol van de aanjager en van PRW is met name coördineren, stimuleren, faciliteren en kwaliteitscontrole. Daarnaast voeren we uiteraard zelf ook zaken uit. Waar nodig zal ook een beroep gedaan worden op externe partijen om specifieke kwaliteiten binnen te halen. Partners die zaken uitvoeren zijn bijvoorbeeld de marketingorganisaties, de Waddencentra of ondernemers. De uiteindelijke inzet van deze partners wordt gedurende de uitvoering inzichtelijk gemaakt.

Aansturing

Deze werkzaamheden worden zoals beschreven aangestuurd door de Trojka (ministerie EZ, gedeputeerde, vaste wal gemeenten en eilandgemeenten) en door het Opdrachtgeverscollectief Beheer Waddenzee (OBW) dat opdrachtgever is van PRW. De uitvoerders leggen verantwoording af aan beide instituten.

Het takenpakket

Om het werk behapbaar te maken en meer resultaatgericht, is er op basis van de duurzaam-toerisme strategie gekozen voor een aantal taken. In de praktijk zijn die niet altijd te scheiden, dus soms zijn er projecten die formeel onder één taakpakket vallen die een significante bijdrage leveren aan andere takenpakketten. Hieronder volgt een korte beschrijving van de takenpakketten. We zijn hierbij uitgegaan van de beschikbare capaciteit die vrijgemaakt wordt binnen PRW, de huidige capaciteit van de aanjager en de uitbreiding van de aanjager naar 1 FTE. De verwachting dat met deze bezetting (aangevuld met de inzet uit de “Waddenagenda”) de duurzaam-toerisme strategie in Nederland goed kan worden uitgevoerd. Bij enkele hier beschreven activiteiten speelt de Waddenagenda de belangrijkste rol. Toch zijn die hier beschreven omdat de aanjager en PRW daar faciliterend en coördinerend werk doen.

1. Coördinatie

Hierbij is het belangrijkste dat er een centraal punt is waar bekend is wat er gebeurt rondom het werelderfgoed en versterking van de belevingsmogelijkheden: het focus punt voor Nederland. Totaal is hiervoor 0,6 fte beschikbaar, 0,5 gefinancierd vanuit de Trojka en 0,1 vanuit PRW via trekkingsrechten bij de RVO. Dit laatste gaat om een praktisch ondersteuner. Globaal bestaan de

werkzaamheden uit zorgen voor een aanspreekpunt, inbreng is diverse platforms, trilaterale samenwerking, aanspreekpunt en onderlinge communicatie. Zie de tabel in de bijlage.

2. Streefbeeld en identiteit

Naast de bijzondere natuur en het landschap kenmerkt het Waddengebied zich door een eigen identiteit. Die identiteit wordt door ondernemers en bewoners genoemd als een belangrijke drijfveer in hun activiteiten. Al het werk aan een betere beleving van het gebied moet daarop aansluiten en daar gebruik van maken. De verwachting is dat door een beroep te doen op de identiteit van de betrokkenen ook meer verbinding ontstaat tussen de ondernemers, hun aanbod en hun bezoekers. Ondernemers vragen om een zorgvuldige formulering van een streefbeeld waarin de streek zich herkent. Daarmee weten ze waarom en waartoe dit werk gedaan wordt.



In de loop van de marketing en productontwikkeling komt de vraag naar dit streefbeeld aan de orde. Gerichtte actie hierop, in aansluiting op de (internationaal) ontwikkelde branding zal de betrokkenheid van bewoners en ondernemers vergroten. De beschikbare tijd hiervoor is ongeveer 0,2 fte bij PRW die benut wordt om samen met de regio en de sector de identiteit te beschrijven en het streefbeeld te formuleren. Zie de tabel in de bijlage.

3. Marketing

De marketing van Waddenzee Werelderfgoed is een primair een verantwoordelijkheid van de marketingorganisaties maar het is ook de verantwoordelijkheid van alle betrokken partijen. Het jaar 2016 wordt vooral gebruikt om voor ons zelf en het Waddenfonds de visie op vermarkting- en de positionering van de Waddenzee te ontwikkelen. Voor deze visie is het CWSS aan de slag. Enkele professionele bureaus hebben de opdracht het merk 'Waddenzee Werelderfgoed' te laden met passende begrippen. Deze 'branding' wordt nationaal en regionaal bruikbaar. Een sociale media campagne is hier onderdeel van.

Op basis van die Visie en in het verlengde van de branding werken we aan uitwerking van de marketingplannen, deelname aan beurzen en ondersteuning bij de Waddenfilm. Onze rol is vooral het stimuleren van gezamenlijke marketing en internationale afstemming. Hiervoor is totaal ca 0,2 fte beschikbaar (aanjager en PRW). Voor de uitvoering zijn we vooral afhankelijk van de Waddenagenda en de marketingorganisaties.

4. Educatie bezoekers en bewoners

De kern van de duurzaam toerisme strategie is om bewoners, ondernemers en bezoekers ambassadeurs te laten worden van Waddenzee Werelderfgoed. Trots op het gebied en de voordelen ervan inzien leiden tot meer draagvlak voor bescherming en duurzame benutting.

Het zichtbaar maken van het Werelderfgoed is een grote uitdaging. Het is iets waarvoor alle partijen in het Waddengebied nodig zijn. Het gaat hier om plaatsen van borden, zuilen en andere landmarks. Maar ook om het geven van lezingen, het verhaal vertellen in de bezoekerscentra (werelderfgoedcentra) en het produceren van nieuwe materialen (folders, magazine, beelden, etc.)

Veel van de ondernemers, bezoekerscentra en natuurorganisaties vertellen het verhaal al, bijvoorbeeld tijdens de georganiseerde excursies. Het is zaak om de ervaringen hiermee uit te wisselen en de verhalen over het Werelderfgoed op elkaar af te stemmen. Daarvoor onderzoeken we de mogelijkheden van verdere samenwerking. Uiteindelijk willen we ook graag een aantal

werelderfgoedcentra hebben, we gaan samen met de sector kijken aan welke eisen een dergelijk centrum moet voldoen. De ervaringen in Duitsland en Denemarken worden hierbij betrokken. Denk hierbij bijvoorbeeld aan een concreet verzoek van RWS over de Betonningsloods op Terschelling.

Aanwezigheid tijdens evenementen is ook een manier om het verhaal te vertellen. Naast hands-on activiteiten willen we partners faciliteren om hier invulling aan te geven. Voor deze werkzaamheden is ongeveer 0,1 fte beschikbaar, zo mogelijk uit te bereiden tot 0,3. Daarnaast is een stagiaire aangesteld die een inventarisatie maakt van de bestaande (digitale) aandacht is van verschillende partijen voor Waddenzee Werelderfgoed en wat daarin beter kan.

5. Educatie professionals

Binnen dit deelonderwerp gaat het er vooral om de professionals te stimuleren het verhaal van het werelderfgoed mee te nemen in hun presentaties en hen te faciliteren om het juiste verhaal te vertellen. Het gaat dan om ondernemers, VVV's, hun personeel etc. We willen dit doen via presentaties en via de toolbox. Een groot deel van deze activiteiten valt binnen het Interreg-project "Waddenagenda". Producten die binnen dit project ontwikkeld worden gebruiken we ook in andere regio's. Voor deze werkzaamheden is 0,1 tot 0,3 fte beschikbaar.

6. Bedrijfsleven, productontwikkeling en samenwerking

Iedereen ziet het werelderfgoed als een kans. In de praktijk blijkt het moeilijk om een werelderfgoedproduct te ontwikkelen en in de markt te zetten, samen met PRW gaan we hiermee aan de slag. Uiteindelijk willen we graag ook echte werelderfgoedondernemers hebben (analoog aan de Duitse Nationalpark partners). Samen met KMKV (Stichting Keurmerk Milieu, Veiligheid en Kwaliteit) gaan we onder meer kijken naar manieren om meer gecertificeerde ondernemers in het Waddengebied te krijgen. Daarnaast willen we met hulp van de RVO aan de slag met ondernemers, wat is hun belang? Wat hebben zij nodig? Het gaat dan om vraagarticulatie en het gezamenlijk uitwerken van concepten. Binnen het project Waddenagenda ligt de focus op het samen met de regionale toeristische aanjagers en ondernemers ontwikkelen van een arrangementen handboek. Met het handboek krijgen de ondernemers een leidraad met alle elementen van een goed Waddenwerelderfgoed arrangement. Daarnaast zullen activiteiten georganiseerd worden om de samenwerking daadwerkelijk tot stand te brengen. Waddenzee werelderfgoed zou een onderdeel moeten worden van de marketing van het bedrijf.

Voor dit werk is in elk geval 0,3 fte beschikbaar, mogelijk uit te breiden tot 0,6.

7. Vervoer

Het vervoer in de Waddenregio is in handen van enkele grote partijen, de komende tijd zal de dialoog gestart worden met zowel de vervoerders als met de concessieverleners om te komen tot een vergroening van het vervoer naar- en in het Waddengebied. De uitvoering zal voornamelijk liggen bij de provincies. Daarnaast stimuleren we ondernemers die iets met het werelderfgoed willen om hun vervoer te vergroenen. De aanjager zal hier lichte inzet leveren.



8. Evenementen

De laatste jaren zijn er enkele evenementen geweest speciaal gericht op het werelderfgoed, deze zijn nog geen groot succes. De redenen hiervoor zijn enerzijds dat het tijd nodig heeft en anderzijds dat er capaciteit op moeten worden gezet om het tot een succes te maken. De Trilaterale ministerconferentie is een mooi moment om het werelderfgoed in het zonnetje te zetten. We gaan op zoek naar een aantal echte nieuwe evenementen die Waddenzee Werelderfgoed goed op de kaart kunnen zetten, niet alleen bij de nichemarkten maar ook bij het grote publiek.

We zullen onderzoeken of een groot evenement (bv. Werelderfgoed Waddendag, hardloophwedstrijd, bouwfestival) een goede manier is om ondernemers en bevolking breder en intensiever bij het Werelderfgoed te betrekken.

9. Beleving

Eigenlijk vinden er al zeer veel activiteiten plaats in het werelderfgoed maar voor de consument zijn ze lastig te vinden en nog moeilijker te boeken. Veelal zijn het algemene waddenactiviteiten en wordt er nog weinig aandacht aan het werelderfgoed geschonken. Samen met betrokken partijen gaan we ons richten op inhoud en een betere ontsluiting, het toekomstige Project PROWAD link zal hierin een belangrijke rol gaan spelen.

We zullen naar bevind van zaken onderwerpen aanpakken voor zover de tijd het toelaat.

Prioriteiten 2016

In 2016 ligt de focus op:

1. Zichtbaarheid van het Werelderfgoed Waddenzee vergroten door het stimuleren van samenwerking tussen de bezoekerscentra.
2. Marketing, productontwikkeling en educatie van professionals stimuleren door het ontwikkelen van een netwerk van ondernemers en andere aanbieders.
3. Aansprekend groot evenement organiseren (bv Werelderfgoed Waddenzeedag)
4. Zoeken van synergie met het Actieplan Vaarrecreatie Waddenzee.
5. Aansluiting creëren tussen LWD2018 en beleving van het Waddengebied.
6. Belevingskaart Hotspots Waddengebied maken.
7. Businesscase ontwikkelen voor donkerte in het Waddengebied (Dark Sky Park)
8. Verkennen mogelijkheden van de Betonningsloods Terschelling.

Zie hiervoor ook de bijlage met concrete werkzaamheden.

Bijlage: Concrete werkzaamheden

De nummering verwijst naar de paragrafen in het werkplan. De initialen vermeld bij activiteiten, zijn SdH: Sjon de Haan aanjager, TH: Taco van den Heiligenberg van PRW, KU: Kim Uittenbosch van het Actieplan vaarrecreatie Waddenzee, HV: Hendrikus Venema van PRW.

	Werkzaamheden	wie
1.1	Aanspreekpunt voor iedereen die iets met Waddenzee Werelderfgoed wil doen Geen speciale actie vereist	SdH/TH
1.2	Distributie van materialen (folders, publicaties, vlaggen). Distributie loopt gewoon door. Het wordt wel méér.	SdH
1.3	Sociale media kanalen beheren Verbeterplan, mogelijk plan door stagiaire PRW laten ontwikkelen	SH TH
1.4	Participeren Werelderfgoed.nl (marketing en educatie).samenwerken met de andere Nederlandse Werelderfgoederen Ontwikkelplan door stagiaire PRW?	SdH TH
1.5	Meedenken met initiatieven in relatie tot Waddenzee werelderfgoed. Ad hoc. O.a. Trekfestival, WaddenZee.nl, Sense of Place.	SdH/TH
1.6	Leveren Nederlandse input in trilaterale deelprojecten.	SdH
1.7	Deelname Taskgroup Sustainable tourism	SdH
1.8	Loketfunctie logogebruik voor Nederland. Prioriteit voor 2016. Criteria afmaken (SdH ism Bernard Baerends / Albert Ettema), instructie voor aanvragers, back-office organiseren, bekendmaken, uitvoeren. Tzt onderbrengen bij Waddenzee-marketing.	SdH, jan 2016
1.9	Deelnemen en mee voorbereiden Kerngroep Waddenzee Werelderfgoed Team: Monique, Sjon, Taco, Michel. Team is voor afstemming van de uitvoering. Kerngroep: team + Thea, Albert, Eric Neef, Herman Verheij, Landal Greenparks, Quirinus Schouten, Jan van der Velde. Kerngroep bereidt trilaterale Taskgroup voor.	SdH/TH
1.10	Verkennen samenwerking AVW en team Werelderfgoed (zowel team werelderfgoed als AVW zijn onderdeel strategie 8 van PRW) Prioriteit	SdH/TH/KU

	Werkzaamheden	
2.1	Betreft <i>welke</i> beleving willen we? Dit komt later aan de orde.	TH
2.2	Betreft: hoe brengen we de ondernemers en hun organisaties bij elkaar? Gaat ook om eigendom van het merk. Prioriteit 2016 . Eerste actie: uitnodigen Juke van Nieuwkerk (Waterliniebreed ondernemen). Zie ook 6.6, het is ook belangrijk onderdeel van nieuwe inttereg aanvraag.	TH

	Werkzaamheden	
3.1	Organiseren van marketing inspanningen. Discussiestuk (structuur, inhoud, financiering) voor provincies, marketingorganisaties. Jan 2016	SdH
3.2	Opstellen en uitvoeren van marketingplan afhankelijk van vorige punt	SdH
3.3	Deelname aan vakantiebeurs en ITB-Berlijn	SdH
3.4	Ondersteunen Werelderfgoed Campaign (trilateraal) afhankelijk van het eerste punt, zou geïntegreerd moeten worden in de gezamenlijke marketing.	SdH
3.5	Waddenfilm, meedenken en faciliteren.	SdH / TH
3.6	Vermarktning Werelderfgoed Nederland. Hoe kunnen we in het Waddengebied ons deel doen van de gezamenlijke marketing	SdH

	Werkzaamheden	
4.1	Criteria voor Werelderfgoedcentra vastgesteld in Kerngroep? Feb 16	SdH
4.2	Faciliteren samenwerking bezoekerscentra en stimuleren ontwikkeling werelderfgoedcentra. Prioriteit	SdH/TH
4.3	Betonningsloods Terschelling, Bezoekerscentrum verkenning voor RWS Prioriteit	TH
4.3	Borden langs de snelweg plaatsen Mrt 16 Prioriteit	SdH
4.4	Borden bij betreden Werelderfgoed (havens) Mei 16	SdH
4.5	Medio 2016 is het Uitvoeringsplan voor Actie 1 <i>Sensibilisering</i> (van het Interregprogramma Waddenagenda) gereed. De inhoud staat dan ook vast.	SdH/TH
4.6	Internet-inventarisatie: zie 6.1	
4.7	Ontwikkelen gezamenlijke uitstraling Gidsen werelderfgoed met als basis werelderfgoedlogo, Mei 16	SdH

	Werkzaamheden	
5.1	Ontwikkelen workshop voor gidsen en baliemedewerkers. Apr 16	SdH
5.2	Uitvoeren workshops gidsen en baliemedewerkers . Vanaf Mei 16	SdH
5.3	Ontwikkelen Webinars voor gidsen en baliemedewerkers. Okt16	SdH
5.4	Ontwikkelen en uitvoeren inhouse coaching (tot 2018)	SdH
5.5	Gastheerschap cursus ontwikkelen. Jun 16	SH

	Werkzaamheden	
6.1	Internet-inventarisatie: verzamelen, analyse en advies over de internet-aanpak van (marketing van) de beleving. Stagiaire PRW	TH
6.2	Faciliteren van de regionale marketing- en toerismebureaus (RMT's): 'beleefkaarten' voor de verschillende regio's. Prioriteit	TH
6.3	Verder uitwerken ondersteuning en samenwerking van RMT's. Prioriteit	TH
6.4	Hotspot kaart Waddenzee Werelderfgoed ontwikkelen, digitaal hotspots beleving waddenzee werelderfgoed Prioriteit	TH
6.5	Ondernemersexkursie Duitsland: financiering mogelijk via Interreg, uitvoering stagiaire SdH. Prioriteit	SdH
6.6	Excursies voor ondernemers/bewoners	SdH/TH
6.7	Werelderfgoed-Ondernemers-netwerk ontwikkelen (opdracht aan RVO om businesscase ondernemersplatform uit te werken) Prioriteit	TH

	Werkzaamheden	
7.1	Elektrisch busvervoer op de eilanden is geregeld (Arriva). Publicitair benutten, in de loop van 2016/2017	SdH/TH
7.2	Overleg plannen met provincies over duurzaam vervoer, ambities Dec 2017	SdH

	Werkzaamheden	
8.1	Trekfestival (bijdragen aan één locatie) apr 16	SdH/TH
8.2	Werelderfgoedweekend, zelf de evenementen rond de WZ organiseren sept 16	SdH/TH
8.3	Werelderfgoed waddenzeedag (zie Waddenagenda Interreg en campaign). Plan maken in 2016	SdH/TH
8.4	Onderzoekje naar beste promotiemogelijkheden op de verschillende gerelateerde evenementen. Stagiaire. Mrt 2016	SdH
8.5	Werelderfgoedevenement organiseren om bewoners en ondernemers trots te laten worden op Werelderfgoed Waddenzee (uitbesteden) Prioriteit	SdH/TH

PROGRAMMA NAAR EEN
RIJKE WADDENZEE



Zuidersingel 3
8911 AV Leeuwarden

info@rijkwaddenzee.nl
www.rijkwaddenzee.nl