Kansen voor het Waddengebied,

mogelijkheden met het Waddenfonds

Verslag van de resultaten van het RCW-project Samen werken aan Waddenland

Voorjaar 2012

Ministerie van Economische Zaken,
Landbouw en Innovatie

Colofon

Kansen voor het Waddengebied, mogelijkheden voor het Waddenfonds
geeft een verslag van de resultaten van het project
'Samen werken aan Waddenland', dat is uitgevoerd
in opdracht van het Regiecollege Waddengebied (RCW),
gefinancierd door het Ministerie van Economische Zaken,
Landbouw en Innovatie (EL&I),
en uitgevoerd door Dré van Marrewijk, Bureau Tijdlijn,
in samenwerking met Liesbeth Meijer (RCW) en Albert Ettema (EL&I).

Tekst:
Liesbeth Meijer en Dré van Marrewijk

Foto's:
Ane van Rees, Niek den Hartog, Liesbeth Meijer en Dré van Marrewijk

Groningen/Leeuwarden, 2012

Inhoud

5 Samen werken aan Waddenland

6 Identiteit, product en marketing

7 Kennis, verhalen en ontsluiting

8 Benutten, beleven en beheren

9 Conclusie

Bijlagen

11 Verslagen van de bijeenkomsten

24 Lancewad en LancewadPlan

25 Meer weten?

Samen werken aan Waddenland

In 2011 is het Regiecollege Waddengebied gestart met het project Samen werken aan Waddenland om de aanbevelingen van de trilaterale projecten Lancewad en Lancewadplan te concretiseren. In Lancewad en Lancewadplan lag het accent op het in beeld brengen, benutten en beleefbaar maken van de landschappelijke, cultuurhistorische en archeologische waarden in het waddengebied.

Het landschap en het cultureel erfgoed van het trilaterale Waddengebied verbindt de eilanden, de Waddenzee en het vasteland, het verbindt Nederland met Duitsland en Denemarken, en het verbindt de belevingskwaliteit met de toeristisch-recreatieve benutting van het gebied.

Met **Samen werken aan Waddenland** wilden we een stap verder gaan en concreter worden. Het project was gericht op het uitwisselen van projectideeën en het verbinden en bij elkaar brengen van initiatiefnemers. Hiervoor is een drietal thematische bijeenkomsten georganiseerd in Den Helder, Franeker en Groningen. Onderwerpen waren:

- Gebiedsidentiteit en toerisme,
- Het verhaal van de Wadden; de Waddenzee als verbinder van eilanders en kustbewoners, en
- Terpen en wierdenlandschap in ontwikkeling.

Elke bijeenkomst werd afgesloten met conclusies, gericht op het thema van die dag. Verslagen en presentaties van iedere bijeenkomst zijn via *www.waddenzee.nl* beschikbaar gesteld en in deze notitie als bijlagen opgenomen.

De bijeenkomsten hebben de deelnemers nieuwe inzichten en impulsen gegeven, direct betrokkenen verbonden, draagvlak voor projecten gegenereerd en wetenschap en praktijk bijeen gebracht. Dwars door alle thema's heen liepen een aantal rode, of moeten we in dit verband zeggen 'blauwgroene' draden, die van belang zijn voor het omzetten van kansen in mogelijkheden. Kansen voor het werelderfgoed Waddenzee, voor recreatie en toerisme en voor het landschap en cultureel erfgoed in het gebied. Maar bovenal kansen voor de bewoners en de bezoekers van het gebied.

Deze notitie doet verslag van de 'lessen' die uit **Samen werken aan Waddenland** kunnen worden getrokken. Het zijn lessen om op voort te bouwen, omdat ze ingaan op identiteit en beleving van het waddengebied, op hoe landschap, erfgoed en gebiedsidentiteit kunnen worden verknoopt met toeristisch-recreatieve strategieën en hoe een uniek toeristisch product kan worden ontwikkeld dat een werelderfgoed waardig is. En omdat wij van mening zijn dat deze lessen bruikbaar zijn bij het realiseren van de doelen van het Waddenfonds binnen het thema 'Werelderfgoed, toerisme, recreatie, landschap en cultuurhistorie'. De blauwgroene draden die in de bijeenkomsten werden herkend, zijn hierna verder uitgewerkt.

Identiteit, product en marketing

De Waddenzee, de eilanden en de kust hebben een onlosmakelijke relatie met elkaar. Er is een gezamenlijke verhaal van het waddengebied, een gedeelde identiteit. De bewogen geschiedenis van het gebied is nog altijd goed leesbaar in het landschap en vormt daarmee de basis van de identiteit van het gebied en verbindt het werelderfgoed Waddenzee met zijn omgeving en met zijn toekomst.
Gelijktijdig hebben de verschillende regio's elk iets eigens te bieden, een eigen identiteit. Ieder eiland heeft zijn eigen karakter, Wieringen is anders dan het terpen- en wierdengebied, De Dollard anders dan het Bildt of de Kop van Noord-Holland.
De identiteit van het waddengebied is een uitstekende basis voor de externe marketing. Daarbij kan de werelderfgoedstatus van de Waddenzee goed worden benut als paraplu voor de marketing van het gebied als geheel. Regio's kunnen onder die paraplu hun eigen gezicht tonen, hun eigen, specifieke bijzonderheid, en het onthaal van de gasten organiseren. Betrokkenen kunnen eenduidig één gezamenlijke strategie voor de promotie van het waddengebied ondersteunen. Ook is afstemming met de trilaterale toerismestrategie noodzakelijk. Door een tiental "iconen" of "must see's" van Werelderfgoed Waddenzee te benoemen, is de toerist te verleiden om naar het gebied te komen en het in al zijn diversiteit te verkennen. Deze aanpak betekent dat niet iedere terp en iedere streek genoemd kan worden, maar wel dat de verwondering voor en de verleiding van het één tot *spin off* voor de ander kan leiden. Het toeristisch aanbod moet daartoe worden geënt op de identiteit van het gebied als geheel en van de verschillende regio's. Initiatieven van onderop moeten worden onderkend en bevorderd, om geleidelijk aan te bouwen aan een breed en divers toeristisch aanbod.

Aanbeveling
Om de landschappelijke en cultuurhistorische identiteit en het verhaal van de regio's als basis voor gebieds- en productontwikkeling (T&R-aanbod en -marketing) te gebruiken, zijn investeringen nodig in:

- *bewustwording van de kwaliteiten van het gebied (benoemen eigen specifieke en onderscheidende identiteit), creëren draagvlak en samenwerking, organiseren afstemming op 'hogere' doel. Bijvoorbeeld zoals in Noordwest Fryslân is gedaan met de methode Waddenland van Overvloed,*
- *concrete, gebiedseigen productontwikkeling, zoals de goudomrande belevingen van Waddengoud,*
- *de instandhouding van landschap en cultureel erfgoed voor het behoud en de verdere versterking van de gebiedsidentiteit .*

Kennis, verhalen en ontsluiting

Een van de kenmerken van het waddengebied is de verbondenheid met de zee en het maritieme verleden. Die verbondenheid vind je uiteraard op de eilanden, aan de kust en op het wad, maar soms ook nog op plekken die nu ver van zee en waterwegen lijken af te liggen. Het waddengebied is altijd in beweging. Geulen ontstonden en verzandden; duinen, kwelders, eilanden en dorpen zijn ontstaan, maar zijn ook weer verdwenen. Schepen bevoeren de zeeën en binnenwateren, maar vele vergingen op de rede van Texel. Het maritieme verleden hangt samen met die dynamiek en is afleesbaar en zichtbaar aan de wal (vuurtorens, havens, bakens, schepen), maar vaak ook onzichtbaar in het zand.

Het onderwerp van het maritieme verleden is springlevend en er wordt veel onderzoek naar gedaan, door professionele, wetenschappelijke onderzoekers en door enthousiaste en vaak zeer deskundige vrijwilligers. Belangrijk zijn de initiatieven om over het verre en recente maritieme verleden aan bewoners en bezoekers te verhalen.

Door samenwerking van verschillende deskundigen wordt het verleden ontrafeld. Het vergt vervolgens inzet van communicatiedeskundigen en geboren verhalenvertellers om deze geschiedenissen aan het publiek te vertellen en beleefbaar te maken, in theatervorm, als publicatie of via exposities. Het slaan van de brug tussen wetenschap en publiek is belangrijk om het verhaal van de wadden over te brengen, te laten lezen en beleven, en door te geven aan de volgende generaties. Maritiem erfgoed en het maritieme landschap hebben veel te bieden voor het toerisme en geven extra kleur aan de Waddenzee als werelderfgoed. Het in stand houden en verder vergroten van de leesbaarheid van het verleden in het landschap aan de hand van concrete herkenningspunten is met moderne technieken te bevorderen. Ook voor de bewoners, voor wie zij onderdeel zijn van hun persoonlijke gebiedsidentiteit.

Aanbeveling
Om de identiteit van de Waddenzee te verbinden met de eilanden en de vaste wal en het waddengebied als één geheel, als een samenhangend ensemble te belichten en te beleven, moeten kennis en verhalen over die onderlinge verbondenheid doelgericht vergaard en ontsloten worden. Er moet geïnvesteerd worden in:

- *verdiepen van de kennis van het maritieme verleden, bij voorkeur in trilateraal Waddenzeeverband,*
- *het blijven verzamelen van verhalen en (recente)herinneringen over het maritieme verleden (visserij, walvisvaart, koopvaardij, reddingswezen, veerdiensten, etc.),*
- *resultaten van onderzoek ontsluiten en in de context van de gehele Waddenregio plaatsen, zoals bijvoorbeeld is gedaan met de wrakkenkaart van de rede van Texel. Maar ook persoonlijke verhalen doorgeven en omzetten in aantrekkelijke evenementen. Bijvoorbeeld zoals gebeurt in het kader van Oneindig Noord-Holland, of hoe de verdronken dorpen in de Dollard letterlijk zijn belicht in het Dollard-event in 2011.*

Benutten, beleven en beheren

Aan het terpen- en wierdenlandschap van het waddenkustgebied laat de vroegste bewonings- en ontginningsgeschiedenis van het landschap zich nog goed lezen. Het strekt zich langs de gehele internationale waddenkust uit. Van de duizenden terpen, wierden, wurten en warften die het gebied ooit rijk was, zijn er nu nog een paar honderd over. Zij zijn een rijke bron van cultuurhistorische informatie.

Dit gebied heeft een geheel eigen verhaal en heel bijzondere belevingsmogelijkheden. De cultuurhistorie van het gebied kan ook inspiratie bieden voor het vormgeven van de toekomst, zoals Lancewadplan zichtbaar heeft gemaakt (*zie de voorbeeldprojecten 'Dorpsontwikkelingsplan Den Hoorn' of 'Landschapsontwikkelingsplan Fivel' op www.lancewadplan.nl*). Een toekomst waarin de lijnen uit het verleden doorlopen. Waar de bewoners de bijzondere waarden van eigen omgeving kennen en uitdragen naar de bezoekers. Dat vergt behoud, beheer en ontwikkeling van landschap en cultuurhistorisch erfgoed in samenhang. Onderzoek en herstel enerzijds en draagvlak, betrokkenheid en beleving anderzijds zijn met elkaar te verbinden. Via de archeologische en erfgoedsteunpunten werken vrijwilligers al samen in een netwerk van ambassadeurs van landschap en cultureel erfgoed. Die vormen ook de verbinding met de eigen inwoners.

Onderzoek ter plekke biedt inspiratie en kan die ambassadeursrol ondersteunen. Bouwen aan goodwill en betrokkenheid in de regio vraagt ook om projecten gericht op de toekomst van de regio samen met de inwoners. Die actieve participatie is ook aantrekkelijk voor toeristen: er gebeurt iets in het landschap, het is meer dan een plaatje!

Aanbeveling
Om de ontwikkelingsgeschiedenis van het kustlandschap als bron van inspiratie te benutten voor de ruimtelijke ontwikkeling van de toekomst en landschap en cultuurhistorie ook in de toekomst te kunnen beleven, zullen we de erfenis van het verleden moeten doorgeven. Het verhaal van het terpen- en wierdenlandschap hoort thuis in de gemeenschappelijke herinnering. Daarvoor zijn investeringen nodig in:

- *archeologisch onderzoek naar de specifieke ontwikkeling van het terpen- en wierdenlandschap,*
- *ontsluiting van deze erfenis voor bewoners en bezoekers. Bijvoorbeeld door de actief samenwerkende archeologische en erfgoedsteunpunten in Groningen en Fryslân (!) en, in samenwerking met bezoekerscentra en de recreatiebranche, landschappelijk herstel en ontwikkeling van de terpen en wierden, waardoor de afleesbaarheid en de belevingswaarde worden vergroot, zoals in Groningen bij de wierden van Englum en Krassum is gedaan.*
- *beheer en (planologische) bescherming van het landschap en cultureel erfgoed als deel van het internationale waddengebied en als de omlijsting van het werelderfgoed de Waddenzee.*

Conclusie

Het landschap en cultureel erfgoed van het waddengebied zijn onderdeel van de identiteit van het waddengebied en waardevolle schatkamers. Ze bieden inspiratie voor ruimtelijke ontwikkelingen en voor recreatieve belevenissen. Het zijn geen statische bezittingen, ze zijn continu in ontwikkeling. Ze vormen de schakels naar het verleden en naar de toekomst en ze verenigen natuur en cultuur.

Het zijn ook schakels naar het Duitse en het Deense deel van het waddengebied. Een trilaterale erfenis die uitnodigt om gezamenlijk de eenheid in verscheidenheid te ontdekken. In het project Lancwadplan zijn instrumenten ontwikkeld om deze erfenis in samenhang te beschermen en te benutten (zie bijgevoegde brochure).

Een **Waddenfonds**programma waarin verschillende projecten in samenhang bijdragen aan het realiseren van kansen voor het Werelderfgoed Waddenzee, voor recreatie en toerisme en voor landschap en cultureel erfgoed is, gezien de relaties tussen deze onderwerpen, voor de hand liggend. Daarbij is een koppeling met de trilaterale acties op het gebied van maritiem erfgoed, duurzaam toerisme strategie en cultureel erfgoed aan te bevelen. Niet elk project hoeft aan elk doel evenredig bij te dragen, maar de verbondenheid moet wel tot uiting komen.
Er zijn diverse projectvoorstellen die in een dergelijk programma passen Tijdens de bijeenkomsten zijn deze uitgewisseld en besproken. Knelpunten om tot uitvoering en bloei te komen, liggen soms op gebied van voldoende partners, soms in de sfeer van middelen, soms in het nog niet over de eigen grenzen heen kunnen of durven stappen. Maar **i**nitiatiefnemers zien het belang van draagvlak bij en betrokkenheid van bewoners, zijn bereid tot samenwerking en het delen van kennis. Landschap en cultureel erfgoed bleken steeds een onuitputtelijke bron van inspiratie.

Verslagen van de bijeenkomsten

1. Gebiedsidentiteit en Toerisme

Franeker, 26 oktober2011.

De eerste van drie inspiratiebijeenkomsten t.b.v. het uitwerken van de opgaven landschap en cultuurhistorie van het RCW, onder de titel “Samen werken aan Waddenland “.

Doel van de bijeenkomst was om vanuit de verschillende delen van het waddenkustgebied kennis te delen over de ontwikkeling van toerisme op basis van eigen identiteit en om samenwerkingsmogelijkheden te verkennen. Wat vinden de bewoners en ondernemers de essentie van hun regio, hoe is samenwerking van verschillende ondernemers vorm te geven en hoe kun je het verhaal over het cultureel erfgoed van een gebied toegankelijk maken? En hoe kun je mensen van buiten het gebied tot een bezoek verleiden

Deelnemers uit het hele Nederlandse waddenkustgebied, van rijk, provincies, plattelands- en Leaderprojectbureaus, landschapsbeheer, VVV's, marketing, toerisme-belangenbehartiging, ondernemers, communicatie- en onderzoekswerkvelden

Organisatie: Regiecollege Waddengebied i.s.m plattelandsprojecten NW Fryslân. Gespreksleider: Dré van Marrewijk *(Bureau Tijdlijn)*.

Samenvatting

De Waddenzee, de eilanden en de kust hebben een onlosmakelijke relatie met elkaar. Er is ook één gezamenlijke verhaal van het waddengebied, één gedeelde identiteit. Gelijktijdig hebben de verschillende regio’s elk iets eigens te bieden. Kortom: eenheid in verscheidenheid. Deze identiteit van de waddenregio moet de basis zijn voor de marketing. Daarbij moet de werelderfgoedstatus van de Waddenzee worden benut als paraplu voor de marketing van het gebied als geheel. Regio’s kunnen onder die paraplu hun eigen gezicht tonen en het onthaal van de gasten organiseren. Samenwerking tussen regio’s is nuttig en nodig, juist om ieders eigenheid te kunnen presenteren. Daarbij is het van het grootste belang dat alle betrokken overheden eenduidig één gezamenlijke strategie voor de promotie van het waddengebied ondersteunen en dat initiatieven van onderop worden onderkent en bevorderd, om geleidelijk aan te bouwen aan een breed en divers toeristisch aanbod. Ook afstemming met de trilaterale toerismestrategie is daarbij onvermijdelijk.

Verslag

Als eerste stap in het delen van kennis en benaderingen presenteren de regio's NW Fryslân, het Hoogeland en Noord-Holland hun aanpak van

gebiedsidentiteit en toerisme. Vervolgens geeft Fryslan Marketing als trekker van het project “Beleef het Waddengebied” condities en kansen voor marketing van het gebied. Dit project wordt samen met de marketingorganisaties van Groningen en Noord-Holland uitgevoerd. Een tweede stap is het uitdiepen van een aantal punten en gezamenlijke actiepunten identificeren.

Waddenland van Overvloed

Het plattelandsprojectbureau NW Fryslân gebruikte de ”interpretationmethode” om samen met bewoners en ondernemers van de regio de essentie van hun gebied te ontrafelen. Op basis van die essentie zijn hoogtepunten benoemd. Die kunnen vervolgens door de ondernemers in sleutelervaringen omgezet worden. Ervaringen die inspelen op de verschillende fasen van bezoek van de regio. Deze essentie, “rijk en weids Waddenland, opgeslibt uit zee, door eigenzinnige mensen gecultiveerd” is de basis en bron voor toeristische productontwikkeling en marketing in deze regio voor de komende periode. Deze methode en zoektocht naar de essentie van het gebied kan een brug slaan tussen de regionale ontwikkelingswensen en de aangedragen kennis en aanbevelingen uit de Lancewadprojecten (over landschap en cultuurhistorie van het trilaterale waddengebied) .

Vragen

Geldt deze essentie niet voor het gehele Waddenkustgebied? Inderdaad het Waddenland is geografisch groter dan alleen NW Fryslân en er zijn gemeenschappelijke elementen. Maar dit specifieke resultaat komt voort uit een proces met de mensen in dit gebied. In andere delen van het kustgebied kan de nuance net iets anders liggen.

Om de gezamenlijke essentie boven water te halen zou je een vergelijkbaar proces met elkaar moeten doorlopen.

Het Hoogeland op de kaart

Voor het Hoogeland van Groningen werkt men via het programma Landelijk Gebied aan de ontwikkeling van “branding” van het gebied, gastheerschap en product- en arrangementontwikkeling.

Een karakteristiek van het Hoogeland: het is onbekend, ondergewaardeerd, heeft vele parels, initiatieven, creativiteit, een eigen cultuur en een grote inzet van vrijwilligers. Als je vanuit de administratieve samenhang de branding benadert, spoort de uitkomst niet met wat bewoners en bezoekers herkennen. Belangrijk om je af te vragen op welke schaal men elkaar kent en samenwerkt, wanneer er betrokkenheid is en op welke schaal externe marketing moet plaatsvinden. Welke schaal is voor welk doel optimaal? We moeten met de marketing inspelen op de werelderfgoedstatus van de Waddenzee. De relatie van de Waddenzee met de eilanden en de vastelandskust is essentieel. Het waddengebied heeft een eenduidige, gezamenlijke geschiedenis en verhaal. De relatie met de Waddenzee, de terpen en wierden en bedijkingen vinden we in het hele internationale waddengebied. Ook al zijn er uiteraard per regio andere accenten. Dat was ook een duidelijke uitkomst uit het project Lancewad.

T.a.v. gastheerschap is het belangrijk dat mensen kunnen vinden wat er is, dat het aanbod samengebracht wordt en dat er kwaliteit geboden wordt. In de productontwikkeling zijn we bezig met gezamenlijke ontsluiting van al het aanbod via de website “Hoogeland op de kaart” en door samenwerking tussen ondernemers te bevorderen.

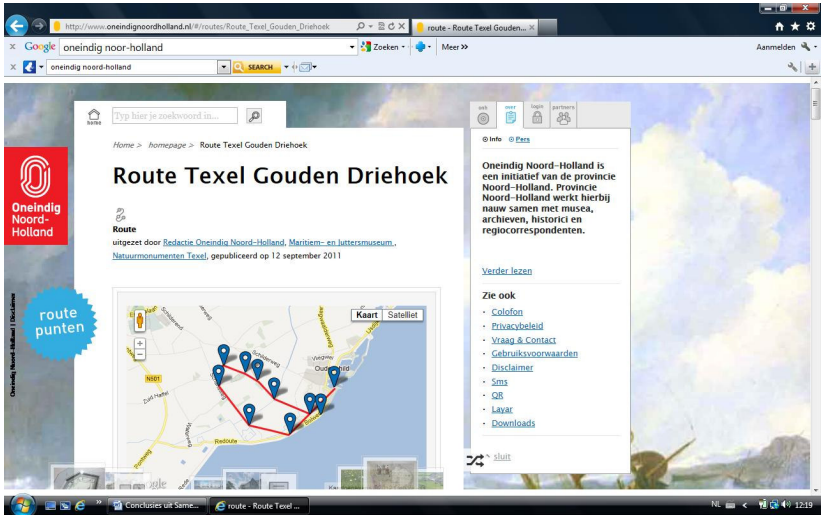
Kansen voor samenwerking liggen er met het Lauwersmeergebied, het toepassen van de interpretationmethode, gezamenlijke marketing , maar ook in opzetten van routestructuren met allerhande informatie, zoals bij het waddenwandelen.

Vragen

Welke begrenzing hanteer je voor een regio, zoals voor het Hoogeland? De acht gemeenten zijn de basis, maar ook de randgebieden worden meegenomen. Ook bijvoorbeeld Middag-Humsterland. dat in een andere gemeenten ligt, maar wel een visitekaartje is van het Groningse wierdengebied. De grens is steeds in beweging, want die is ook afhankelijk van het doel en het verhaal dat vertelt moet worden.

Oneindig Noord-Holland

Noord-Holland ontsluit met het project “Oneindig Noord-Holland” de verhalen van het gebied en het erfgoed. Het gaat niet specifiek over de wadden. Het initiatief is van de provincie. Met moderne technieken en in samenwerking met bijvoorbeeld de musea worden via een website verhalen gekoppeld aan een plek en toegankelijk gemaakt. Dit is gekoppeld aan collecties van musea, bijvoorbeeld met een schilderij van die plek of gebeurtenis. Maar ook in het gebied kunnen mensen m.b.v. een app en smartphone informatie en verhalen ter plekke krijgen. Of men kan een beeld krijgen van een object dat op die plek gestaan heeft. Kortom, het project biedt verhalen, informatie en beelden aan voor gebruik thuis en onderweg.



De verhalen zijn geordend naar thema's en deels verzameld door regiocorrespondenten. Iedereen kan verhalen toevoegen, maar de meeste komen nu nog van de redactie. Het geheel biedt een beleving bij een object of een plek en daarmee kansen voor recreatie en toerisme. Want dat zoeken mensen steeds meer.

Het is een communicatiemiddel en ook een platform. Het vergt samenwerking met verschillende partners, ook met commerciële partners. Dit vereist het ontwerpen en onderhouden van een structuur. De investering in de basisstructuur en toolkit bedroeg 1 miljoen.

Via speciale projecten zoals dat over Napoleon (200 jaar na zijn aankomst in Noord- Holland) wordt mediaaandacht voor de gebeurtenis en de verhalen daar rondom gegenereerd.

Vragen

Wie kan een verhaal toevoegen en hoe ga je om met onjuistheden in de verhalen? In principe kan iedereen toevoegen, het verhaal is iemands persoonlijke belevenis. Het kan daardoor ook weer een nieuw verhaal

uitlokken over dezelfde gebeurtenis vanuit een ander perspectief. Uiteraard moet je wel de structuur en de thema-ordening bewaken.

Beleef het waddengebied

Fryslân marketing is trekker van het project, maar het is een gezamenlijk project van alle marketingorganisaties rond de Waddenzee. Het werelderfgoed ligt voor onze deur, maar we staan er nog teveel met de rug naartoe. In de marketing zijn drie punten belangrijk:

1. Het waddengebied moet één gebied zijn voor de marketing. Bedenk wat de schaal is voor je profilering.

2. Marketing is het verleiden van mensen om naar je gebied te komen. Eenmaal binnen het gebied staat de vraag van de bezoeker centraal en is het "onthaal" aan de VVV's en ondernemers in de verschillende deelregio's.

3. Samenwerken is nodig. Dat betekent geven en nemen, sterke partners moeten iets over hebben voor de zwakkere. Gun een ander ook wat. Verliezen moet je samen afdekken.

Bij de "branding" van het gebeid moet je vanuit de klant denken (vraag, behoefte), maar het aanbod moet uiteraard wel passen bij het gebied. Marketing is ook keuzes maken in doelgroepen . Voor het waddengebied zijn dat vooral gezinnen met jonge kinderen, koppels van 50+ en de zakelijke markt. De meeste klanten zitten dichtbij, tot maximaal 500km afstand.

In het waddengebied werken we nog te versnipperd t.a.v. de marketing, het ontbreekt aan een eenduidige imago voor de marketing. Imago is voor de klant, identiteit is voor de bewoner. Met dit project via SNN voor 2012-2015 gezamenlijk één marketingconcept ontwikkelen en uitvoeren vanuit één visie en beeldmerk. Werelderfgoed Waddenzee kan daarbij de verbindende factor zijn.

Vragen

Moeten we eerst inzetten op samenwerking binnen de kustregio? Bekijk wat je doel is: marketing = verleiden naar gebied te komen; onthaal = wat biedt je aan belevenissen, accommodaties arrangementen, regiospecifiek aanbod, etc.

Houd binnen gebied ook in het oog op welke doelgroep je mikt, onderscheid de eilanden en de kust, maar bekijk ook wat je samen kunt zijn en doen.

De dijk is het groots(t)e uitkijkpunt over het Werelderfgoed!

Gesprekspunten n.a.v. de presentaties:

- Schaal. Wat doe je waddenbreed en wat regionaal?

- Geldt de essentie van de identiteit voor het hele waddengebied, voor de hele kust of voor een deelgebied?

- Hoe ondernemers mee te nemen in het proces?

- Wat is gemeenschappelijk en wat is voor ieder apart.

Schaal

Het waddengebied loopt door tot in Denemarken. Op elk niveau kun je regio's onderscheiden met een eigen identiteit. Een regio met een menselijke maat meet ongeveer 60x60 km. Maar al de regio's hebben ook aantal gezamenlijke elementen. Samen vormen die de (internationale) essentie. De regio's zijn als het ware elk een driehoek die allemaal in elkaar passen en zo het grotere geheel vormen. Het organiseren (bijv. van arrangement) gebeurt op kleinere schaal. Het profileren moet op het grotere schaalniveau.

Waddengoud is een mooi voorbeeld van een organisatie die waddenbreed werkt met een keurmerk en ook aandacht heeft voor de koppeling met de regionale ontwikkeling. Hoe is het gelukt om bedrijven te verleiden om mee te doen? Het keurmerk levert profilering op en gezamenlijk vormen de bedrijven een netwerk, dat weer de moeite waard is. Het op- en uitbouwen vergt wel trekkers die zich helemaal inzetten.

Essentie

In het waddengebied hebben we een prachtige combi van een natuurgebied van wereldfaam en een rijke, gevarieerde cultuur(historie). De wadden zijn een A-merk en meer dan werelderfgoed alleen. Er is een bovenregionaal belang en dat vergt samenhang, een bovenregionale benadering. Dat is een taak voor de marketing van het gebied als geheel, maar zeker ook voor de overheden. Overheden moeten de marketing eenduidig aansturen, en geen initiatieven gelijktijdig initiëren die dit doel ondergraven. Tegelijk moet van onderop met de mensen en ondernemers in de regio's gewerkt worden aan het gezamenlijk ontwikkelen en organiseren van het streekaanbod. Er moet a.h.w. een paraplu gevormd worden (waddengebied), waaronder er ook plek is voor de onderscheidende identiteiten van de verschillende delen/regio’s (de eilanden hebben een heel andere identiteit dan de kust; Wieringen is anders dan Westergo; wierdengebied is anders dan de Dollard).

De gezamenlijke marketingorganisaties moeten de paraplu uitdragen; dus één gemeenschappelijk gezicht naar buiten. De focus ligt daarbij op het gehele gebied, zee, eilanden en ook de kustregio’s. In de regio's ligt vervolgens de opdracht om het onthaal vorm te geven, in te kleuren, door de eigen identiteit uit te dragen en uit te buiten. De essentie voor de marketing, het imago, moeten we samen vorm geven en bepalen.

Ondernemers

Ondernemers hebben wel steun nodig en men moet elkaar wat gunnen. Eilanden en kust hebben elkaar wat te bieden. Een proces als de interpretation methode van NW Fryslân is een mogelijk voertuig om voor ondernemers sleutelervaringen en aanbod te ontwikkelen. Ook het vormen van een gezamenlijke website, zoals in Groningen, bevordert de vindbaarheid en samenhang in het aanbod. Het verhaal van Noord-Holland werkt eveneens ondersteunend voor ondernemers. Begin ook praktisch van onderop in de regio's. Ook het werken met een streekagenda is een goed middel. Wel bedenken dat op een bepaald moment overheden wel zaken moeten kunnen overdragen aan de gezamenlijke ondernemers.

Eenheid in verscheidenheid

We moeten samen afspreken wat ons bindt, wat we gezamenlijk willen oppakken. Van de voordelen van die gezamenlijkheid moeten zowel de bewoners en ondernemers in de regio als de overheden overtuigd worden. Tegelijk is er meer dan genoeg ruimte om ieders eigenheid te benutten en tot z'n recht te laten komen. Maar zonder elkaar te beconcurreren.

Ondernemers en bewoners betrekken in het bepalen van de identiteit en het uitwerken/organiseren van het onthaal. Gezamenlijk en met regie van overheden de profilering naar buiten het waddengebied vorm geven. Daarbij is het van het grootste belang dat alle betrokken overheden eenduidig één gezamenlijke strategie voor de promotie van het waddengebied ondersteunen. Geef gezamenlijke de paraplu vorm en ieder profiteert daar uiteindelijk van.

Benut de werelderfgoedstatus bij de ontwikkeling van de gezamenlijke marketingstrategie. Dat biedt ook de verbinding met het internationale waddengebied en de toerismestrategie die samen met Duitsland en Denemarken wordt opgesteld voor het gebied. Beide trajecten moeten dan ook parallel en in onderlinge samenhang worden uitgevoerd.

2. Het Verhaal van de Wadden, de Waddenzee als verbinder van eilanders en kustbewoners.

Den Helder, 11 november 2011.

Aan de hand van presentaties en exposities over " verhalen van de wadden", de verbondenheid van de eilanders met de walvis, onderzoek naar de scheepswrakken , onderwaterarcheologie, verdwenen eilanden en dorpen, restauratie van erfgoed , oude kaarten en over onderzoeksprojecten in trilateraal Waddenzee-verband bespraken de deelnemers aan de werkbijeenkomst hoe het maritiem erfgoed en de verhalen bekend en beleefbaar te maken is .

Een van de kenmerken van het waddengebied is de verbondenheid met de zee en het maritieme verleden. Het onderwerp leeft en er wordt veel onderzoek naar gedaan, door professionele, wetenschappelijke

onderzoekers en door enthousiaste en vaak zeer deskundige vrijwilligers. Bovendien zijn er veel initiatieven om over het maritiem verleden aan bewoners en bezoekers te verhalen. Op 11 november kwamen professionals en vrijwilligers op uitnodiging van het RCW bijeen om over dit brede werkveld

- kennis en ervaringen uit te wisselen
- elkaar te inspireren
- gezamenlijke acties te verkennen

De presentaties samengevat

Door de musea op de Waddeneilanden worden verhalen van bewoners over diverse onderwerpen verzameld . De Stichting Amelander Musea leidt dit project. Aan de verzameling en de presentatie van de verhalen werken zowel professionals als vrijwilligers met groot enthousiasme. Sommigen verhalen worden alleen opgeschreven, andere worden compleet met beelden verwerkt tot multimediale presentaties.

De walvisvaart was lange tijd een belangrijk middel van bestaan voor de eilanders. Vele voeren als kapitein of als jager naar de noordelijke zeeën. Aan de jacht is een einde gekomen , maar niet aan de verbondenheid met deze prachtige dieren. Uit de eerste hand werd verteld over de strijd om gestrande dode walvissen in het eigen eilander museum te krijgen. Maar ook de samenwerking om dit soort dieren weer levend terug in hun natuurlijk element te krijgen kwam aan bod.

De vele wrakken in de Waddenzeebodem blijven voor de meeste mensen onopgemerkt onder de waterspiegel. Voor duikers en onderzoekers vormen ze een uitdaging, als het ware een kijkvenster naar het verleden. Dankzij hun inspanning wordt ontrafeld welke schatten er in het zand liggen. Geen goud, maar wel graan uit Polen en tonnen voor koffiebonen uit Zuid Amerika. Ook over de rol van Texel en de rede van Texel in vroeger tijden weten we daardoor nu veel.

Terugkijken op de vorming van het waddengebied sinds de ijstijden is te vergelijken met het afpellen van een ui. Over dekzand en keileem werd veen afgezet,. De zeespiegel steeg en lagen spoelden deels weg maar er kwamen nieuwe veen- of kleilagen weer overheen. In al die verschillende lagen in de bodem van het waddengebied liggen resten van de bewoning door mensen en dieren. Tot nu toe hebben we vooral de jongste lagen onderzocht, maar er is veel meer. Als vervolg op het Lancewad-project van de trilaterale Waddenzee-samenwerking gaan archeologische en erfgoed-instituten zoals het RCE een kaart opstellen waar vondsten te verwachten zijn.

De plaats Huisduinen was eeuwenlang de plaats in de kop van Noord-Holland waar de vissers- en handelsschepen aanlanden. Maar de zee zorgde voor erosie en de kerk moest wel vier keer verplaatst worden. Pas in de tijd van Napoleon werd Den Helder steeds belangrijker. Napoleon gaf

opdracht voor de bouw van diverse forten en de rijkswerf. In 1822 was het eerste deel van de rijkswerf gerealiseerd. De ontwerper Jan Blanken werkte eerst voor de Fransen en later voor de Nederlanders. De ontwikkeling van de scheepsbouw is terug te lezen in het complex. Van hout- tot staalbouw en van zeil- via stoom tot motorvaart. Na de tweede wereldoorlog was er niet veel meer heel. Er zijn verschillende plannen voor het gebied gemaakt. uiteindelijk is gekozen voor restauratie. Het complex omvat zo'n 30 monumenten. Gebouwen zoals het pompgebouw en het scheepsdok zijn weer helemaal hersteld. Wel hebben een aantal gebouwen een moderne bestemming gekregen zoals conferentie-zaal en megabioscoop.

Het waddengebied is altijd in beweging. Duinen , kwelders, eilanden , dorpen ontstaan, maar zijn ook verdwenen. Het maritieme verleden hangt daarmee samen, immers geulen ontstonden en verzanden en daardoor stranden schepen. Door de eeuwen heen veranderden de vaartuigen, het waren geen boomstamkano's meer. Vanuit verschillende werkvelden wordt onderzoek gedaan naar hetgeen verdronken is in de wateren. Waar lag bijvoorbeeld het eiland Bosch en was er bewoning op de punt van Reide? Hoe zag dat eruit, waar leefde men van , waarmee voer men op de Eems? Hoe en wanneer ontstond de Dollard en hoeveel dorpen en bewoners verdwenen in de golven bij die stormrampen?

Door samenwerking van verschillenden deskundigen wordt het verleden ontrafeld. Het vergt vervolgens inzet van communicaties deskundigen om deze zaken aan het publiek te vertellen, soms in theatervorm, soms als publicatie en soms via een expositie.

De brug tussen wetenschap en publiek is belangrijk om het verhaal van de wadden te kunnen vertellen, te laten beleven en door te geven.

Als je nog niet weet waar je naar toe gaat, weet dan in elk geval waar je vandaan komt.

D

De bijeenkomst werd georganiseerd samen met het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord / Leader Kop van Noord-Holland en Texel en met de Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed.

Tijdens de bijeenkomst is de publicatie **100 x Texel maritiem**, een beschrijving van historische plekken en wrakkenlocaties met Wrakkenkaart aangeboden aan mevr. Elvira Sweet, gedeputeerde voor cultuur van Noord-Holland en mevr. Francine Giskes, burgemeester van Texel.

Sprekers werkbijeenkomst 11-11-2011

- **Joop de Jong** (*STAM Ameland*): Inventarisatieproject 'Verhalen van de Wadden'
- **Marc ter Ellen** *(Natuurcentrum De Noordwester, Vlieland):* De Geschiedenis van de Walvisvaart en de Waddeneilanden
- **Martijn Manders** *(Rijksdienst Cultureel Erfgoed):* Schepen op de rede van Texel
- **prof. dr. Jos Bazelmans** ***(****Rijksdienst Cultureel Erfgoed/ Waddenacademie****):*** Het maritieme landschap van Noord-Nederland.
- **Dirk Reitsma** (*Willemsoord B.V.):* De restauratie en herbestemming van de Rijkswerf Willemsoord
- **Albert Buursma** *(Stichting Verdronken Geschiedenis)*: Resultaten van het recente onderzoek naar verdronken dorpen in de Dollard, inclusief de wijze van presenteren en beleefbaar maken van de resultaten aan een breed publiek.

Exposities en presentaties van:

Stichting Verdronken geschiedenis
Reddingsmuseum Dorus Rijkers
Zuiderzeemuseum, kaarten Spiegel van de Zuiderzee en Waddenzee
Museumhuis Groningen (combi Verdronken geschiedenis)
Maritiem en Juttersmuseum Texel
Lancewadplan
Landelijke werkgroep archeologie onderwater

3. Terpen- en wierdenlandschap in ontwikkeling, een projectvoorstel

Groningen, 2 december 2011

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

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

Presentaties

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

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

Gilles de Langen (Provincie Fryslân/RUG) over het terpen- en wierdenlandschap in landschapshistorisch perspectief: Het verhaal van de terpen en wierden is een geheel van Den Helder tot Blavangshuk. Maar er zitten vele lagen in dat verhaal die de moeite van het ontdekken en onderzoeken waard zijn. De ene terp is de andere niet, en dat geldt ook voor de deelgebieden. Er zijn verschillen in leeftijd, structuur, indeling,

omvang en leesbaarheid. Om het verhaal van de ontstaans- en bewoningsgeschiedenis te kunnen vertellen, om wat er nog is goed te beheren en om inspiratie op te doen voor nieuwe ontwikkelingen, is kennis van het archief in de bodem van belang. Bovendien is het een boeiend verhaal om te vertellen.

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

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

Khoji Wesselius (Plattelandsprojecten Noordwest-Fryslân) over de aanpak in NW-Fryslân:

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

Gesprek

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

- Hoe kunnen onderzoek en herstel enerzijds en draagvlak en beleving anderzijds met elkaar worden verbonden?
- Willen instanties op het gebied van recreatie, toerisme en marketing aanhaken en hoe kan dat?

- Hoe kan betrokkenheid van bewoners en bestuurders worden verkregen?
- Welke concrete samenwerkingsafspraken kunnen worden gemaakt?
- Wat moet er nog gebeuren voor een succesvol voorstel voor het Waddenfonds?
- Op welke wijze willen de gemeenten hierbij betrokken zijn en bijdragen?

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

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

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

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

Als het gaat om betrokkenheid en draagvlak zijn vooral de huidige bewoners van het gebied van belang. Voor hen moet behoud en ontwikkeling ook winstgevend zijn.

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

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

Conclusies:

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

Lancewad en Lancewadplan

Al sinds de jaren zeventig van de vorige eeuw werken Denemarken, Duitsland en Nederland samen bij het beheer van de Waddenzee. Dit vanuit het besef dat ontwikkelingen op de ene plek grote gevolgen kan hebben op een andere plek in dit unieke gebied. Aanvankelijk richtte die samenwerking zich vooral op natuur- en milieuaspecten van het beheer. In 1997 op de Ministersconferentie van Stade werd onderkend dat de Waddenzeeregio ook een gedeelde cultuurgeschiedenis heeft, die zich manifesteert in het landschap van eilanden, zee en kustgebied. Als eerste stap op een weg naar gezamenlijke verantwoordelijkheid werd besloten de belangrijkste landschappelijke en cultuurhistorische kenmerken en objecten te inventariseren, te beschrijven en in kaart te brengen. Dit werd het project **Lancewad** (1999-2001). In Nederland participeerden de drie provincies, de toenmalige rijksdiensten voor Monumentenzorg en Oudheidkundig Bodemonderzoek, het onderzoeksinstituut Alterra en als trekker het Ministerie van landbouw, Natuurbeheer en Visserij.
Het project resulteerde in een internationaal digitaal bestand van de belangrijkste landschappelijke en cultuurhistorische kenmerken van het gebied. Het was het eerste voorbeeld van een integrale cultuurhistorische waardenkaart in Nederland. Daarnaast verschenen er een uitvoerig wetenschappelijk projectverslag en het publieksboek “Waddenland”.
Hoewel niet het primaire doel van het project, omvatte het resultaat van Lancewad ook al aanbevelingen voor behoud en ontwikkeling, beheer en gebruik, gebaseerd op het beleidscredo “behoud door ontwikkeling”.

Lancewad kreeg een vervolg in **LancewadPlan** (2004-2007) , dat zich richtte op de duurzame bescherming van het unieke landschappelijke en cultuurhistorische erfgoed in het internationale waddengebied en hun integratie in een voorspoedige economische ontwikkeling. In LancewadPlan werd het accent dus verlegd van in beeld brengen naar het aantonen van het grote belang van het gebied en de betekenis die landschap en cultureel erfgoed kunnen hebben voor de maatschappelijke, ruimtelijke en economische ontwikkeling van het gebied. LancewadPlan omvatte een karakterisering van het internationale waddengebied in regio’s (Atlas van deelgebieden), een handboek met voorbeeldprojecten hoe de kwaliteiten kunnen worden benut, en een strategie hoe de bescherming en benutting in beleid en praktijk geëffectueerd zou kunnen worden. Lokaal draagvlak en burgerparticipatie speelden daarin een belangrijke rol, in aanvulling op beleidsontwikkeling, aangepaste regelgeving en attitudeverandering in met name het ruimtelijk domein. De resultaten zijn nog altijd beschikbaar op de internationale en Nederlandse websites van Lancewadplan, en op de site www.waddenzee.nl.

Het project heeft gezorgd voor publieke aandacht voor het gemeenschappelijke erfgoed langs de gehele waddenkust. De grensoverschrijdende samenwerking kan ten voorbeeld gesteld worden aan al diegenen die verantwoordelijk zijn voor bescherming en gebruik van het natuurlijk en cultuurhistorisch erfgoed.

Meer weten?

Publicaties

Waddenland. Landschap en cultureel erfgoed in de Waddenzeeregio. Lancewad-Nederland (2001). Dré van Marrewijk en Adriaan Haartsen (red.).

Wadden, verhalend landschap. Cultuurhistorische reis langs de Waddenkust van Denemarken, Duitsland en Nederland. Common Wadden Sea Secretariat (2005). Jan Abrahamse, Marieke Bemelman en Martin Hellinga (red.).

Lancewad. Landscape and Cultural Heritage in the Wadden Sea region. Project Report (2001). Manfred Vollmer, Mette Guldberg, Matthias Maluck, Dré van Marrewijk & Gregor Schlicksbier (red.).

LancewadPlan. The Wadden Sea Region, A Living Historic Landscape. Project LancewadPlan 2004-2007 (2007).

LancewadPlan. Cultuurlandschap en cultuurhistorisch erfgoed in de Waddenzee-regio. Project LancewadPlan 2004-2007. Matthias Maluck, (2008).

Internet:

www.lancewadplan.nl
www.lancewadplan.org
www.waddenzee.nl
www.waddensea-forum.org
www.waddensea-secretariat.org
www.hetverhaalvangroningen.nl
www.oneindignoordholland.nl
www.ferhalenfanfryslan.nl

Nog meer informatie kunt u verkrijgen bij onderstaande organisaties. De lijst is verre van uitputtend, maar een goede start van uw zoektocht:

Libau/Steunpunt Monumenten, Groningen
Steunpunt monumentenzorg Fryslân
Cultuur Compagnie Noord-Holland
Hus en Hiem, Leeuwarden
Archeologische steunpunten Fryslân in onder andere Hogebeintum, Kollum, Oude Bildtzijl en Wijnaldum.
Landschapsbeheer Groningen
Landschapsbeheer Friesland
Landschap Noord-Holland
Plattelands en Leader projectbureaus in alle provincies
Museumhuis Groningen
Museumfederatie Fryslân
Stichting Verdronken Geschiedenis
Waddenacademie
Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed, Amersfoort
Common Wadden Sea Secretariat, Wilhelmshaven

Kansen voor het Waddengebied, mogelijkheden voor het Waddenfonds is een uitgave van

Bureau Tijdlijn - Vleermuislaan 5 - 6705 DK Wageningen