

Programma Vermarkten Werelderfgoed Waddenzee

De komende zes jaar gaan de drie provinciale marketingorganisaties Holland boven Amsterdam, Merk Fryslân en Marketing Groningen samen aan de slag om Werelderfgoed Waddenzee en het waddengebied als één duurzaam toeristische bestemming op de kaart te zetten.

Al het werelderfgoedwaardige toeristische aanbod in het waddengebied - eilanden, zee en vaste wal - wordt met elkaar verbonden via een aantal herkenbare verhaallijnen. Denk aan het verhaal van het watererfgoed, over leven op de grens van land en zee, aan Landbouw en landschap en aan Smaak van het Wad. Alle verhaallijnen passen binnen het overkoepelende thema: Leven met de Waddenzee.

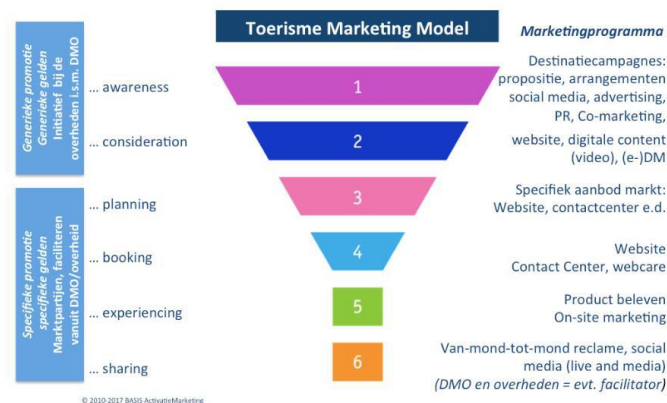
Wij werken deze verhaallijnen uit in een aantal marketingmiddelen, waarvan u - als aanbieder in het waddengebied - gebruik kunt maken. Daarnaast brengen we de verhaallijnen onder de aandacht van het Nederlands Bureau van Toerisme (NBTC), touroperators, de internationale vakantiemarkt etc.



Het programma werkt met invloedcirkels; van binnen naar buiten. De binnenste cirkel, dat bent u als bewoner en/of ondernemer. Binnen elke invloedcirkel doorlopen de doelgroepen zes logische stappen: van bewustwording tot boeken en het (online) delen van ervaringen. Doelgroepen in de binnenste invloedcirkels worden daarmee ambassadeurs van de verhaallijnen voor de volgende invloedcirkels.

Als marketingorganisaties zijn wij verantwoordelijk voor het motiveren van doelgroepen om de eerste stappen te zetten. Wij zorgen ervoor dat de potentiële toeristen op het waddengebied worden gewezen als unieke en aantrekkelijke bestemming.

Het is aan u hen ertoe te verleiden ook de laatste stappen te zetten. Uiteraard kunt u hiervoor gebruik maken van de overkoepelende marketingmiddelen, waaronder een online portal met boekingsmodule.



Verhalen, routes en arrangementen

De komende maanden willen we dit programma in het waddengebied gaan opzetten en uitvoeren. Daarbij hebben we u als ondernemers en (project)organisaties nodig. We nodigen u daarom uit voor een aantal regionale bijeenkomsten. Hierin willen we drie dingen doen:

- 1) We verzamelen de lokale verhalen die de algemene verhaallijn van *couleur locale* voorzien. Verhalen over plekken, gebouwen en gebeurtenissen, over bijzondere mensen en aansprekend aanbod om te bekijken, te beleven en te doen.
- 2) We verbinden deze lokale verhalen met elkaar via bestaande - en waar nodig nieuwe - (beleef)routes.
- 3) We stellen vast aan welke criteria aanbod moet voldoen om een goede bijdrage te leveren aan het programma, zowel vanuit de inhoud als vanuit marketingperspectief. Dan bepalen we wat we in de markt zetten en hoe we dat doen. Ook hierbij staat verbinden centraal. Welk aanbod vormt samen een arrangement dat (inter)nationale potentie heeft? Wat mist er nog op een route en wie of wat kan hierin voorzien?

Verhaallijnen en sleutelervaringen

We gaan van start met twee verhaallijnen:

- Watererfgoed: leven op de grens van land en zee
- Waddenzee Werelderfgoed: mooiste natuurgebied

Komende jaren volgen dan in nog nader te bepalen volgorde:

- Landschap vol inspiratie: kunst, cultuur, bezinning en religie
- Smaak van de Wadden: streekeigen producten
- Dag en Nacht van het Waddengebied
- Een vruchtbaar landschap (visserij, landbouw)
- Eeuwenoude relatie van mens en waddenkust

Dat het waddengebied van wereldklasse is, wordt verteld via sleutelervaringen:

- Loop op de bodem van een zee
- Proef een Waddenproduct
- Onderga historie van 1000'den jaren kustbewoning en maritiem leven
- Sta oog in oog met fauna en flora
- Ervaar de zonsondergang en de donkerte van de nacht
- Bezoek een eiland
- Laat je inspireren door Waddenkunstenaars

De campagnes voor elke verhaallijn lopen vier jaar. Elk jaar komt er een verhaallijn bij. Het aanbod dat vermarkt wordt, vormt zo een steeds breder en elkaar versterkend palet.

Deze verhaallijnen zijn opgehaald tijdens eerdere bijeenkomsten met betrokkenen uit het waddengebied en afgeleid van de vele plannen en projecten die de afgelopen jaren zijn ontwikkeld en (deels) uitgevoerd. Daarbij passen ze onder het overkoepelende thema en staan ze voor de kernwaarden en uitzonderlijke kwaliteiten van het waddengebied. Het programma biedt ruimte voor wijzigingen en aanvullingen.

Voor wie?

Bent u als ondernemer actief in de toeristische sector? Of als geïnteresseerde vrijwilligers actief voor dorp of stad? Werkt u vanuit een natuur- en landschapsorganisatie of culturele instelling aan een project dat het toeristische aanbod in het waddengebied verrijkt? Of ben u als beleidsmedewerker betrokken bij het toeristische beleid in uw gemeente? Dan organiseren we de regiobijeenkomsten voor u!

Programma Vermarkten Werelderfgoed Waddenzee



Contactpersonen in je regio:

Holland boven Amsterdam
Merk Fryslân
Marketing Groningen

Marlies Groot
Karina Pool
Wouter Steenhuisen

tel: 06-13427722
tel: 06-29498644
tel: 06-50552333

