Nachhaltiger Tourismus
in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer
Konsultationsfassung

Organisation der Vereinten Nationen für Bildung, Wissenschaft, Kultur und Kommunikation

Das Wattenmeer Weltnaturerbe seit 2009

WATTENMEER
WELTNATURERBE

25 YEARS
Common Wadden Sea Secretariat

Nachhaltiger Tourismus in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer

Inhalt

3 Vorwort
3 Zusammen in die Zukunft
4 Nachhaltiger Tourismus in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer
5 Vision und strategische Ziele
6 Statistische Fakten zum Wattenmeer
8 Außergewöhnlicher Universeller Wert
10 Weltnaturerbe – Chancen und Verantwortung
12 Der Weg zum nachhaltigen Tourismus
14 Tourismus und Naturschutzn
16 Das Alleinstellungsmerkmal
18 Transport, Unterkünfte und Gastronomie
20 Umweltbildung und Interpretation
22 Erweiterte Kompetenzen und verbesserte Standards
24 Nachhaltiger Tourismus – So funktioniert es
26 Erstes Strategisches Ziel
28 Zweites Strategisches Ziel
30 Drittes Strategisches Ziel
32 Viertes Strategisches Ziel
34 Die Interessenpartner
34 Politische Steuerung und Koordination
35 Die nächsten Schritte: Der Aktionsplan
35 Wie können Sie dazu beitragen?
37 Ansprechpartner
38 Impressum und Danksagung

Die Strategie wurde von den 16 Mitgliedern der trilateralen Arbeitsgruppe "Strategie für einen nachhaltigen Tourismus" entwickelt und mitfinanziert von "PROWAD – Protect and Prosper: Sustainable Tourism in the Wadden Sea", einem Projekt des Interreg IV B Programms für den Nordseeraum (www.prowad.org).

Vorwort

GEMEINSAMER ANSATZ, GEMEINSAME VERANTWORTUNG

Dies ist ein besonderer Moment für die Trilaterale Wattenmeer-Kooperation. Zum ersten Mal werden gemeinsame Perspektiven für die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus in den drei Wattenmeerstaaten aufgezeigt, die gleichzeitig zum Schutz und Erhalt des Weltnaturerbes beitragen.

Entwickelt wurde diese Strategie in enger Zusammenarbeit von Naturschutzverwaltungen, Tourismus- und Marketingorganisationen, Regionalregierungen sowie Umweltverbänden in den Niederlanden, Deutschland und Dänemark. Die Strategie verdeutlicht das Potenzial für den Tourismus im Wattenmeer und zeigt, wie gleichzeitig durch den Schutz des Wattenmeeres und den Erhalt des 'Außergewöhnlichen Universellen Wertes' des Weltnaturerbes die Beteiligten und die Region gesellschaftlich, wirtschaftlich und ökologisch profitieren können.

Regionale Workshops haben viele Anregungen gegeben und Möglichkeiten aufgezeigt, wie ein nachhaltiger Tourismus im und am Weltnaturerbe Wattenmeer aussehen könnte. Jetzt liegt es an uns, diese mit allen Akteuren gemeinsam entwickelte Strategie umzusetzen und mit Leben zu füllen. Lassen Sie uns gemeinsam diesen neuen Weg beschreiten und arbeiten Sie mit an der Realisierung der Potenziale und Vorteile, die das Weltnaturerbe bietet, um es für kommende Generationen zu erhalten und erlebbar zu machen.

Als Vorsitzende der Arbeitsgruppe möchte ich allen Akteuren für ihre Kooperation, ihr Engagement und ihre wertvollen Beiträge während der Mitarbeit in den regionalen Workshops, bei der Beantwortung des Fragebogens und bei der Erstellung der Strategie danken.

Ich bin überzeugt davon, dass diese Strategie uns eine einmalige Gelegenheit bietet, gemeinsam mit allen Partnern in den verschiedenen Regionen einen nachhaltigen Tourismus zu entwickeln, der zum Erhalt dieser wahrhaft außergewöhnlichen und einzigarten Landschaft beiträgt.

Ms Elze Klinkhammer
Vorsitzende der Arbeitsgruppe
"Strategie für einen nachhaltigen Tourismus"

ZUSAMMEN IN DIE ZUKUNFT

Das Wattenmeer wurde in die renommierte UNESCO-Liste des Welterbes der Menschheit aufgenommen in Anerkennung seines 'außergewöhnlichen universellen Wertes' (siehe Seite 9) und der Leistungen in dem über 30-jährigen grenzüberschreitenden Schutz und Management des Gebietes.

Der Status als Welterbe verpflichtet uns, das Wattenmeer auch in Zukunft als ökologische Einheit zu schützen und zu erhalten. Er gibt der bestehenden Zusammenarbeit eine neue Qualität, indem wir eine gemeinsame Verantwortung für das Wattenmeer gegenüber der Weltgemeinschaft übernehmen.

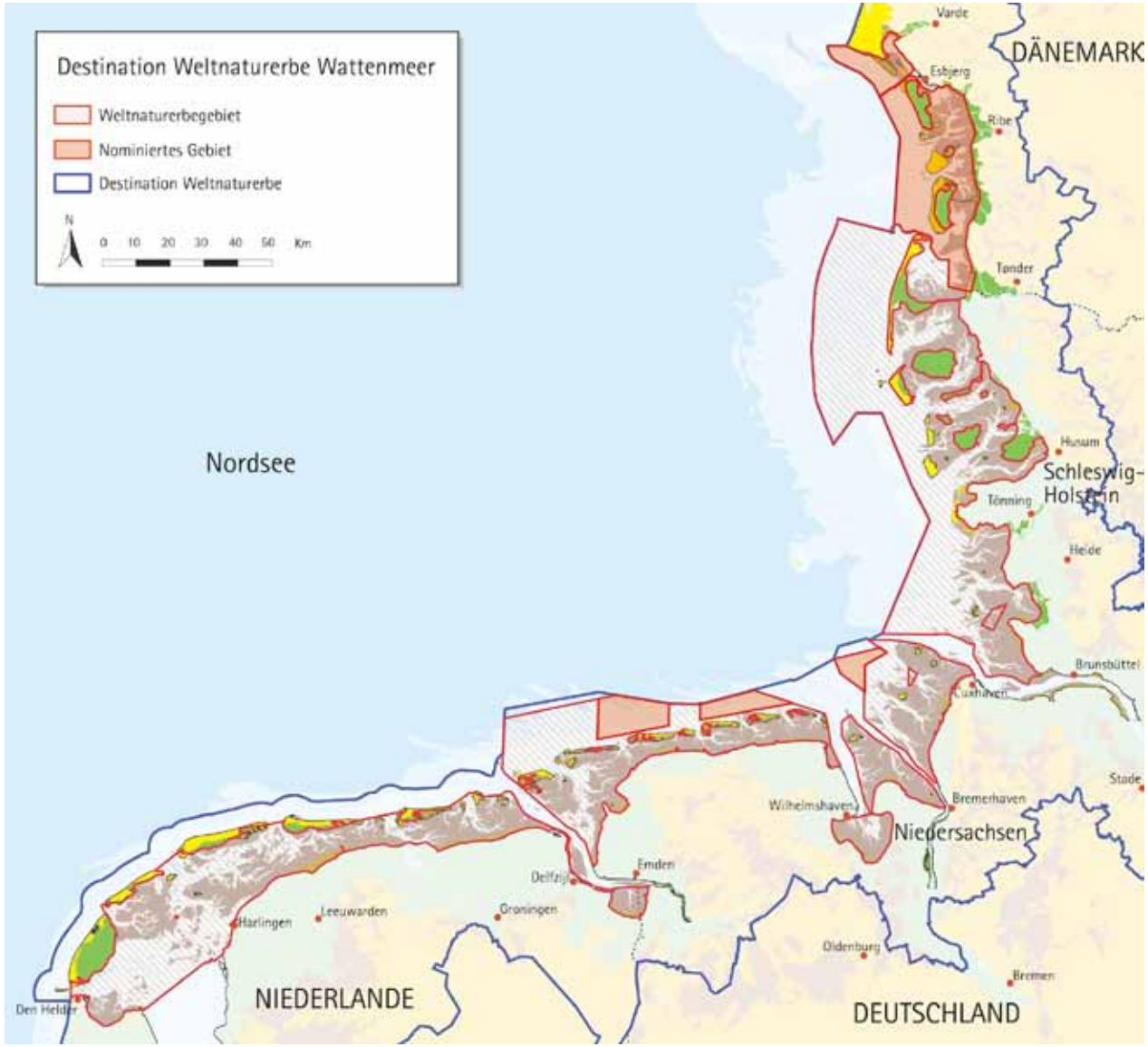
Bei der 11. Regierungskonferenz auf Sylt im Jahr 2010 einigten sich die Minister auf die Erarbeitung einer "Strategie für die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus" für das gesamte Wattenmeer. Das entspricht der Forderung des Welterbe-Komitees nach einer Strategie, die "die Integrität und die ökologischen Anforderungen des Gebietes in vollem Umfang berücksichtigt und ein konsistentes Konzept für Tourismusaktivitäten im Gebiet vorgibt".

Mit dieser gemeinsamen Strategie für einen nachhaltigen Tourismus im niederländisch-deutsch-dänischen Wattenmeer sind alle Akteure aus Naturschutz, Tourismus, Gemeinden und den Regionen eingeladen, die einmalige Chance zu nutzen, die sich aus der Anerkennung des Wattenmeeres als Weltnaturerbe ergibt. Die Strategie beschreibt, wie die Akteure zusammenarbeiten können, wie sie vom dem Welterbestatus profitieren und wie gleichzeitig die natürlichen Werte des Wattenmeers geschützt und erhalten werden können.

Im gesamten Wattenmeergebiet gibt es bereits erfolgreiche regionale, nationale und trilaterale Initiativen für einen nachhaltigen Tourismus. Diese Strategie baut auf diesen Aktivitäten auf, vertieft die Zusammenarbeit zwischen den Partnern und erzeugt neue Synergien, um so einen Mehrwert für alle Beteiligten zu schaffen.

Eine trilaterale Arbeitsgruppe wird die Umsetzung der Strategie koordinieren, ergänzt durch einen Aktionsplan für die Jahre 2014 - 2017, der jährlich neu bewertet und, falls erforderlich, angepasst wird.

Nachhaltiger Tourismus in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer



NATURSCHUTZ UND TOURISMUS IM WATTENMEER

Die Trilaterale Kooperation zum Schutz des Wattenmeers bildet mit ihrem Wattenmeerplan und dem Monitoring Programm TMAP einen stabilen Rahmen für Politik und Management im Weltnaturerbe Wattenmeer.

Etwa 11.000 km² Wattenmeer stehen bereits gemäß Natura 2000 und den Naturschutzgesetzen der einzelnen Staaten unter Naturschutz – das Naturschutzgebiet in den Niederlanden, die Wattenmeer-Nationalparke in Niedersachsen, Hamburg und Schleswig-Holstein und der Nationalpark Wattenmeer in Dänemark.

Das Wattenmeer ist aber auch ein beliebtes Reiseziel. Auf vielen der Inseln und in einigen Orten auf dem Festland ist der Tourismus die Haupteinnahmequelle und bietet viele Arbeitsplätze.

Um negative Auswirkungen des Tourismus auf das Ökosystem Wattenmeer zu vermeiden, gibt es in allen drei Staaten spezielle Maßnahmen zur Regelung der Freizeitaktivitäten, wie Besucherinformation und -lenkung, Zonierungen, die Sperrung empfindlicher Gebiete und geführte Naturerlebnisangebotea.

Das Wattenmeer bildet das größte zusammenhängende Sand- und Schlickwattsystem der Welt mit natürlichen geologischen und ökologischen Prozessen, die weitgehend ungestört ablaufen.

UNSERE VISION FÜR DIE DESTINATION WELTNATURERBE WATTENMEER

Die vorliegende Strategie soll einen langfristigen, grenzübergreifenden Rahmen für die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus in der gesamten Destination Weltnaturerbe Wattenmeer schaffen.

ZIELVORSTELLUNG

In der gesamten Destination Weltnaturerbe Wattenmeer gehen Naturschutz und nachhaltiger Tourismus Hand in Hand. Ihre Verbindung basiert auf gegenseitiger Wertschätzung, auf Verständnis, Erfahrungen und der aktiven Einbeziehung aller Akteure.

Die Menschen, die einen Teil der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer besuchen, dort leben oder arbeiten, sind sich des außergewöhnlichen universellen Wertes und der einzigartigen Landschaft bewusst und wissen diese zu schätzen. Sie engagieren sich für den Erhalt dieser Werte zum Nutzen der heutigen und künftiger Generationen.

Örtliche Unternehmen und die Bevölkerung profitieren wirtschaftlich und gesellschaftlich von den hochwertigen Angeboten, die die Integrität und die ökologischen Anforderungen an das Weltnaturerbe Wattenmeer unterstützen.

DIE STRATEGISCHEN ZIELE

1. Alle Akteure haben ein grenzübergreifendes Verständnis für die Weltnaturerbestätte Wattenmeer und wertschätzen sie.
2. Alle Akteure engagieren sich im Tourismusmanagement und in der Produktentwicklung und übernehmen Verantwortung für den Schutz des ‚außergewöhnlichen universellen Wertes' und tragen zu seinem Erhalt bei.
3. Der Tourismussektor leistet konsistente Kommunikations- und Marketingarbeit und bewirbt die hochwertigen Tourismusangebote in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer.
4. Naturschutz, Tourismus und örtliche Bevölkerung profitieren vom Status des Wattenmeeres als Weltnaturerbe.

WAS IST NACHHALTIGER TOURISMUS?

Die UNESCO definiert nachhaltigen Tourismus als "Tourismus, der die örtliche Bevölkerung und die Reisenden, das Kulturerbe und die Umwelt respektiert".

Welterbestätten sind häufig bedeutende Reiseziele, die bei gutem Management potenziell große Auswirkungen auf die wirtschaftliche Entwicklung vor Ort und die langfristige Nachhaltigkeit haben. Das neue Programm der UNESCO für "Welterbestätten und nachhaltigen Tourismus" hat folgende Vision:

"Die Akteure von Welterbe und Tourismus teilen sich die Verantwortung für die Bewahrung unseres gemeinsamen Kultur- und Naturerbes von außergewöhnlichem universellem Wert und für die nachhaltige Entwicklung durch ein entsprechendes Tourismusmanagement."

Das Konzept der nachhaltigen Entwicklung gemäß der Definition der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung in "Unsere gemeinsame Zukunft" (1987) ist auch Grundlage für die vorliegende Strategie. Hier wird nachhaltige Entwicklung definiert als Entwicklung, "welche den Anforderungen der Gegenwart Rechnung trägt, ohne die Fähigkeit zukünftiger Generationen zu beeinträchtigen, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen".

DER NACHHALTIGE TOURISMUS IN DER 'DESTINATION WELTNATURERBE WATTENMEER':

1. ist sich der natürlichen Werte des Wattenmeers bewusst und akzeptiert die umfassende Verantwortung für seinen Schutz als Weltnaturerbe,
2. trägt zum Schutz, zum Erhalt und zur Darstellung der Weltnaturerbestätte Wattenmeer bei,
3. fördert die Zusammenarbeit von Naturschutz und Tourismus durch die Beteiligung touristischer Akteure, so dass der Gebietsschutz optimiert und gleichzeitig Beeinträchtigungen und negative Auswirkungen des Tourismus minimiert werden,
4. stellt das Weltnaturerbe Wattenmeer auf eine adäquate, konsistente und ausführliche Weise dar, die das Bewusstsein, das Verständnis und die Unterstützung zu seinem Schutz und Erhalt stärkt,
5. sorgt für den gemeinschaftlichen und wirtschaftlichen Nutzen der heutigen und künftigen Generationen bei gleichzeitiger Wahrung der Schutzziele,
6. bietet einen hochwertigen, die Natur schonenden Tourismus (Produkte, Dienstleistungen, Einrichtungen), der die ökologischen Anforderungen der Stätte berücksichtigt, und
7. trägt bei zur regionalen Entwicklung.

Statistische Fakten zum Wattenmeer

Das Wattenmeer bietet einige beeindruckende Zahlen hinsichtlich Größe, Umwelt, Menschen, Flora und Fauna…

€3-5 Mrd.

Geschätzter jährlicher Umsatz im Tourismus in der Wattenmeerregion

10 Millionen

Zehn Millionen Touristen besuchen jährlich die Destination Weltnaturerbe Wattenmeer mit bis zu 50 Millionen Übernachtungen; dazu kommen weitere 30-40 Millionen Tagesgäste.

3,7 Millionen

Auf den Wattenmeer-Inseln leben 75.000 Menschen; auf dem angrenzenden Festland weitere 3,7 Millionen.

14.700 km²

Das Wattenmeer erstreckt sich über 14.700 km², davon sind 11.000 km² Nationalparke und Naturschutzgebiete, die das Weltnaturerbe Wattenmeer bilden.

500 km

500 km durchgängiger Küstenstreifen der Nordsee entlang der Niederlande, Deutschlands und Dänemarks.

6 Millionen

Im Frühjahr und im Herbst sind mehr als sechs Millionen Zugvögel gleichzeitig im Wattenmeer; jedes Jahr machen im Schnitt 10-12 Millionen Zugvögel dort Station.

Außergewöhnlicher Universeller Wert

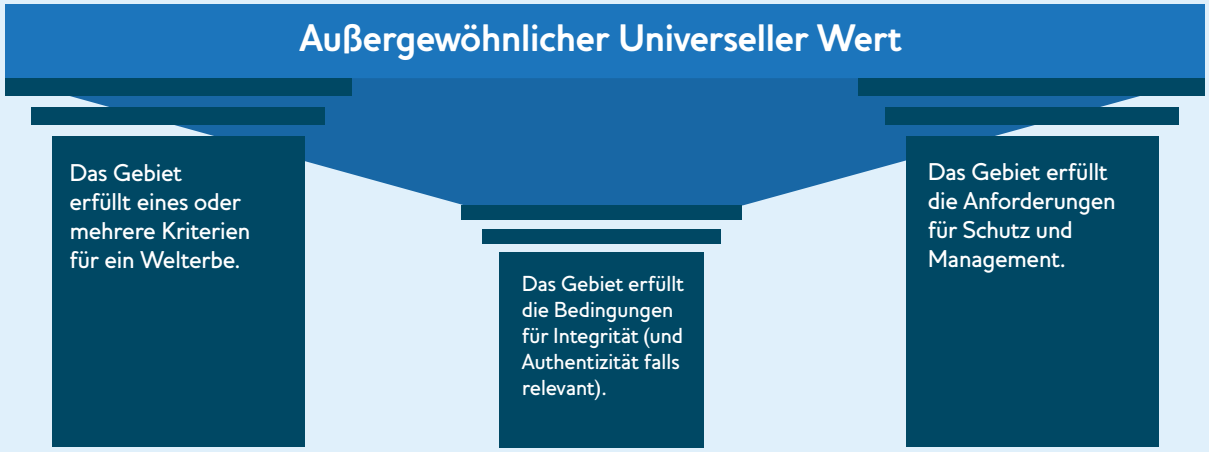
WAS IST DER “AUSSERGEWÖHNLICHE UNIVERSELLE WERT”?

Das übergeordnete Ziel der Welterbekonvention ist der Schutz des Kultur- und Naturerbes, das von, Außergewöhnlichem Universellem Wert “für die Menschheit ist und für künftige Generationen erhalten werden muss.

Kandidaten für den Status als Welterbe müssen der UNESCO den “außergewöhnlichen universellen Wert” des Gebietes darlegen. Die Stätte muss eine kulturelle oder natürliche Bedeutung besitzen, die so außerordentlich ist, dass sie über nationale Grenzen hinausgeht und für die Weltgemeinschaft heute und in Zukunft bedeutungsvoll ist.

Organisation der Vereinten Nationen für Bildung, Wissenschaft, Kultur und Kommunikation

Das Wattenmeer
Welterbestätte
seit 2009



Darstellung der drei Säulen des “**außergewöhnlichen universellen Wertes**” entsprechend der Welterbe-Konvention. Alle drei Anforderungen müssen erfüllt sein, um den “außergewöhnlichen universellen Wert” eines Gebietes zu rechtfertigen.

WARUM IST DAS WATTENMEER EIN WELTERBE

KRITERIEN

Das deutsch-niederländische Wattenmeer wurde im Jahr 2009 aufgrund seiner weltweiten Bedeutung für Geologie, Ökologie und Biodiversität in die Welterbeliste aufgenommen.

Das Wattenmeer bildet das größte zusammenhängende Sand- und Schlickwattsystem der Welt mit natürlichen geologischen und ökologischen Prozessen, die weitgehend ungestört ablaufen. Es umfasst verschiedene Übergangszonen zwischen Land, Meer und Süßwasser und ist von zahlreichen Arten besiedelt, die an extreme Umweltbedingungen angepasst sind. Es gilt als eine der weltweit bedeutendsten Regionen für Zugvögel und ist Teil eines Netzwerks anderer für Zugvögel wichtiger Gebiete. Bis zu sechs Millionen Zugvögel können sich gleichzeitig im Wattenmeer aufhalten, und im Schnitt machen dort alljährlich zehn bis zwölf Millionen Zugvögel Station. Das Wattenmeer ist damit für die weltweite Artenvielfalt unverzichtbar..

INTEGRITÄT

Die **Integrität** (Unversehrtheit) ist sichergestellt, da das Gebiet alle Habitate, Merkmale und Prozesse umfasst, die für ein natürliches und dynamisches Wattenmeer kennzeichnend sind. Es ist groß genug, die wesentlichen ökologischen Prozesse zu erhalten und die wichtigsten Schlüsselelemente und Werte zu schützen.

MANAGEMENT

Die Erhaltung der hydrologischen und ökologischen Prozesse dieses zusammenhängenden Wattsystems ist eine übergeordnete Anforderung für den Schutz und die Unversehrtheit des Wattenmeers. Effektives Management muss einen ökosystemorientierten Ansatz gewährleisten, der das Management der bestehenden Schutzgebiete und andere in dem Gebiet stattfindenden Aktivitäten, darunter Fischerei, Schifffahrt und Tourismus, einbindet.

Weltnaturerbe – Chancen und Verantwortung

Der Status als Welterbe ist weltweit die renommierteste Auszeichnung für Natur- und Kulturerbestätten. Die Menschen, die in der Nähe der Welterbestätte leben oder mit ihr zu tun haben, können stolz darauf sein. Die Aufnahme in die Welterbe-Liste kann auch Kooperationen, soziales Kapital und Investitionen fördern.

Der Status als Welterbestätte bietet der lokalen Bevölkerung ein beträchtliches Potenzial für die Förderung des Tourismus. Es handelt sich aber um nur einen potenziellen Vorteil, denn das Potenzial muss durch koordinierte Maßnahmen realisiert werden.

Beispiele aus aller Welt zeigen, dass der Status als UNESCO-Welterbstätte den Gebieten weltweit ein schärferes Profil verleiht. Ein Welterbe wird von Besuchern in aller Welt immer häufiger als Beleg für Qualität und außergewöhnliche Erfahrungen gesehen.

Die Ernennung durch die UNESCO bringt weltweit erhebliche Medienaufmerksamkeit und ist eine enorme Chance für Marketing und Entwicklung der Destination. Viele Orte haben festgestellt, dass der Status als Welterbestätte ihnen eine mächtige Marke gibt, die das vorhandene Markenimage verstärkt und sie so weltweit bekannt macht.

Besucher von Welterbestätten scheinen auch eher international orientiert und wohlhabender zu sein als andere Besucher, geben mehr Geld am Zielort aus, bleiben länger und sind stärker am außergewöhnlichen universellen Wert des Gebietes interessiert (auch daran, wie sie zur Erhaltung und Nachhaltigkeit beitragen können).

Auf der anderen Seite möchten Besucher eines Welterbes, dass ihnen der außergewöhnliche universelle Wert verständlich nahegebracht wird. Sie erwarten eine einheitliche Identität, eine zusammenhängende Darstellung des Gebietes und eine zugängliche Erklärung. Besucher von Welterbestätten sind wählerischer und erwarten höhere Qualitätsstandards. Sie erwarten eine Weltklasse-Destination, die der Auszeichnung Weltnaturerbe glaubwürdig entspricht.

Das Wattenmeer als zusammenhängende Welterbestätte bietet zahlreiche neue Chancen. Der weltweit anerkannte Wert und das Alleinstellungsmerkmal (USP = unique selling point) als Welterbe geben dem Tourismussektor und der örtlichen Wirtschaft eine neue Gelegenheit, die sich nur mit einem konsistenten, grenzüberschreitenden Ansatz nutzen lässt - unterstützt durch Monitoring, strategische Bewertung und adäquate Forschung.

Viele Gebiete haben festgestellt, dass der Status als Welterbestätte ihnen eine mächtige Marke gibt, die das vorhandene Markenimage verstärkt und sie so weltweit bekannt macht.

Der Weg zum Nachhaltigen Tourismus

DIE WICHTIGSTEN ARBEITSFELDER

Für die Erarbeitung einer effektiven, erfolgreichen Strategie war es notwendig, den aktuellen Stand des Tourismus in den drei Wattenmeerstaaten zu analysieren, um das Potenzial des Welterbestatus für die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer zu erkennen.

In Bezug auf die strategischen Ziele wurden die folgenden Hauptarbeitsfelder untersucht:

Tourismus und Naturschutz
Zusammenarbeit im Wattenmeer

Das Alleinstellungsmerkmal
"Eine" Weltnaturerbe Destination

Transport, Unterkünfte und Gastronomie
Schlüsselfaktoren für den Tourismus

Umweltbildung und Interpretation
Die Destination mit Leben füllen

Erweiterte Kompetenzen und verbesserte Standards
Entwicklung einer Qualitäts-Destination

Tourismus und Naturschutz

Zusammenarbeit im Wattenmeer

WO STEHEN WIR HEUTE?

Naturschutz, Tourismus und Erholung sind im Wattenmeer dank langfristiger Naturschutzpolitik und umfassender Schutz- und Managementpläne gut aufeinander abgestimmt. Informationen und Schulungen durch verschiedene Organisationen und Sektoren haben ebenfalls für den Erfolg der Zusammenarbeit gesorgt. Engagement und Beiträge des Tourismussektors zum Naturschutz und Kooperationen auf nationaler und regionaler Ebene spielen dabei eine wichtige Rolle.

In Bezug auf den Tourismus gibt es aber auch potenzielle Konflikte. Am naheliegendsten ist wohl das Problem, dass der Status als Welterbe zu einem Anstieg der Touristenzahlen führen könnte und dadurch die natürlichen Werte des Wattenmeers negativ beeinflusst werden könnten. So können Freizeitaktivitäten am Strand seltene Brutvögel beeinträchtigen. Auch inadäquat geplante touristische Einrichtungen und Gebäude im Küstenbereich nahe empfindlicher Naturbereiche geben Anlass zur Sorge.

Deshalb sind Daten über Veränderungen und Auswirkungen auf die Integrität der Stätte durch Tourismus und Freizeitaktivitäten, über die regionale Tourismuswirtschaft, die Präferenzen der Besucher und die Meinung der Anwohner wichtige Informationen für das Management der Welterbestätte.

Bislang gibt es allerdings weder ein gemeinsames Monitoring-Programm noch eine Methodik zur Bewertung dieser Veränderungen und der Auswirkungen auf die regionale Entwicklung.

Der Status als Welterbe gilt als Chance für die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus im gesamten Wattenmeer und nicht so sehr als ein Konflikt zwischen Tourismus und Naturschutz.

FALLSTUDIEN

PLANUNG DES TOURISMUS IN DER KÜSTENZONE

Die Ziele der dänischen Regierung für die Planung des Tourismus in der Küstenzone werden in der "Planung für den Tourismus 2014-2018" der Gemeinde Esbjerg deutlich. Dazu zählen:

> konsequente Überlegungen zur Tourismuspolitik als Voraussetzung für die örtliche Festlegung neuer Urlaubs- und Freizeiteinrichtungen in der Küstenzone,

> neue Urlaubs- und Freizeiteinrichtungen und größere Erweiterungen vorhandener Einrichtungen nur in existierenden Städten oder größeren Ferienorten,

> keine neuen Yachthäfen in der offenen Küstenlandschaft,

> keine Planung neuer Urlaubsgebiete in der Küstenzone und Erhaltung vorhandener Ferienhaussiedlungen für Urlaubszwecke.

SOZIOÖKONOMISCHES MONITORING

Seit dem Jahr 2000 wird im Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer ein sozioökonomisches Monitoring durchgeführt. Dies umfasst:

> Erhebung und Analyse von Daten über den Tourismus und die Auswirkungen des Nationalparks auf die regionale Wirtschaft,

> Erkennen (negativer) Auswirkungen und Trends, um rechtzeitig und angemessen reagieren zu können,

> regelmäßige Abfrage der Beliebtheit und Angemessenheit der Informations- und Naturerlebnisangebote im Nationalpark und der Instrumente zum Naturschutz und Besuchermanagement,

> Analyse der Akzeptanz des Nationalparks bei den Anwohnern und im gesamten Bundesgebiet durch Erhebung ihrer Einstellungen, Meinungen, Erwartungen, Motive und ihrer Zufriedenheit mit der Kommunikation und den (touristischen) Angeboten.

UNSERE CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Die meisten Akteure sehen den Status als Weltnaturerbe als Chance für die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus im gesamten Wattenmeer und nicht so sehr als einen Konflikt zwischen Tourismus und Naturschutz.

Mit dem Status als Weltnaturerbe werden auch die Erfolge im koordinierten, grenzübergreifenden Wattenmeerschutz anerkannt und die bestehenden hohen Standards zum Schutz und Erhalt des Wattenmeers bestätigt.

Von entscheidender Bedeutung ist dabei ein umfassendes Besucherlenkungs- und Informationssystem, um das Wattenmeer adäquat darzustellen und sein Alleinstellungsmerkmal – seinen außergewöhnlichen universellen Wert – zu präsentieren. Dies wird dazu beitragen, dass in kritischen Zeiträumen oder in empfindlichen Bereichen mögliche negative Auswirkungen touristischer Aktivitäten begrenzt werden und die Besucher vermehrt Verständnis und Rücksichtnahme für Schutzmaßnahmen aufbringen.

Um die potenziellen Auswirkungen des Tourismus auf die Integrität des Wattenmeers zu bewerten, soll ein gemeinsamer Ansatz für das gesamte Gebiet verfolgt werden. Weitere Informationen über die Auswirkungen von touristischen Aktivitäten und über die Effektivität von Management-maßnahmen werden dazu zusammengetragen. Die Einrichtung einer einheitlichen Erfassung sozio-ökonomischer Daten könnte die Grundlage eines Monitoring-Programms für die Destination sein.

ERFORDERLICHE SCHRITTE

> Stärkere Teilnahme der Akteure an Planung, Entwicklung und Management eines nachhaltigen Tourismus, Übernahme der Verantwortung für den Schutz des außergewöhnlichen universellen Wertes.

> Effektive Planung des Tourismus entsprechend dem außergewöhnlichen universellen Wert, Minimierung der potenziellen Konflikte zwischen Freizeitaktivitäten und den Werten des Wattenmeers.

> Eine gemeinsame Methodik für Monitoring und Bewertung der Auswirkungen des Tourismus auf die Natur und die sozioökonomischen Werte, zur Unterstützung von Planung und nachhaltiger Entwicklung.

> Umfassende Besucherlenkung und -information, um das Verständnis und das Bewusstsein für den außergewöhnlichen universellen Wert zu verbessern.

Das Alleinstellungsmerkmal

"Eine" Weltnaturerbe Destination

WO STEHEN WIR HEUTE?

In den Niederlanden, Deutschland und Dänemark existieren professionelle, umfassende Marketingstrategien für Inseln und Festlandsküste. Regionale Marketingorganisationen haben zusammen mit lokalen Dienstleistern starke Marken für ihre Küstenbereiche entwickelt. Es gibt hingegen keine Marketingaktivitäten, die das gesamte Weltnaturerbe Wattenmeer als Reiseziel abdecken. Außerdem konkurrieren teilweise ähnliche Marken in derselben Region oder im selben Land, wie z.B. "Nordsee" in Deutschland. Ein weiteres Problem in einigen Gebieten ist die ungleiche Vermarktung von Festland und Inseln.

Der Status als Welterbe wird bereits von vielen Akteuren in den Niederlanden und Deutschland als zusätzliches Marketinginstrument genutzt. Dies ist eine neue und bedeutende Dimension, aber nur wenige Tourismusangebote beziehen sich konsistent und angemessen auf das Weltnaturerbe. Seit der Anerkennung als Weltnaturerbe im Jahr 2009 wurden deshalb mit Partnern aus den Niederlanden und Deutschland gemeinsam diverse Kommunikations- und Marketingaktivitäten durchgeführt. Dadurch wurden Synergien geschaffen, das Profil des Weltnaturerbes geschärft und seine Sichtbarkeit erhöht sowie das Bewusstsein der Besucher und Anwohner in beiden Ländern geweckt. Das Potenzial einer grenzübergreifenden Weltnaturerbe-Marke für die Kommunikation wurde dadurch demonstriert, aber auch die ganze Komplexität einer grenz- und sektorenübergreifenden Zusammenarbeit.

Ein solides Grundwissen über das Weltnaturerbe Wattenmeer als Destination ist bereits vorhanden, aber es gibt noch weiteren Wissensbedarf. Die bestehende Marktforschung weist jedoch keinen einheitlichen wattenmeerweiten Ansatz auf. Die vorhandenen Erhebungen haben einen regionalen Fokus und beziehen sich weder inhaltlich noch räumlich auf das Weltnaturerbe Wattenmeer als Destination. Aus diesem Grund ist eine koordinierte wattenmeerweite Marktforschung erforderlich..

Die gesamte Destination Weltnaturerbe Wattenmeer kann gemeinsam und mit einem wohldurchdachten Marketing viel stärker profitieren als mit einzelnen, nur regional fokussierten Strategien.

FALLSTUDIE

WELTNATURERBE KOMMUNIKATION

Nach der Anerkennung als Welterbe im Jahr 2009 wurde zusammen mit den Akteuren in den Niederlanden und Deutschland eine gemeinsame Kommunikations- und Marketingkampagne gestartet. Ein gemeinsames Weltnaturerbe-Logo, einheitliche Beschilderung an Hauptverkehrsstraßen, eine offizielle Weltnaturerbe-Internetseite und ein Informationsfaltblatt haben das Profil der Welterbestätte geschärft. Des Weiteren wurden über 65 Informationssäulen aufgestellt und im Rahmen der Geschichtenjäger-Kampagne erzählten Anwohner und Besucher unter dem Motto "Werde Teil des Weltnaturerbes" ihre persönlichen Geschichten und Erlebnisse im Wattenmeer.

www.wattenmeer-weltnaturerbe.org

UNSERE CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Voraussetzung für eine strategische Vermarktung der Destination und entsprechender Marktforschung ist ein gemeinsames Verständnis und Bewusstsein für das grenzübergreifende Weltnaturerbegebiet und dessen Schönheit und einzigartige Natur.

Viele Akteure sehen den Welterbestatus als gemeinsame Marketingplattform an, die dabei hilft, Nachhaltigkeitsstandards zu verbessern, Synergien zu schaffen und das nationale und internationale Profil zu schärfen. Viele teilen die Ansicht, dass das Ganze mehr ergibt als die Summe seiner Teile. Die gesamte Destination Weltnaturerbe Wattenmeer kann gemeinsam und mit einem wohldurchdachten Marketing viel stärker profitieren als mit einzelnen, nur regional fokussierten Strategien. Verbesserte Zusammenarbeit, Marktforschung und Kommunikation zwischen den Akteuren aus allen Regionen können für eine optimale Nutzung der Wettbewerbsvorteile sorgen und der gesamten Destination mehr Aufmerksamkeit verschaffen (wovon die Akteure und die Regionen wiederum profitieren). Zusätzlich beugt man dadurch einer unnötigen Konkurrenz zwischen den einzelnen Regionen vor.

Erhebungen über die Besucher des Wattenmeers liefern auch wertvolle Informationen über Ansprüche, Zufriedenheit, Erwartungen, Einstellungen und bevorzugte Aktivitäten der Besucher sowie über die Bedeutung von Nachhaltigkeit im Urlaub und des Welterbestatus als Entscheidungsgrundlage für die Reise.

ERFORDERLICHE SCHRITTE

- Eine starke Marke Weltnaturerbe Wattenmeer, basierend auf dem außergewöhnlichen universellen Wert als Grundlage für die Entwicklung von hochwertigen Produkten, Dienstleistungen und Infrastruktur.
- Ein nachhaltiges Marketingkonzept für die Destination Weltnaturerbe Wattenmeer, welches den Wert der vorhandenen regionalen Marken aufgreift und durch Nutzung von Synergien einen Mehrwert schafft.
- Ein grenzüberschreitendes Marktforschungskonzept und Besucherbefragungen für die Destination Weltnaturerbe Wattenmeer.
- Einheitliche Weltnaturerbe-Kommunikation und Vermarktung hochwertiger Produkte für die gesamte Destination.

Transport, Unterkünfte und Gastronomie

Schlüsselfaktoren für den Tourismus

Der Tourismussektor, besonders Gastgewerbe und Gastronomie, profitiert bereits jetzt finanziell von der intakten und einmaligen Naturlandschaft. Sie könnten von der Aufnahme in die Welterbeliste noch stärker profitieren, weil Welterbe-Besucher tendenziell länger bleiben und bereit sind, mehr Geld auszugeben.

WO STEHEN WIR HEUTE?

TRANSPORT

Die meisten Besucher verwenden für die Anreise zum Wattenmeer das Auto, da dies in der Regel einfacher ist, als öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen. Ausnahmen bilden die direkten Zugverbindungen nach Sylt und zu den Fährhäfen am Festland (Dagebüll Hafen, Norddeich Mole und Harlingen). Prinzipiell sind in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer öffentliche Verkehrsinfrastruktur und die Freizeiteinrichtungen gut entwickelt. Allerdings liegt der Schwerpunkt noch immer auf der Entwicklung einer besseren Infrastruktur für den Autoverkehr und nicht auf der für umweltfreundliche Alternativen für den Besucher. Ausnahmen bilden gute, rentable öffentlicheVerkehrsmittel" in Niedersachsen und die Fähre Den Helder – Texel, um die CO_2-Emissionen zu reduzieren.

UNTERKÜNFTE UND GASTRONOMIE

Unterkünfte und Gastronomie zählen zu den wichtigsten Faktoren bei der Entscheidung für ein Urlaubsziel und Ausflüge vor Ort, sind aber gleichzeitig wichtige Faktoren für die Schaffung von Arbeitsplätzen.

In Dänemark sind Ferienhäuser die häufigste Unterkunftsform, in einigen Bereichen auch Campingplätze. In den Niederlanden und Deutschland spielen Ferienwohnungen, Hotels und Wohnmobilstellplätze eine bedeutende Rolle, in den Niederlanden kommen noch Übernachtungen auf Booten hinzu.

In allen drei Ländern dominieren kleine und mittlere Unternehmen den Markt. Sie bieten ein breites Spektrum an Authentizität für den Besucher und regionalen Produkten, haben allerdings begrenzte Ressourcen für Investitionen in Richtung nachhaltiger Tourismus, Qualitätsentwicklung und Marketing.

Insgesamt steigt die Nachfrage nach Authentizität und Qualität touristischer Angebote in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer. Immer mehr Initiativen werben für regionale Produkte und gastronomische Angebote wie das Nationalpark-Partner Netzwerk.

Aufgrund der unterschiedlichen Gesetzgebung für die regionale Erschließung in den drei Ländern gibt es auch verschiedene Ansätze zur Entwicklung neuer Tourismus-Infrastruktur. Allen gemeinsam ist ein Bedarf an zusätzlichen Flächen. Eine weitere potenzielle Gefahr für sensible Lebensräume ist auf einigen Inseln eine vermehrte Grundwasserentnahme besonders während der Hochsaison.

FALLSTUDIE

URLAUBERBUS FÜR'N EURO

Seit 2009 bietet der "Urlauberbus" in Niedersachsen umweltfreundliche Mobilität zur Erkundung des Nationalparks und seines Hinterlandes. Für 1 Euro pro Fahrt kann jeder Bus in der Ems-Jade-Region benutzt werden. Zunächst in der Hochsaison getestet, gilt das Angebot nun das gesamte Jahr über. Die Initiative war erfolgreich: Im Jahr 2012 hat jeder zehnte Besucher den "Urlauberbus" benutzt. Im gleichen Jahr wurde der Urlauberbus mit dem "Fahrtziel Natur Award" ausgezeichnet.

www.urlauberbus.info

WATTENGOLD

Das niederländische Wattengold ist eine Marke für nationale Produkte und Dienstleistungen aus der niederländischen Wattenmeerregion. Verwaltet wird die Marke von der Stichting Waddengroep (Stiftung Wattengruppe), einer gemeinnützigen Organisation. Sie umfasst 300 Produkte, in der Regel landwirtschaftlich und aus biodynamischem Anbau, und etwa 75 Dienstleistungen aus Tourismus, Gastronomie, Kunst und Kultur.

www.waddengoud.nl

UNSERE CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Die Verkehrsanbindungen der Regionen und die Verkehrsverbindungen in den Regionen (Bus- und Bahnverbindungen) müssen ausgebaut, stärker vernetzt und umweltfreundlicher ausgestaltet werden. Dazu zählen auch Verkehrsverbundsysteme und E-Mobilität. Touristische Leistungsträger und ihre Gäste sollten verstärkt über Angebote öffentlicher Verkehrsmittel informiert werden, um dadurch zur Reduzierung der CO_2-Emissionen beizutragen.

Eine nachhaltige Infrastruktur und ein Verkehrsnetz sollte entwickelt werden, um das Reisen entlang der Küste zu ermöglichen, z.B. durch Entwicklung von grenzüberschreitenden Rad-, Wander- und Kajakrouten, die sich in touristische Angebote zum Weltnaturerbe integrieren lassen.

Der Tourismussektor profitiert bereits jetzt finanziell von der intakten und einmaligen Natur und Landschaft und der Auszeichnung als Weltnaturerbe. Sie könnten davon noch stärker profitieren, weil Welterbe-Besucher tendenziell länger bleiben und bereit sind, mehr Geld auszugeben. Hochwertige und nachhaltige (Gastronomie-)Produkte könnten noch stärker zum Naturschutz und zur nachhaltigen Entwicklung beitragen.

Umweltfreundliche Verkehrsmittel und Unterkünfte tragen zum Erhalt des Weltnaturerbes Wattenmeer und zur Schärfung seines Profils als CO_2-neutrales Touristenziel bei. Dies ist ein wichtiger Marketingansatz für die Destination.

ERFORDERLICHE SCHRITTE →

- Verbesserte Partnerschaft und Zusammenarbeit zwischen Tourismusbranche und Naturschutz.
- Effiziente, nachhaltige öffentliche Verkehrsmittel für alle Besucher zu und in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer mit verständlichen, gut zugänglichen Informationen.
- Vernetzung der vorhandenen Verkehrssysteme und Infrastrukturen, einschließlich der Einrichtungen für E-Mobilität, sowie Wandern und Radfahren.
- Effiziente, qualitativ hochwertige und nachhaltige Produkte, Dienstleistungen und Einrichtungen für Verkehr, Gastgewerbe und Gastronomie, die auch zur Reduzierung von Energie- und Wasserverbrauch und CO_2-Emissionen beitragen können.

Umweltbildung und Interpretation

Die Destination mit Leben füllen

WO STEHEN WIR HEUTE?

Über 50 Informations- und Besucherzentren spielen eine wichtige Rolle in der Vermittlung der natürlichen Werte, der Faszination und der weltweiten Bedeutung des Weltnaturerbes Wattenmeer an Anwohner, Interessenpartner und Besucher. Seit der Ernennung als Weltnaturerbe wurden in den Niederlanden und Deutschland bereits verstärkt Informationen zu diesem Thema in die bestehenden Ausstellungen und geführte Touren integriert.

Die Internationale Wattenmeerschule (IWSS) hat zusammen mit den Informationszentren ein breites Spektrum an Informations- und Bildungsprodukten entwickelt, die das Weltnaturerbe Wattenmeer als eine ökologische Einheit darstellen, die gut geschützt ist und eine Vielzahl von authentischen Naturerlebnissen bietet.

Seit vielen Jahren gibt es regionale Netzwerke aus Informationszentren, Nationalparks und Schulen wie die "Wattenmeerschule" in den Niederlanden, die "Junior Ranger" in Deutschland und das Programm "Mein Wattenmeer" in Dänemark. Neben den organisierten Informationsveranstaltungen und Besucherführungen besteht bei den örtlichen Leistungsträgern ein zunehmendes Interesse, ihren Besuchern auch etwas Außergewöhnliches zu bieten, z.B. Touren, die die Besonderheiten und die Einzigartigkeit des Weltnaturerbes Wattenmeer erlebbar machen.

Die größte Herausforderung besteht darin, das Konzept des außergewöhnlichen universellen Wertes in vorhandenem und künftigem Informationsmaterial und Umweltbildungsmaßnahmen einheitlich und ansprechend darzustellen

Die Entwicklung und Bewerbung authentischer Naturerlebnisangebote kann sowohl die jetzigen Besucher binden als auch neue Besuchersegmente erschließen

FALLSTUDIE

Die 'Five'

Die Tourismusorganisation Nordsee-Tourismus-Service (NTS) und der Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer haben gemeinsam mit Naturschutzverbänden Naturerlebnisangebote entwickelt. Dazu gehören die "Small Five" (die fünf häufigsten benthischen Tiere), die "Flying Five" (typische Vögel) und die "Big Five" (Meeressäuger, Stör, Seeadler). Auf diesen Ausflügen erleben die Besucher das Weltnaturerbe, ohne Flora und Fauna zu stören. In einem Heft für Kinder, das zusammen mit der IWSS entwickelt wurde, finden sich daneben noch die "Moving Five" (bewegliche Strukturen wie Dünen und Wattflächen) und die "Flowering Five" (Pflanzen der Salzwiesen und Dünen), womit die typischen Arten und Habitate des Wattenmeers abdeckt sind.

UNSERE CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Das Welterbe bietet die Chance, die Zusammenarbeit, aktive Teilnahme und die Vernetzung zwischen den verschiedenen Akteuren auszubauen, um das Verständnis für die weltweite Bedeutung des Wattenmeeres zu verbessern. Die größte Herausforderung besteht darin, das Konzept des 'außergewöhnlichen universellen Wertes' in bestehende und künftigem Umweltbildungsmaßnahmen einheitlich und ansprechend zu integrieren.

Besucherinformationen und Umweltbildung zum Weltnaturerbe sollten einheitliche Botschaften enthalten. Dies wird dazu beitragen, das Verständnis für und die Einsicht in Schutzziele und -maßnahmen zu vergrößern und Besucher und Anwohner für den Erhalt und den Schutz des Wattenmeeres zu gewinnen. Voraussetzung ist, dass das Personal in den Besucherzentren gut ausgebildet ist und das Konzept des ‚außergewöhnlichen universellen Wertes' in die Informationsarbeit integrieren kann. Nur mit einer kohärenten Botschaft können die Werte des Weltnaturerbes effektiv vermittelt werden.

Die Entwicklung und Bewerbung authentischer Naturerlebnisangebote kann sowohl die jetzigen Besucher binden als auch neue Besuchersegmente erschließen, z.B. durch "Erlebnispakete" für Familien mit Kindern und eine größere Auswahl für viele "Best Ager". Pauschalangebote in der Nebensaison können die natürlichen Kräfte und die Dynamik des Weltnaturerbes erlebbar machen – zum Beispiel durch das spektakuläre Schauspiel des Vogelzugs – und Menschen ansprechen, die auf der Suche nach "Abenteuern" sind.

ERFORDERLICHE SCHRITTE

- Ausbildungsangebote und -aktivitäten zur Erhaltung des außergewöhnlichen universellen Wertes und zur Verbesserung der Wertschätzung des Welterbes Wattenmeer.
- Authentische Naturerlebnisangebote als integraler Bestandteil einer nachhaltigen Destination Weltnaturerbe Wattenmeer
- Besseres Wissen um und Wertschätzung für das niederländisch-deutsch-dänische Wattenmeer als ökologische Einheit unter allen Akteuren.
- Bessere Vermittlung des außergewöhnlichen universellen Wertes und seiner Wahrnehmung bei Akteuren, Anwohnern und Gästen.

Erweiterte Kompetenzen und Verbesserte Standards

Entwicklung einer Qualitäts-Destination

WO STEHEN WIR HEUTE?

Das grenzübergreifende Wissen und das Bewusstsein für die natürlichen Werte des Wattenmeers und seines Status als Weltnaturerbe sind entscheidend für den Aufbau einer nachhaltigen Destination Weltnaturerbe Wattenmeer. Es ist wichtig, dass die Interessenpartner bereit sind, ihr Wissen und Bewusstsein zu erweitern und die Inhalte der Marke Weltnaturerbe zu verinnerlichen. Dieses neue Know-how müssen sie in ihre professionelle Arbeit integrieren, damit sie den Besuchern das Wattenmeer als ein außergewöhnliches Erlebnis nahe bringen können. Nur begeisterte Gäste sind motiviert wiederzukommen und anderen das Weltnaturerbe Wattenmeer als Reiseziel zu empfehlen.

Erfolgreiche Beispiele für die Erweiterung der Kompetenzen touristischer Leistungsträger sind z.B. die Fortbildungen der Partnerschaftsprogramme der deutschen Nationalparks. Der Fokus dieser Programme liegt meist auf regionaler Ebene, es werden aber auch Weltnaturerbe-Aspekte berücksichtigt.

Es gibt einen immer stärkeren Trend hin zu Reisezielen, die zertifizierte nachhaltige, umweltfreundliche und regionale Produkte anbieten. Viele regionale oder nationale Zertifizierungsprogramme für diverse touristische Dienstleistungen im Wattenmeer enthalten bereits Nachhaltigkeitskriterien. Abgesehen von den Nationalpark-Partnerschaften haben allerdings nur wenige Qualitätssiegel eine direkte Verbindung zu den Werten des Weltnaturerbes. Ein koordiniertes Zertifizierungsprogramm, das die gesamte Wattenmeerregion umfasst, existiert zur Zeit ebenfalls nicht.

Um das Weltnaturerbe Wattenmeer als hochwertige Destination zu positionieren, ist ein gemeinsamer, grenzübergreifender Ansatz in einem forschungsgestützten Rahmen, ein verstärktes Bewusstsein für die Werte des Naturraums und die Bereitschaft zur Weiterbildung seitens aller Beteiligten nötig.

Um das Weltnaturerbe Wattenmeer als hochwertige Destination zu positionieren, ist ein gemeinsamer grenzübergreifender Ansatz in einem forschungsgestützten Rahmen, eine verstärkte Sensibilisierung für die Werte des Naturraums und die Bereitschaft zur Weiterbildung seitens aller Beteiligten nötig. Eine effektive, einheitliche Marke Weltnaturerbe Wattenmeer unterstützt diese Ziele indem sie einen Mehrwert für die beteiligten Partner schafft.

Die Erweiterung der Kompetenzen und des Bewusstseins von (lokalen) Interessenspartnern durch Qualifizierung und Weiterbildung wird auch dazu beitragen, das Wissen über das Wattenmeer allgemein und auf andere Bereiche des Tourismus zu erweitern. Menschen und Unternehmen im Tourismussektor sind die Botschafter der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer. Sie werden dabei helfen, das Profil der Destination als Ganzes zu schärfen, die Zusammenarbeit zwischen Dienstleistern und lokaler Bevölkerung zu stärken und qualifizierte Arbeitskräfte in der Region zu erhalten.

Der Status als Weltnaturerbe bietet außerdem viel Potenzial, um hochwertige touristische Angebote zu vermarkten und die Zufriedenheit bei den Gästen zu erhöhen. Dazu ist die Entwicklung von gemeinsamen Standards notwendig, die sich einfach kommunizieren und in die vorhandene Strukturen integrieren lassen.

FALLSTUDIE

PARTNERSCHAFT DER NATIONALPARKS

Die deutschen Nationalparks haben Nationalpark-Partner-Programme eingerichtet, an denen Vertreter aus Gastgewerbe, Gastronomie, Verkehrsgewerbe, Naturschutzorganisationen, Tourismusorganisationen, Informationszentren und Reiseveranstalter teilnehmen können. Die Programme setzten auf spezifische Umweltschutzkriterien und ein Engagement für den Nationalpark. Ziel sind hochwertige Serviceleistungen und eine umweltfreundliche Wirtschaftsweise.

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

DER EHRENKODEX FÜR WATTENFREUNDE

Der niederländische Ehrenkodex für Wattenfreunde enthält Vereinbarungen zwischen Schiffsbetreibern und staatlichen Stellen über Bootsfahrten im Wattenmeer. Ein qualitätsbasierter Ansatz beim Bootsbetrieb soll den Schutz und Erhalt des Wattenmeers unterstützen. Außerdem sollen die negativen Auswirkungen von Bootsfahrten auf die Ökologie des Wattenmeeres minimiert werden.

Kommuniziert wird dieser qualitätsbasierte Ansatz mit der Kampagne "Ich passe auf das Wattenmeer auf". Er umfasst Ausbildung, Beratung und Informationen, um das Bewusstsein für die Besonderheiten des Wattenmeers zu wecken. Je mehr die Freizeitkapitäne sich dieser Werte bewusst sind, desto größer ist die Bereitschaft, sich rücksichtsvoll zu verhalten.

www.ikpasophetwad.nl

ERFORDERLICHE SCHRITTE

- Stärkeres Bewusstsein für die gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und naturschutzbezogenen Vorteile der Marke Weltnaturerbe Wattenmeer unter den Akteuren.
- Gemeinsame, hohe Standards und Qualität von nachhaltigen Produkten und Angeboten für die Destination Weltnaturerbe Wattenmeer.
- Erweiterte Kompetenzen der Akteure und Instrumente für ein effizientes, verantwortungsvolles und nachhaltiges Tourismusmanagement.

Nachhaltiger Tourismus
So funktioniert es

Diese Strategie wird nur dann ein Erfolg sein, wenn es gelingt, einen konsistenten Ansatz für eine gemeinsame Kommunikation zu schaffen, den nachhaltigen Tourismus zu stärken und gleichzeitig das hohe Niveau des Naturschutzes zu bewahren. Ein wesentlicher Bestandteil der Strategie ist es, Erfahrungen auszutauschen, voneinander zu lernen und sich über Ländergrenzen hinweg besser darüber zu verständigen, wie nachhaltiger Tourismus in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer aussehen soll.

Diese Vision für die Destination Weltnaturerbe Wattenmeer wird im Rahmen von vier strategischen Zielen umgesetzt, um eine konzertierte und effektive Umsetzung auf den wichtigsten Arbeitsfeldern langfristig zu gewährleisten.

Unser Ansatz für die Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer

Vision

In der gesamten Destination Weltnaturerbe Wattenmeer gehen Naturschutz und nachhaltiger Tourismus Hand in Hand. Ihre Verbindung basiert auf gegenseitiger Wertschätzung, Verständnis, Erfahrungen und die aktive Einbeziehung aller Akteure.

Die Menschen, die einen Teil der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer besuchen, dort leben oder arbeiten, sind sich des außergewöhnlichen universellen Wertes und der einzigartigen Landschaft bewusst und wissen diese zu schätzen. Sie engagieren sich für den Erhalt dieser Werte zum Nutzen der heutigen und künftiger Generationen.

Örtliche Unternehmen und die Bevölkerung profitieren wirtschaftlich und gesellschaftlich von den hochwertigen Angeboten, welche die Integrität und die ökologischen Anforderungen an das Weltnaturerbe Wattenmeer unterstützen.

Analyse der Arbeitsfelder

- **Tourismus und Naturschutz** – *Zusammenarbeit im Wattenmeer*
- **Das Alleinstellungsmerkmal** – *"Eine" Weltnaturerbe Destination*
- **Transport, Unterkünfte und Gastronomie** – *Schlüsselfaktoren für den Tourismus*
- **Umweltbildung und Interpretation** – *Die Destination mit Leben füllen*
- **Erweiterte Kompetenzen und verbesserte Standards** – *Entwicklung einer Qualitäts-Destination*

Strategische Ziele

1. Alle Akteure haben ein grenzübergreifendes Verständnis für die Weltnaturerbestätte Wattenmeer und wertschätzen sie.
2. Alle Akteure engagieren sich im Tourismusmanagement und in der Produktentwicklung, übernehmen Verantwortung für den Schutz des ‚außergewöhnlichen universellen Wertes' und tragen zu seinem Erhalt bei.
3. Der Tourismussektor leistet konsistente Kommunikations- und Marketingarbeit und bewirbt die hochwertigen Tourismusangebote in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer.

4. Naturschutz, Tourismus und örtliche Bevölkerung profitieren vom Status des Wattenmeeres als Weltnaturerbe

Aktionsplan

Schutz des außergewöhnlichen universellen Wertes des Weltnaturerbes Wattenmeer + **Gesellschaftliche, ökonomische und ökologische Vorteile**

Erstes Strategisches Ziel

Alle Akteure haben ein grenzübergreifendes Verständnis für die Werte des Weltnaturerbes Wattenmeer und schätzen sie.

1

Ein umfassendes, grenzübergreifendes Verständnis und Wertschätzung des Welterbekonzeptes und dessen Mehrwerts ermöglicht es den Akteuren, diese Werte in ihre Arbeit zu integrieren. Dies stärkt zusätzlich die Identifikation mit der Region und den Stolz auf die Auszeichnung.

DIESES ZIEL WIRD ERREICHT DURCH:

1. **Erhöhung des Bewusstseins der Akteure für das Weltnaturerbe und seinen Nutzen für Naturschutz, Wirtschaft und Gesellschaft.**

Die Akteure werden über das Weltnaturerbe und seine Vorteile angemessen informiert. Dies umfasst die Erstellung von speziell zugeschnittenen Informationspaketen, Kommunikationsinstrumenten und Marketingmaterialien zum Weltnaturerbe für verschiedene Kommunikationswege (z.B. Druck, Internet, regionale Arbeitsgruppen) sowie die Beteiligung der Partner an Aktivitäten, wie Weltnaturerbe-Tagen und gemeinsamen Kampagnen.

2. **Bereitstellung von Kapazitäten und Instrumenten für die Akteure, um Tourismus effizient, verantwortungsvoll und nachhaltig zu gestalten und dies in Bezug auf die lokalen Bedürfnisse umzusetzen (z.B. Qualifizierung, Aus- und Fortbildung, gute Praxisbeispiele, Umweltbildung, Informationsaustausch, Vernetzung).**

Qualifizierung und Ausbildung der Akteure in Bezug auf das Welterbe sichert Glaubwürdigkeit und Qualitätsanspruch innerhalb der gesamten Destination Weltnaturerbe Wattenmeer. Zu diesem Zweck sollten spezielle Ausbildungskurse für Dienstleister in den Bereichen Sprache und Rhetorik, Umweltbildung, Naturschutz und Nachhaltigkeit entwickelt werden. Bewährte Praxisbeispiele sowie bereits bestehende Programme sollten in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer kommuniziert und ausgetauscht werden.

3. **Entwicklung von Bildungsressourcen sowie Stärkung des Stolzes auf das Weltnaturerbe Wattenmeer.**

Eine wichtige Rolle in Umweltbildung und Kommunikation des Wattenmeeres spielen die mehr als 50 Informationszentren. Sie sollten enger zusammenarbeiten und gezielt Materialien für Multiplikatoren und den Bildungssektor entwickeln. Bestehende Umweltbildungsprogramme sollten stärker integriert werden und die Zusammenarbeit mit Kindergärten, Schulen und Universitäten sollte intensiviert werden. Eine emotionale Verbundenheit und Identifikation mit dem Weltnaturerbe stärkt den Stolz auf die Region.

Zweites Strategisches Ziel

Die Akteure sind durch Engagement im Tourismusmanagement und in der Produktentwicklung für den Schutz des ‘außergewöhnlichen universellen Wertes’ verantwortlich und tragen zu ihm bei.

2

Die umfassende Einbindung der Akteure in Planung, Entwicklung und Management des nachhaltigen Tourismus stärkt deren Engagement und Mitwirkung beim Schutz der Weltnaturerbestätte Wattenmeer. Die Akteure (insbesondere aus dem Tourismussektor) werden motiviert, in Bezug auf den Naturschutz verantwortungsvoll zu handeln und gleichzeitig gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Nutzen für die Region bereitzustellen. Aufgrund der großen regionalen Unterschiede im Destinationsmanagement, im Marketing sowie in der Tourismusinfrastruktur liegt das Hauptziel darin, einen einheitlichen Ansatz für die Gesamtregion zu finden, um so Glaubwürdigkeit und hohe Qualität in der gesamten Destination Weltnaturerbe Wattenmeer sicherzustellen.

Die Entwicklung von touristischen Produkten und Dienstleistungen, die den ‚außergewöhnlichen universellen Wert‘ des Weltnaturerbes unterstützen, wird zu einem qualitativ hochwertigen und naturverträglichen Besuchserlebnis des Weltnaturerbes und der Destination als Ganzes beitragen.

DIESES ZIEL WIRD ERREICHT DURCH

4. **Gemeinsames Tourismusmanagement und Planung für das gesamte Weltnaturerbe ausgehend vom ‚außergewöhnlichen universellen Wert' des Gebiets und im Rahmen eines Destinationsansatzes.**

Durch die verstärkte Beteiligung des Tourismussektors an Management und Planung werden das gemeinsame Engagement und die Verantwortung zum Schutz und Erhalt des Weltnaturerbes unterstrichen. Hierbei sollten auch die weitere Harmonisierung von Besuchermanagement und -lenkung sowie Monitoring und die Bewertung der Auswirkungen des Tourismus berücksichtigt werden. Die Themenbereiche Infrastrukturentwicklung und nachhaltiger Verkehr sollten in Planungsprojekte integriert werden; Aktivitäten sollten auf bestehenden Projekten aufbauen.

5. **Stärkung der Marke Weltnaturerbe Wattenmeer als Grundlage für die Entwicklung von hochwertigen Produkten, Dienstleistungen und Infrastruktur (gemeinsame Standards und Qualitätsprogramme).**

Die neue Marke Weltnaturerbe Wattenmeer verleiht bereits bestehenden Marken eine zusätzliche Wertigkeit (durch Co-Branding). Voraussetzung dafür ist die Entwicklung einer Markenstrategie für ein gemeinsames Verständnis der Marke, sowie deren Kommunikation und Marketing. Die Entwicklung gemeinsamer Standards und Qualitätsprogramme für das Weltnaturerbe sollte an bereits bestehende Partnerschaftsprogramme anknüpfen. Nachhaltige, hochwertige, naturverträgliche und klimafreundliche Tourismusangebote und -produkte sollten entwickelt werden, die dem Besucher ermöglichen, die ‚Magie' des Weltnaturerbes Wattenmeer zu erleben.

6. **Eine nachhaltige, zukunftsfähige Destination Weltnaturerbe Wattenmeer basierend auf grenzüberschreitender Zusammenarbeit und Partnerschaft.**

Der Welterbestatus bietet die Gelegenheit, das Profil des Wattenmeeres als nachhaltige Tourismus-Destination zu schärfen. Gleichzeit trägt er zum Schutz und Erhalt des Gebietes bei und schafft Anreize für den Tourismussektor. Der neue, grenzüberschreitende Ansatz einer Destination Weltnaturerbe Wattenmeer sollte in breiter Partnerschaft entwickelt werden, aufbauend und in Weiterentwicklung auf die bestehenden regionalen und lokalen Destinationen.

Drittes Strategisches Ziel

Der Tourismussektor leistet konsistente Kommunikations- und Marketingarbeit und bewirbt die hochwertigen Tourismusangebote in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer.

3

Akteure und (potenzielle) Besucher erwarten von einer Welterbestätte einen hochwertigen Tourismus, der ihren ‚außergewöhnlichen universellen Wert' bewahrt und zu ihrem Schutz beiträgt. Dieses hohe Niveau muss sich auch in Marketing und Werbung für nachhaltigen Tourismus widerspiegeln, wodurch das Profil des Wattenmeers noch zusätzlich geschärft wird, sowohl auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene. Ein gemeinsamer Marketingansatz und eine einheitliche Kommunikation sind hier vonnöten, um Glaubwürdigkeit und Authentizität der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer sicherzustellen.

DIESES ZIEL WIRD ERREICHT DURCH

7. **Entwicklung eines gemeinsamen Marketingansatzes (Produkte, Dienstleistungen, Infrastruktur) für die Destination Weltnaturerbe Wattenmeer, der einen Beitrag zu den Zielen der Welterbekonvention leistet.**

Sowohl für neue als auch für bereits bestehende Angebote sollte eine einheitliche, grenzüberschreitende Marketingstrategie entwickelt werden. Das interne Marketing (Business-to-Business, Reiseveranstalter, Reisebüros) und die Zusammenarbeit mit den nationalen Tourismusorganisationen sind auszuweiten.

8. **Einbindung des Welterbemarketings in bereits bestehende regionale und nationale Marketingaktivitäten.**

Die Akteure müssen das Thema Weltnaturerbe in einer Weise in ihre bereits bestehenden Marketing- und Kommunikationsaktivitäten einbinden, die sichergestellt, dass Qualität und Inhalt mit der gemeinsamen Marke "Weltnaturerbe Wattenmeer" übereinstimmen und auf diese Marke einzahlen.

9. **Weiterführung gemeinsamer Kommunikations- und Informationsaktivitäten zur Schärfung des Profils und der Sichtbarkeit der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene**

Der Welterbestatus bietet die Gelegenheit, durch Zusammenarbeit bei gemeinsamen Kommunikationsaktivitäten, welche die gesamte Region des Welterbes Wattenmeer abdecken, neue Synergien zu schaffen. Dies umfasst gemeinsame, jährlich stattfindende Kampagnen, Publikationen (z.B. einen gemeinsamen Weltnaturerbe-Reiseführer), Internetveröffentlichungen (Website und neue Medien) und Medienkooperationen, sowie ein gemeinsames Merchandising

Viertes Strategisches Ziel

Naturschutz, Tourismus und örtliche Bevölkerung profitieren vom Status des Wattenmeeres als Weltnaturerbe.

4

Ein nachhaltiger Tourismus bietet nicht nur Vorteile für den Schutz und Erhalt des Weltnaturerbes Wattenmeer, sondern auch für die Akteure in der Region. Dies wird deutlich sowohl im verstärkten Engagement der Akteure bei der grenzübergreifenden Zusammenarbeit zum Thema Weltnaturerbe als auch in der Wertschätzung des Naturschutzes als Grundlage des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wohls. Durch den Welterbestatus wird wiederum die Sichtbarkeit des Wattenmeers als hochwertige Destination erhöht, wodurch neue Einnahmequellen für die Region erschlossen werden. Der Welterbestatus kann außerdem zur regionalen Entwicklung in sämtlichen Bereichen beitragen und damit die Lebensqualität für die örtliche Bevölkerung erhalten und verbessern.

DIESES ZIEL WIRD ERREICHT DURCH

10. Vermehrtes Engagement der Akteure bei transnationalen Maßnahmen zum Thema Weltnaturerbe (grenzüberschreitende Partnerschaften und Vernetzung, Zusammenarbeit mit anderen Welterbestätten und den UNESCO Programmen).

Die Akteure weiten ihr Engagement in der Trilateralen Wattenmeerkooperation aus und nehmen an trilateralen und internationalen Projekten teil. Durch die Zusammenarbeit und Vernetzung mit anderen Welterbestätten wird ein Beitrag zu den UNESCO Programmen für maritime Welterbestätten und nachhaltigen Tourismus geleistet und das Wattenmeer als ein internationales Modell präsentiert.

11. Nutzung von Weltnaturerbe und nachhaltigem Tourismus als ein Instrument für die Verbesserung der Lebensqualität für die örtliche Bevölkerung und für eine nachhaltige regionale Entwicklung.

Der Status als Welterbe kann als Katalysator für eine nachhaltige Entwicklung dienen. Es sollte untersucht werden, wie dieses Potenzial für ausgewählte Bereiche in einem grenzübergreifenden Kontext genutzt und wie dies wiederum den entsprechenden Akteuren kommuniziert werden kann.

12. Bereitstellung von Erlösen aus dem hochwertigen Tourismus für die Akteure und für den Schutz des Weltnaturerbes Wattenmeere.

Ein hochwertiger Tourismus, basierend auf dem ‘außergewöhnlichen universellen Wert’ des Weltnaturerbes, bietet Möglichkeiten, zusätzliche Mittel für Natur- und Bildungsprojekte zu generieren, entweder über Spenden oder direkte Finanzierung. Auch Firmen in der Region könnten einen Beitrag zum Schutz und Erhalt des Wattenmeers leisten. Es sollte untersucht werden, welche Möglichkeiten der finanziellen Unterstützung für das Weltnaturerbe in Frage kommen.

Die Akteure

DIE WICHTIGSTEN AKTEURE

Damit diese Strategie für nachhaltigen Tourismus erfolgreich ist, müssen sich alle Akteure im Rahmen ihrer Möglichkeiten engagieren und die Umsetzung dieses Konzeptes aktiv vorantreiben.

Außerdem ist es unverzichtbar, dass sie zu den gemeinsamen Aktivitäten dieser Strategie und des Aktionsplans beitragen, sich diese zu eigen machen und sie mit Leben füllen.

DIE WICHTIGSTEN AKTEURE SIND:

- **Vertragsstaaten, regionale und lokale Behörden:** verantwortlich für die Umsetzung der Welterbekonvention, für die Entwicklung und Umsetzung von Grundsätzen und Strategien zum Schutz und Erhalt des Weltnaturerbes Wattenmeer sowie für die Unterstützung einer nachhaltigen Entwicklung und eines effektiven Managements;
- **Lokale Bevölkerung:** erstrebt eine bessere Lebensqualität bei gleichzeitiger Erhaltung der Integrität und des Zugangs zu dem Naturerbe, das ihre Geschichte und Identität darstellt. Sie spielen eine wichtige Rolle als Botschafter für die Destination Weltnaturerbe Wattenmeer;
- **Tourismussektor:** strebt langfristige wirtschaftliche und gesellschaftliche Vorteile an und erkennt eine intakte Natur als Basis für das wirtschaftliche Wohl an;
- **Nichtregierungsorganisationen:** schärfen das Bewusstsein für das Naturschutzgebiet und tragen zum Schutz und Management des Weltnaturerbes Wattenmeer bei.

POLITISCHE STEUERUNG UND KOORDINATION

Die Umsetzung der Strategie und des Aktionsplanes wird von der trilateralen Arbeitsgruppe ‚Strategie für einen nachhaltigen Tourismus' (Task Group Sustainable Tourism Strategy - TG-STS) koordiniert. Dies geschieht im Rahmen der Trilateralen Kooperation zum Schutz des Wattenmeers (http://www.waddensea-secretariat.org).

Die Mitglieder der TG-STS vertreten staatliche und regionale Naturschutzverwaltungen, Ministerien, Tourismus- und Marketingorganisationen und Nichtregierungsorganisationen, die am Management und der Tourismusplanung im und am Weltnaturerbe Wattenmeer beteiligt sind.

Die Arbeit ist in vorhandene Strukturen eingebettet, wie zum Beispiel die Weltnaturerbe-Arbeitsgruppen in Schleswig-Holstein und Niedersachsen und die Nationalparkbeiräte in Deutschland und Dänemark sowie das Wattenmeerforum auf trilateraler Ebene.

ZEITRAHMEN FÜR PLANUNG, BERICHTE UND TREFFEN

Die TG-STS trifft sich zweimal jährlich und ist verantwortlich für die Umsetzung der Strategie und des Aktionsplanes. Sie berichtet über den Fortschritt in der Umsetzung und ist das Bindeglied zu den Akteuren in den Regionen, um deren Engagement für die Umsetzung der Strategie zu gewährleisten.

Koordiniert wird die Arbeit an der Strategie und am Aktionsplan durch das Gemeinsame Wattenmeersekretariat (CWSS), das die Aktivitäten der Trilateralen Kooperation koordiniert, fördert und unterstützt.

Die Nächsten Schritte: Der Aktionsplan

Die Strategie wird umgesetzt durch einen Aktionsplan für die Jahre 2014 - 2017 und später, der Themen, Prioritäten, Zeitplanungen und Budgets enthält.

Zusätzliche Projektmittel, besonders für größere Initiativen des Aktionsplans, werden bei Bedarf bei den teilnehmenden Interessenpartnern und über Dritte eingeworben.

Der Aktionsplan wird als Arbeitsplan fortgeschrieben und jährlich neu bewertet und, falls erforderlich, entsprechend angepasst, um sicherzustellen, dass er weiterhin die Ziele der Strategie und die Ansprüche der Akteure erfüllt.

WIE KÖNNEN SIE DAZU BEITRAGEN?

Alle Akteure sind eingeladen, sich an dem Aktionsplan zu beteiligen und zu prüfen, in welcher Form sie einen Beitrag zu den einzelnen Aktivitäten leisten können.

Es gibt ein breites Spektrum an unterschiedlichen Aktivitäten zu verschiedenen Themen, alle mit dem Ziel, einen erfolgreichen nachhaltigen Tourismus zu entwickeln und den außergewöhnlichen universellen Wert des Wattenmeeres zu erhalten.

Durch Ihr Engagement für den Aktionsplan und aktiver Zusammenarbeit kommen wir gemeinsam und im gegenseitigen Nutzen in den Genuss der Vorteile, die ein nachhaltiger Tourismus in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer bietet

www.weltnaturerbe-wattenmeer.de
www.prowad.org (in Englisch)

Ansprechpartner

TRILATERALE KOORDINATION

Herr Harald Marencic
Gemeinsames Wattenmeersekretariat
Virchowstr. 1
D - 26382 Wilhelmshaven
Tel: +49 (0)4421 9108-15
Fax: +49 (0)4421 9108-30
marencic@waddensea-secretariat.org

Frau Elze Klinkhammer
Vorsitzende der Arbeitsgruppe TG-STS
8925 GZ Leeuwarden
Tel: +31 6 - 520 847 35
eb.klinkhammer@gmail.com

Frau Anja Domnick (PROWAD)
Gemeinsames Wattenmeersekretariat
Virchowstr. 1
D - 26382 Wilhelmshaven
Tel: +49 (0)4421 9108-24
Fax: +49 (0)4421 9108-30
domnick@waddensea-secretariat.org

DIE NIEDERLANDE

Frau Femke van Akker
Provincie Fryslan, Afdeling Economie, Recreatie en toerisme
Postfach 20120, 8900 HM
Leeuwarden
Tel: + 31 (0)58 292 5827
Fax: + 31 (0)58 - 292 5125
f.g.vanakker@fryslan.nl

Herr Eric Neef
Koninklijke Nederlandse Toeristenbond
ANWB Postfach 46
9480 AA Vries
Tel: +31 (0) 592 580834
Fax: +31 (0)592 543888
Mobil: +31 (0)6 51358296
eneef@anwb.nl

Herr Albert-Jan Zijlstra
Waddeneilanden-Samenwerkingsverband VAST
Waddenpromenade 1-7,
Postfach 203, NL 8860 AE Harlingen
Tel: +31 625387156
ajzijlstra@dewaddeneilanden.nl

Frau Hanita van der Schaaf
Beleef Friesland
Heliconweg 62, 8914 AT
Postfach 699, 8901 BL Leeuwarden,
Tel: + 31 (0) 58 233 0740|
Fax: + 31 (0) 58 233 0749
Mobil: + 31 (0) 64 523 5999
HvanderSchaaf@fryslanmarketing.nl

DEUTSCHLAND

Frau Barbara Engels
Bundesamt für Naturschutz (BfN)
Konstantinstr. 110
D-53179 Bonn
Tel: + 49-(0)228-8491-1746
Fax: + 49-(0)228-8491-1719
barbara.engels@bfn.de

DEUTSCHLAND – SCHLESWIG-HOLSTEIN

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

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

Frau Kerstin Schneider
Ministerium für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein
Postfach 7128
D - 24171 Kiel
Tel: +49 (0)431-988-5148
Kerstin.Schneider@wimi.landsh.de

Frau Constanze Höfinghoff
Nordsee-Tourismus-Service GmbH (NTS)
Zingel 5
D - 25813 Husum
Tel: +49(0)4841 897512
Fax: +49 (0)4841 4843
constanze.hoefinghoff@nordseetourismus.de

DEUTSCHLAND – NIEDERSACHSEN

Herr Arndt Meyer-Vosgerau
Nationalparkverwaltung Niedersächsisches Wattenmeer
Virchowstr. 1
D - 26382 Wilhelmshaven
Tel: +49 (0)4421 911 269
arndt.meyer-vosgerau@nlpv-wattenmeer.niedersachsen.de

Herr Oliver Melchert
Die Nordsee GmbH
Olympiastrasse 1
D - 26419 Schortens
Tel: +49 (0)4421-956099-7
Fax: +49 (0)4421-956099-9
melchert@die-nordsee.de

Frau Stephanie Rohenkohl
Niedersäschsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr
Regierungsvertretung Oldenburg
Theodor-Tantzen-Platz 8
26122 Oldenburg
Tel: +49 (0)441/799 2395
Fax: +49 (0)441/799 6 2395
Stephanie.Rohenkohl@rv-ol.niedersachsen.de

DEUTSCHLAND – HAMBURG

Frau Gabriele Meusel
Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt
Freie und Hansestadt Hamburg
Stadthausbrücke 8
D - 20355 Hamburg
gabriele.meusel@bsu.hamburg.de

DÄNEMARK

Herr Thomas Holst-Christensen
Nationalpark Vadehavet
Sekretariatsleder
Tønnisgaard, Havnebyvej 30
DK 6792 Rømø
Tel: +45 72 54 36 26
Mobile: +45 21 77 77 22
thhch@danmarksnationalparker.dk

NICHTREGIERUNGS-ORGANISATIONEN

Herr Thomas Holst-Christensen
Nationalpark Vadehavet
Sekretariatsleder
Tønnisgaard, Havnebyvej 30
DK 6792 Rømø
Tel: +45 72 54 36 26
Mobil: +45 21 77 77 22
thhch@danmarksnationalparker.dk

Frau Anja Szczesinski
WWF – Germany
Hafenstraße 3
D – 25813 Husum
anja.szczesinski@wwf.de

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

Impressum

HERAUSGEBER
Gemeinsames Wattenmeersekretariat
Virchowstr. 1
D-26382 Wilhelmshaven
info@waddensea-secretariat.org

BEARBEITUNG
Harald Marencic und John Frederiksen

BEARBEITUNG DER ENGLISCHEN VERSION
James Rebanks, Rebanks Consulting und Creative Concern

GRAPHIC DESIGN
Creative Concern, Manchester, UK

VERÖFFENTLICHUNG
Juni 2013

Diese Broschüre ist in Deutsch, Englisch, Niederländisch, Deutsch und Dänisch verfügbar unter www.prowad.org und www.wattenmeer-weltnaturerbe.de

DANKSAGUNG
Die Trilaterale Wattenmeerkooperation dankt den externen Partnern bei der Ausarbeitung dieser Strategie insbesondere:

Herrn John Frederiksen für die Unterstützung der Arbeit der Task Group und für die Ausarbeitung der Strategie in enger Zusammenarbeit mit dem Gemeinsamen Wattenmeersekretariat;

Herrn James Rebanks, Rebanks Consulting und **Creative Concern** für ihre kreative Unterstützung in der Kommunikation der Strategie;

EUROPARC Consulting und ihren Partner für die Zusammenstellung der Informationen über nachhaltigen Tourismus auf regionaler und internationaler Ebene als Input für die Strategie.

FOTOS

Titel
Frederico di Campo

Seite 2
Martin Stock

Seite 4
Karte: Gerold Lüerßen (CWSS)

Seite 9
(im Uhrzeigersinn von links oben) Jan van de Kam, Martin Stock, Beleef Friesland / Waddeneilanden

Seite 10/11
Martin Stock

Seite 12
(im Uhrzeigersinn von links oben) Martin Stock, Martin Stock, Klaas Kreuijer

Seite 13
(im Uhrzeigersinn von links oben) Martin Stock, Hans-Ulrich Rösner, Martin Stock, Martin Stock

Seite 14
(im Uhrzeigersinn von links oben) Martin Stock, Martin Stock, Martin Stock, Hans-Ulrich Rösner

Seite 16
(im Uhrzeigersinn von links oben) Janke, The National Nature Agency Vadehavet, Skovridervej, Martin Stock, Martin Stock

Seite 18
(im Uhrzeigersinn von links oben) Hans-Ulrich Rösner, Hans-Ulrich Rösner, Martin Stock, Beleef Friesland / Waddeneilanden

Seite 20
(im Uhrzeigersinn von links oben) Martin Stock, Martin Stock, Renate de Backere, Martin Stock, Martin Stock,

Seite 22
(im Uhrzeigersinn von links oben) Jan van de Kam, Martin Stock, Martin Stock, Martin Stock,

Seite 24
Martin Stock

Seite 27
Martin Stock

Seite 29
Martin Stock

Seite 31
Beleef Friesland / Waddeneilanden

Seite 33
Martin Stock

Seite 35
John Frikke

Seite 36
(im Uhrzeigersinn von links oben) Andreas Weise, John Frikke, Martin Stock, Martin Stock

Seite 39
Alle Martin Stock

PROWAD
PROTECT & PROSPER
SUSTAINABLE TOURISM IN THE WADDEN SEA

The Interreg IVB North Sea Region Programme

European Union The European Regional Development Fund

PROWAD
PROTECT & PROSPER
SUSTAINABLE TOURISM IN THE WADDEN SEA

The Interreg IVB North Sea Region Programme

European Union

The European Regional Development Fund

Die Entwicklung der Strategie für nachhaltigen Tourismus wurde durch das INTERREG IV B Nordseeprogramm kofinanziert.