

## Gezamenlijke lancering campagne VISIT WADDEN

Een mijlpaal in de samenwerking tussen stakeholders in het Waddengebied

### Drukbezocht symposium Wij, Waddenzee Werelderfgoed

Tijdens het drukbezochte symposium op 4 april in de stadsschouwburg De Harmonie in Leeuwarden werd de officiële aftrap gegeven aan de nieuwe campagne Visit Wadden. Lutz Jacobi, directeur van de Waddenvereniging, droeg het spreekwoordelijke stokje van de campagne 'Mooiste Natuurgebied van Nederland' over aan de marketingorganisaties Holland Boven Amsterdam, Merk Fryslân en Marketing Groningen. Tijdens de lancering werd de website [www.visitwadden.nl](http://www.visitwadden.nl) officieel online gezet. Deze nieuwe state-of-the-art website over Unesco Waddenzee Werelderfgoed geeft een innovatieve presentatie van tientallen verhalen en te beleven routes. Maar ook een toolkit voor ondernemers, een merk-gids, brochures voor bezoekers en social media kanalen voor het laatste nieuws en mooie foto's.

### Duurzaam toerisme bevorderen

Er werd teruggekeken op wat de verkiezing van de Waddenzee als Mooiste Natuurgebied van Nederland heeft opgeleverd. Eén van de uitkomsten is een bijdrage aan de integrale marketingcampagne om enerzijds kleinschalig, duurzaam toerisme te bevorderen en anderzijds de leefbaarheid in het gebied te vergroten en krimp tegen te gaan – Het programma 'Vermarkten Waddenzee Werelderfgoed'. Om tot duurzaam toerisme in de Waddenregio te komen hebben de provincies in het kader van het investeringskader Waddengebied ook het programma 'Versterken Waddenzee Werelderfgoed', opgesteld. Dit programma richt zich onder meer op het versterken van de beleving, verbeteren van de kwaliteit van het aanbod en de toegankelijkheid van het Waddengebied.

### In de focus: samenwerken

Een nauwe samenwerking met o.a. de Waddenacademie, de natuurorganisaties en ondernemers uit het gebied is voor beide partijen van belang. In een volle Harmonie werden de rond 250 aanwezigen meegenomen in alles wat er speelt in en rond de Wadden. De dag werd aan elkaar gepraat door Harm Edens, betrokken bij de Wadden en bekend van o.a. het programma BNR Duurzaam. Tijdens inspirerende sessies in de middag werden de kernkwaliteiten van het gebied besproken, nieuw toeristisch aanbod ontwikkelt, eerste stappen voor een (grensoverschrijdende) samenwerking gezet en tips gegeven hoe het aanbod onder de aandacht kan worden gebracht. Deze interactieve dag mag een eerste resultaat genoemd worden van het symposium Wij, Waddenzee Werelderfgoed. Er werd duidelijk welke impact de samenwerking tussen de regio's Noord Holland, Fryslân en Groningen in zijn geheel nu al heeft.

### Een goed begin is maar de helft

Barbara Risselada (directeur Marketing Groningen), Martin Cnossen (directeur Merk Fryslân) en Adriana Stam (Holland Boven Amsterdam), die de campagne Visit Wadden de komende zes jaar gaan voeren: *"Deze dag is een mijlpaal in de samenwerking tussen de drie marketingorganisaties, ondernemers en instellingen binnen het Waddengebied. Gezamenlijk kunnen we dit prachtige maar ook kwetsbare gebied goed onder de aandacht brengen. De toekenning van het predicaat werelderfgoed aan het Waddengebied, wat doorloopt in Duitsland*

*en Denemarken, viert dit jaar zijn 10 jarig jubileum. Dat verhaal moeten we vertellen en daarvoor starten we met bewoners en ondernemers in het gebied om ze te betrekken bij de campagne en ze ambassadeur van Waddenzee werelderfgoed te maken. Vanuit de vandaag gelanceerde campagne zullen er tal van activiteiten ontwikkeld worden. Houd dus vooral [www.visitwadden.nl](http://www.visitwadden.nl) in de gaten.”*

Het symposium Wij, Waddenzee Werelderfgoed werd mogelijk gemaakt door Provincie Groningen, Provincie Fryslân, Provincie Noord-Holland, het Ministerie van LNV en de Waddenvereniging. De campagne Visit Wadden wordt (financieel) mogelijk gemaakt door de drie provincies en het Waddenfonds en duurt zes jaar, 2018 – 2024.

---

EINDE BERICHT

Voor meer informatie over dit persbericht kunt u contact opnemen met Susan Apfel, 0031-64 37 17 661