

Wij & Wadvogels

Ondernemers aan het woord

Wat kunnen we leren van de initiatieven en ideeën van ondernemers om bewustwording en draagvlak voor vogels en vogelbescherming onder bewoners en bezoekers in het Waddengebied te stimuleren?

Noël Middelhoek
Anoeska Top
Ben Wielenga MSc
Dr. Akke Folmer



Inhoudsopgave

1. Introductie	4
1.1. Aanleiding	4
1.2. Doelstelling	4
1.3. Beperkingen van het onderzoek	5
1.4. Leeswijzer	5
2. Methode	6
2.1. Interviews	6
2.2. Input van betrokken organisaties	6
2.3. Sneeuwbalmethode voor het bereiken van ondernemers	8
3. Resultaten	9
3.1. (In)directe bewustwording en draagvlak voor vogels/vogelbescherming	9
3.1.1. Het scheppen van de juiste natuurlijke/landschappelijke condities	10
3.1.2. Ondernemers en bezoekers	11
3.1.3. Het aansporen tot duurzaamheid	11
3.1.4. Donkerte	12
3.1.5. Storytelling	12
3.1.6. Gerichte bedrijfsvoering	13
3.1.7. Andere initiatieven	14
3.2. Belemmeringen	14
3.2.1. Bewegingsvrijheid binnen natuurgebieden	14
3.2.2. Wetgeving, tegenstrijdigheid en verandering van wetgeving	16
3.2.3. Professionaliteit	17
3.3. Aanbevelingen van ondernemers aan natuurorganisaties	18
3.3.1. Zichtbaarheid	18
3.3.2. Infrastructuur	19
3.3.3. Toegang en vergunningen	20
3.3.4. Aanbod	20
3.3.5. Bureaucratie	22



Stenden



4. Aanbevelingen en conclusies	23
Bijlage 1. Vragenlijst interview toeristisch-recreatieve ondernemers in het Waddengebied .	27



1. Introductie

Tallose bedrijven hebben tegenwoordig een Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen beleid (MVO). Een onderdeel daarvan is het maatschappelijk verantwoord ondernemen ten aanzien van de natuur. Veel ondernemers beseffen steeds meer wat hun impact hierop is, maar zien ook wat de economische waarde is van natuur en landschap. Een leefbare omgeving waarin mensen werken, wonen en recreëren is onmisbaar. Hier wordt door verschillende natuur- en landschapsorganisaties aan gewerkt.

1.1. Aanleiding

In het kader van het Wij en Wadvogels programma, waarin negen natuurorganisaties participeren, worden fysieke maatregelen uitgevoerd ter verbetering van de natuurlijke leefomgeving van vogels in het Waddengebied. Daarnaast heeft het programma tot doel om bewustwording te creëren van, en draagvlak te vergroten voor, vogels en vogelbeschermingsmaatregelen in het Waddengebied onder bewoners, bezoekers en ondernemers. Bewustwording en draagvlak stimuleren kan op verschillende manieren, en door diverse partijen, gedaan worden. Hierin zijn zichtbaarheid en toegankelijkheid essentiële factoren. Het beter leefbaar maken van vogels door het implementeren van vogeluitzichtpunten in natuurgebieden, het aanbieden van vogelexcursies, het ontwikkelen van wandel- en fietsroutes langs vogelhutten of langs hotspots waar veel vogels samenkomen en/of waar verschillende soorten vogels voorkomen, informatievoorziening/storytelling en natuureducatie kunnen allemaal bijdragen aan bewustwording en draagvlak. Maar ook het doen van bepaalde directe of indirecte aanpassingen in ondernemingen en bedrijfsvoeringen die ten goede komen aan vogels en/of vogelbescherming. Voorbeelden kunnen zijn: het creëren van zwaluwwanden op (bedrijfs-)terreinen, het installeren van nestkasten om (bepaalde type) vogels te ondersteunen in hun broedactiviteiten, door het uitstellen van het maaien van weilanden, door het aanleggen van kruidenrijke akkerranden en/of door het aanleggen van bloemstroken, bomen en planten waar vogels kunnen rusten, foerageren, schuilen en/of broeden. Er zijn nog talloze andere voorbeelden te bedenken die partijen op eigen initiatief (kunnen) ontplooien en/of met behulp van anderen.

1.2. Doelstelling

Dit rapport heeft tot doel om inzicht te verschaffen in initiatieven die ondernemers reeds hebben ondernomen op het gebied van verhoging van bewustwording en draagvlak voor vogels en vogelbescherming onder hun gasten of burens en/of welke ideeën zij hierbij hebben. Daarom is een steekproef uitgevoerd onder ondernemingen uit verschillende sectoren in het Nederlandse



Waddengebied en is gevraagd welke specifieke invulling zij geven aan vogels en/of vogelbescherming in hun bedrijfsvoering, op welke manier(en) zij (indirect) bewustwording creëren van, en draagvlak voor, vogels en/of vogelbescherming in het Waddengebied onder hun gasten, bezoekers, burens en/of klanten, waar ze tegenaan lopen op dat gebied en welke adviezen zij hebben voor natuurorganisaties en collega ondernemers. Deze vragen moeten ons inzicht geven in wat ondernemers doen op gebied van vogelbeleving en vogelbescherming en hoe zij bijdragen aan meer bewustwording van vogels en draagvlak voor vogelbescherming onder zowel bewoners als bezoekers in het Waddengebied.

1.3. Beperkingen van het onderzoek

Het doel van dit onderzoek was om inzichten te verschaffen in de initiatieven/ideeën van ondernemers op het gebied van het creëren van bewustwording en draagvlak voor vogels en vogelbescherming. Tijdens de gesprekken bleek het niet lastig te zijn om voorbeelden op te doen, maar wel om gesprekspartners te vinden die iets met vogels en/of vogelbescherming doen in hun bedrijfsvoering. Er blijken nog niet zoveel ondernemers iets te doen met vogelbeleving of vogelbescherming, en als het al gedaan wordt, dan spelen vogels een bijrol in de bedrijfsvoering.

1.4. Leeswijzer

In dit rapport zal allereerst de gehanteerde methodiek uitgelicht worden in hoofdstuk 2. Hoofdstuk 3 zal vervolgens de resultaten uit de interviews samenvatten in 3 hoofdthema's, namelijk: *(1) (in)directe bewustwording en draagvlak voor vogels/vogelbescherming, (2) Belemmeringen en (3) Aanbevelingen van ondernemers aan natuurorganisaties*. Deze hoofdthema's zullen vervolgens opgedeeld worden in sub thema's van de meest voorkomende elementen uit de gesprekken met ondernemers. Tot slot zullen er op basis van de resultaten vier verschillende aanbevelingen gegeven worden met betrekking tot het verhogen van beleefbaarheid en bewustwording omtrent vogels in het Waddengebied.



2. Methode

2.1. Interviews

Talloze bedrijven hebben tegenwoordig een Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen beleid (MVO). Ondernemers beseffen steeds meer wat de economische waarde is van natuur en landschap. Een leefbare omgeving waarin mensen werken, wonen en recreëren is onmisbaar. Hier wordt door verschillende natuur- en landschapsorganisaties aan gewerkt. In het Wij & Wadvogels project is het doel van een van de deelprojecten om een inventarisatie te houden onder diverse ondernemers in het Nederlandse Waddengebied die werkzaam zijn in verschillende sectoren en hun betrokkenheid bij vogels en vogelbescherming in het Waddengebied. Welke specifieke invulling geven ondernemers aan vogels en/of vogelbescherming in hun bedrijfsvoering? Op welke manier(en) creëren zij (indirect) bewustwording van, en draagvlak voor, vogels en/of vogelbescherming in het Waddengebied onder eventuele gasten, bezoekers of klanten? Waar lopen zij tegenaan? En welke adviezen hebben zij voor natuurorganisaties en collega ondernemers? Hiervoor zijn diverse willekeurige ondernemers in Noord-Holland, Friesland en Groningen bevraagd.

2.2. Input van betrokken organisaties

Voor het onderzoek heeft er allereerst een inventarisatie van betrokken organisaties plaatsgevonden. Het doel van deze inventarisatie was om alle relevante en (in)direct betrokkenen bij het project Wij & Wadvogels in kaart te brengen. Hierbij is gekeken naar de doelen van het project en op basis daarvan bepaald welke betrokkenen er, afgezien, van degenen die als uitvoerder bij het project betrokken zijn, belangrijk zijn om mee te nemen in het onderzoek. Uit de inventarisatie kwamen drie categorieën naar voren:

- 1) kernbetrokkenen (*natuurbeschermingsorganisaties die zijn aangesloten bij het project Wij & Wadvogels*);
- 2) primaire betrokkenen (*regiomarketingorganisaties, coördinatoren vanuit gemeentes, en toeristisch/recreatieve aanjagers*);
- 3) secundaire betrokkenen (*DMO's, brancheorganisaties, overkoepelende organisaties*).



Daarna heeft er een bel- en mailronde plaatsgevonden met een aantal kern- en primaire betrokkenen van het project. Het doel van de gesprekken was om, in lijn met het project Wij & Wadvogels, te achterhalen wat zij te weten wilden komen van ondernemers op gebied van bewustwording van vogels en draagvlak voor natuur- en vogelbescherming in het Waddengebied. Daarnaast is uit de interviews een lijst met ondernemers verkregen die geïnterviewd konden worden.

Het interviewscript voor de interviews met de betrokkenen is afgestemd met de Waddenvereniging, de opdrachtgever van dit onderzoek. De gesprekken met de betrokkenen hebben in juni en juli 2021 plaatsgevonden. Uit deze gesprekken kwam een aantal zaken naar voren die zijn meegenomen in het definitieve interviewscript voor de gesprekken met de ondernemers. Daarnaast is een aantal criteria opgesteld voor het selecteren van relevante en geschikte ondernemingen.

Deze selectiecriteria zijn:

- Een evenredige verdeling van het aantal interviews over de provincies grenzend aan het Nederlandse deel van de Waddenzee en over vasteland en eiland;
- Een evenredige verdeling van het aantal interviews in stedelijke/rurale gebieden en tussen eilanden en vasteland van het Waddengebied;
- Ondernemers liggen in of grenzend aan het Waddengebied, waarbij de begrenzing van het Waddengebied uit de Derde Nota Waddenzee is toegepast;
- Een verscheidenheid van ondernemers die zijn werkzaam in verschillende (sub-)sectoren, zoals de toeristisch-recreatieve sector, de culturele sector en de agrarische sector.

Op deze manier is getracht een gevarieerd beeld te schetsen van wat verschillende soorten ondernemingen al doen op gebied van het verbeteren van de bewustwording en beleving van vogels in het Waddengebied en het creëren van draagvlak voor vogelbescherming onder hun gasten, klanten of andere relaties.



2.3. Sneeuwbalmethode voor het bereiken van ondernemers

Na de interviews met de primaire betrokkenen en het toepassen van de selectiecriteria is een eerste lijst met geschikte en relevante ondernemers opgesteld. Door middel van de sneeuwbalmethode is de lijst van ondernemers gedurende het project steeds verder uitgebreid. Het doel was om in totaal ongeveer 20 tot 25 ondernemers te interviewen, verspreid over het Waddengebied. In totaal zijn er 21 ondernemers gesproken, zeven per provincie. Er zijn echter meer ondernemers benaderd dan geïnterviewd. Verschillende ondernemers gaven aan dat ze niet veel doen op het gebied van vogels of vogelbescherming. Deze gesprekken zijn voor dit onderzoek buiten beschouwing gelaten.

Er is voornamelijk gesproken met ondernemers die actief zijn in de vrijetijdssector, landbouw/agricultuur, consultancy en culturele sector. De meesten van hen doen in de meeste gevallen niet direct iets met vogels en/of vogelbescherming (wel met natuur/natuurbescherming en/of duurzaamheid), maar de initiatieven die op individuele of gezamenlijke basis (bijvoorbeeld met andere lokale ondernemers of lokale of landelijke natuur(beschermings-)organisaties) worden opgezet zijn meer indirect van aard en/of scheppen de condities om op termijn bewustwording- en draagvlak voor vogels en/of vogelbescherming te stimuleren of te versterken. Bij de meeste ondernemers is het gezegd daarin: “behoud de focus op de balans tussen natuur en bezoek. We zijn zuinig op wat we hier hebben, dat is voor ons belangrijk”. Met andere woorden: de natuur mag niet leiden onder de (toenemende) bezoekersdruk, maar moet wel toegankelijk worden gemaakt voor het publiek om bewustwording en draagvlak mogelijk te maken. Onbekend maakt onbemind. Het toegankelijk maken en tegelijkertijd voldoende beschermen van natuurgebieden roept echter wel een spanningsveld op. Dit is een grote uitdaging voor alle betrokkenen met hart voor vogels en vogelbescherming in het Waddengebied.



3. Resultaten

In dit hoofdstuk zullen de resultaten uit de interviews gepresenteerd worden, onderverdeeld in drie hoofdthema's: (1) (in)directe bewustwording en draagvlak voor vogels/vogelbescherming, (2) Belemmeringen en (3) Aanbevelingen van ondernemers aan natuurorganisaties.

3.1. (In)directe bewustwording en draagvlak voor vogels/vogelbescherming

Vogels spelen een belangrijke, zo niet essentiële rol, samen met andere natuurlijke en culturele eigenschappen die samen het Waddengebied vormt. Al deze eigenschappen moeten idealiter in balans zijn om elkaar in stand te houden en/of te versterken. Uit onderzoeken die in een eerder stadium door het ETFI uitgevoerd zijn onder bezoekers en bewoners werd reeds duidelijk dat vogels voor velen een belangrijke rol spelen in de beleving van het gebied en veel bezoekers en bewoners zijn zich bewust van de vogels tijdens hun bezoek aan het Waddengebied. Bovendien laten zij draagvlak voor vogels en vogelbescherming zien. Maar de druk op het Waddengebied en haar vogels is groot. Doordat het Waddengebied een relatief klein oppervlakte telt met daarin verschillende gebruikswaarden en bijbehorende belangen, wordt er veel van het gebied gevraagd. Met dat gegeven in het achterhoofd kan de volgende vraag gesteld worden: met welke initiatieven en ideeën kan er bewustwording en draagvlak ontstaan voor vogels en/of vogelbescherming onder ondernemers om dat vervolgens over te brengen op de gebruikers van het gebied? Welke belemmeringen zien of ervaren ondernemers om de bewustwording en het draagvlak te stimuleren? En welke aanbevelingen hebben zij voor natuurorganisaties en collega-ondernemers? De antwoorden op die vragen worden in dit hoofdstuk gegeven.

Bewustwording stimuleren kan middels gerichte fysieke acties die zichtbaar zijn en waar gasten, bezoekers, klanten direct mee in aanraking komen, door (kleine) initiatieven te ontplooiën die aanzetten tot nadenken, maar ook door initiatieven die soms wat minder in het oog springen, zoals bijvoorbeeld door het scheppen van de juiste natuurlijke en/of landschappelijke condities om het voor bepaalde type vogels mogelijk te maken ergens neer te strijken, er te vertoeven en om er wellicht hun jongen groot te kunnen brengen.



3.1.1. Het scheppen van de juiste natuurlijke/landschappelijke condities

Het scheppen van de juiste landschappelijke en/of natuurlijke condities is een eerste aanzet om direct bij te dragen aan de natuur en de vogels en is wellicht de belangrijkste criteria om later überhaupt bewustwording en draagvlak te kunnen laten ontstaan. Het scheppen van de juiste condities gebeurt vaak door natuur(beschermings-)organisaties en andere partners (denk bijvoorbeeld aan het drassig maken van land, het aanleggen van broedeilandjes, verkweldering, etc.), maar ook door individuele ondernemers, die verenigt kunnen zijn in natuur- en landschapsorganisaties/verenigingen, en die vaak direct hun bedrijfsvoering op de natuur hebben afgestemd.

In de (biologische) agrarische sector wordt bijvoorbeeld veel aan agrarisch natuurbeheer gedaan. Hierbij nemen landbouwers maatregelen om de kwaliteit van de natuur en het landschap te behouden en/of te verbeteren. Voorbeelden zijn het stimuleren van weidevogels door maaidatabeheer (uitgestelde maaidatum) voor grasland te hanteren om weidevogels te laten broeden, voor dekking van de kuikens tegen predatoren en, legselbeheer, het aanleggen van insectenstroken, kruidenrijke akkerranden/vogelakkers (niet alleen aan de randen, maar ook middendoor door het perceel heen) waar vogels op af komen en kuikenstroken waar kuikens in kunnen vluchten bij gevaar. Deze stroken blijven staan zodat insecten er ook in kunnen overwinteren. Het stimuleren van landschappelijke diversiteit, bijvoorbeeld door combinatieteelt toe te passen waarbij verschillende teelten zijn afgeschermd door akkerranden, zorgt voor biodiversiteit in het landschap, net als het terugbrengen van gewassen die vroeger gemeengoed waren naast de hedendaagse teelt. Het toepassen van maaidatabeheer op landbouwgrond kan gunstige effecten hebben op de stand van de weidevogels. De gedachte achter het aanleggen van akkerranden aan de randen van een perceel en middendoor is dat roofvogels op deze manier genoeg voedsel wordt aangeboden en daardoor van de weidevogels afblijven.

Hoewel er wordt getracht voorbijgangers bewust te maken van hetgeen er gedaan wordt voor weidevogels middels het ophangen van promotiebordjes aan hekken waar veel mensen langskomen, ***“is het niet direct zichtbaar voor de toerist. Natuurlijk zien ze wel vogels zitten, maar dat je aan beheer doet, dat is veel minder zichtbaar dan bijvoorbeeld een landschapselement”***. Ook de aanleg van houtwallen en houtsingels stimuleert natuurontwikkeling en daarmee de vogels.



3.1.2. Ondernemers en bezoekers

De meeste ondernemers die vaak in direct contact staan met de bezoekers geven aan voornamelijk bij te dragen aan bewustwording en draagvlak door middel van informatievoorziening. Gezien het feit dat de wadvogels *“onderdeel vormen van het grotere plaatje”*, wordt het onderwerp al snel belicht in de informatie over de gehele natuur het Waddengebied. Dat kan zowel tijdens natuur gerelateerde als bij niet natuur gerelateerde activiteiten voorkomen.

“Zo heeft bijna alles wat we doen direct te maken met vogels. Als je het bijvoorbeeld hebt over een zoutovergang is dat belangrijk voor vismigratie en tegelijkertijd ook voor de vogels.

“Wanneer we spreken over een getijdenmeer, dan heb je het tegelijkertijd ook over hoogwater vluchtplaatsen en voedingsplekken voor vogels”.

Wadvogels zijn dus niet altijd het hoofdonderwerp, maar worden wel meegenomen in het totaalpakket. Een enkeling heeft al stappen genomen om zowel zichzelf als zijn personeel te scholen omtrent de ecologie van het gebied. Anderen gaven aan hier geïnteresseerd in te zijn en/of daar behoefte aan te hebben. Onderstaande quotes illustreren welke rol vogels spelen in het geheel.

Ondernemers in de gastvrijheidseconomie zijn er zich ook bewust van dat er iets met vogels en natuurbescherming gedaan kan worden intern in de organisatie. Verschillende campings, vakantieparken en andere accommodatieverstrekkers geven aan op z’n minst een duurzame intentie te hebben. Desondanks zorgen financiële barrières ervoor dat ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheid stapsgewijs uitgevoerd dienen te worden. Deze ondernemers geven ook aan voornamelijk bij te dragen aan bewustwording door de bezoeker van informatie te voorzien. Deze overdracht vindt voornamelijk plaats in fysieke vorm door middel van het uitreiken van boekjes en flyers.

3.1.3. Het aansporen tot duurzaamheid

Naast de welwillendheid van ondernemers om bezoekers bewuster te maken van de nabijgelegen natuurgebieden, zijn er ook additionele keuzes en handelingen die indirect invloed kunnen hebben op het bewustzijn van de bezoeker. Deze handelingen zijn vaak verbonden aan de activiteiten en producten waarop een onderneming zich berust.

Zo geven horecaondernemingen aan bewuste keuzes te maken in het aanschaffen van bijproducten zoals duurzame suikerlatjes en melk cups, om te voorkomen dat schadelijke varianten in het



natuurgebied terecht komen. Op de menukaart kan men bovendien gerechten vinden die gebruikmaken van lokaal verkrijgbare streekproducten en de website informeert bezoekers over de bereikbaarheid van de onderneming via het openbaar vervoer.

Ondernemingen die de bezoeker meeneemt in activiteiten of excursies vertellen ook indirect impact te hebben op bewustwording. Eén van de ondernemers omschrijft bezoekers aan te sporen zelf niks mee te nemen op de activiteit/excursie, behalve kleding. De onderneming richt van tevoren de tenten in met daarin alle benodigdheden, en overige zaken zoals een BBQ kunnen gehuurd worden tegen een schappelijke prijs en mag meerdere keren gebruikt worden. Hiermee wordt getracht de 'wegwerpcultuur' op locatie tegen te gaan. Ook wordt door sommige ondernemers gebruik gemaakt van duurzame schoonmaakmiddelen waarbij zo min mogelijk wordt weggegooid en zoveel mogelijk bijgevoerd. Eén van de ondernemers mengt poeder met water om zelf schoonmaakmiddel te maken.

3.1.4. Donkerte

Een van de mogelijkheden om de bewustwording van en het draagvlak voor vogels en vogelbescherming te stimuleren is via het programma 'Donkerte van de Wadden', waarin het belang van donkerte voor het leven in het Waddengebied centraal staat. Aan dit programma kan in de bedrijfsvoering op diverse manieren invulling gegeven worden, waaronder de donkerte door vertalen naar de vogels. Donkerte is onder andere namelijk essentieel voor de rust van de vogels die in het Waddengebied voorkomen. De tentoonstelling 'op pad door dag en nacht' laat het Waddengebied nabij Wieringen zien. Een van de donkerste plekken in het Waddengebied en van Nederland. Hier wordt een dag en een nacht aan de rand van het Waddengebied in beeld gebracht: de zonsondergang met de donkerte, verstovende elementen, de zonsopgang en de levendigheid die alle dagdelen met zich meebrengen. Vogels spelen een essentiële rol in deze film. Bovendien kan de donkerte van het Waddengebied beleefd worden op donkerte beleefplekken, met daaraan gekoppeld een deel educatie/informatie/storytelling.

3.1.5. Storytelling

Storytelling is een toegevoegde waarde op het moment dat er met groepen op pad wordt gegaan in georganiseerde vogel/beleeftours. Het uitlichten van de elementen in het Waddengebied, het belang en de uniciteit daarvan voor vogels (als tussenstop, 'opvet'- en rustgebied) en dat verbinden aan het globale perspectief (bijvoorbeeld het belang van duurzaamheid, effecten klimaatverandering en stijgende zeespiegel op vogels, het belang van rust en ruimte voor vogels, migrerende vogels: Rosse



Grutto's die tweemaal per jaar in totaal 9.000 kilometer vanuit Siberië naar Afrika vliegen met een tussenstop in de Waddenzee) is belangrijk om te tonen hoe mooi alles aan elkaar raakt, maar tegelijkertijd ook hoe kwetsbaar iets kan zijn. De kunde, bevlogenheid en passie van de organisator is essentieel in het organiseren van tours in het Waddengebied om verwondering en ontzag onder deelnemers te bewerkstelligen en om bewustwording en draagvlak voor vogels en vogelbescherming te creëren. Bovendien kan dat wellicht leiden tot een veranderende houding en gedrag ten aanzien van vogels en vogelbescherming:

“Dat als ze thuis weer een blokje met de hond gaan, dat ze dan niet langs die groepen vogels gaan”.

Bovenal is het verstandig om per activiteit bekijken wat er past binnen het Waddengebied zodat het gebied versterkt en niet tekortdoet.

3.1.6. Gerichte bedrijfsvoering

De ligging van een bedrijf aan de Waddenzeekust zou kunnen zorgen voor een directe implementatie van het gebied haar natuurlijke eigenschappen in de bedrijfsvoering om zo bewustwording van vogels en vogelbescherming te stimuleren of te versterken onder gasten, bezoekers of klanten. Zo kan de ligging nabij het Waddengebied vermarkt en ingezet worden als promotiemiddel. In die vermarkting/promotie kan direct aansluiting gezocht worden met vogels en vogelbescherming. Dat kan meerwaarde opleveren voor bedrijven en een bepaald type gasten, bezoekers, klanten aantrekken die over het algemeen in het hogere segment vallen. Denk daarbij bijvoorbeeld aan het toepassen van de Waddennatuur en de Waddenvogels in de huisstijl van de website van het bedrijf, voor accommodatieverschaffers het inrichten van themakamers met het oog op bepaalde vogelsoorten die (veel) in het (Wadden)gebied voorkomen (bijvoorbeeld kleuren die gebruikt worden die ook terugkomen in een bepaalde soort vogel), het verstrekken van literatuur (specialistisch) en/of lectuur (laagdrempelig) over vogels, het uitlenen van verrekijkers aan gasten/bezoekers, samenwerken met lokale vogelgidsen in het organiseren van vogeltours, met informatiecentra die specifiek gericht zijn op vogels, internationale en/of landelijke vogel- en natuurreisorganisaties om vogelreizen aan te trekken, samenwerken met natuur(beschermings-organisaties) om gezamenlijk bepaalde initiatieven te ontplooiën en samenwerken met organisaties/coöperaties die duurzaam ondernemen als uitgangspunt hebben (bijvoorbeeld EKO Holland waarbij ruim 180 melkveehouders zijn aangesloten).



3.1.7. Andere initiatieven

Andere praktische voorbeelden om in de bedrijfsvoering tegemoet te komen aan de natuur en vogels en om bij te dragen aan vogelbescherming en/of natuurbescherming kunnen zijn: het installeren van nestkasten op plekken waar bepaalde soorten vogels voorkomen, het aanbieden van afvalprikkerwandelstokken aan gasten, bezoekers zodat zij tijdens wandelingen afval kunnen opruimen, onderdeel worden van opruimweekenden in de natuur, het verzorgen van structurele inzamelingsactie voor natuur(beschermings-)organisaties, bedrijfsvoeringen afstemmen op duurzaam en lokaal werken en daarvoor certificeringen bemachtigen (bijvoorbeeld door de afvalstapel te verkleinen, duurzame energie toepassen, elektraneutraal werken en energieverbruik verminderen).

3.2. Belemmeringen

In dit subhoofdstuk wordt gekeken naar de belemmeringen die ondernemers ervaren met betrekking tot het creëren van bewustwording en draagvlak, maar ook ten aanzien van wetgeving rondom het creëren van optimale natuurlijke condities voor natuur en daarmee vogels. Na de uitwerking van de data kwamen drie hoofdthema's naar voren die in dit subhoofdstuk aan bod zullen komen. Dat zijn 1) bewegingsvrijheid binnen natuurgebieden; 2) wetgeving, tegenstrijdigheid en de verandering van wetgeving en; 3) professionaliteit.

3.2.1. Bewegingsvrijheid binnen natuurgebieden

Een veel terugkomende belemmering is het gevoel dat er teveel beperkingen zijn aan de bewegingsvrijheid binnen natuurgebieden, terwijl natuur beleefd moet worden om bewustwording en draagvlak te creëren. Zo legt één van de ondernemer uit hoe de zin: "Dat is verstoring van de weidevogels" te pas en te onpas wordt ingezet, ***"terwijl het voor ons lastig is om te bewijzen dat dat niet zo is"***. Het is moeilijk, zo niet onmogelijk, om hierop regelgeving te maken. Bepaalde type vogels zijn namelijk sneller verstoord dan andere. Er werd aangegeven dat de bewoners naar eigen zeggen genoeg kennis en ervaring met het gebied hebben opgebouwd om zich naar behoren te kunnen gedragen, maar dat blijkt niet altijd zo te zijn. Of ze vinden dat er voor hen andere/geen regels gelden, zoals ook uit onderstaande quote blijkt.

"Het is moeilijk om in het veld mensen aan te spreken die de hond los laten lopen. Binnen twee woorden heb je al ruzie. Als je er iets van zegt, dan heb je het al gedaan. Er staat toch gewoon een bordje 'hond aan de lijn'? Ik was laatst in de Slufter, zeg ik tegen een vrouw: weet u wel dat de hond hier aan de lijn moet? Ja, zegt ze, maar ik woon hier".



Stenden



De gevolgen hiervan zijn dat in sommige gevallen een betredingsverbod wordt ingesteld wat zorgt voor een tegenovergesteld effect dan het bereiken van bewustwording en draagvlak. Bewustwording creëren en informatievoorziening in wat wel en niet kan is noodzakelijk.

Er kwam bovendien naar voren dat er mogelijk onzorgvuldig wordt gekeken naar het opleggen van bepaalde beperkingen. Een voorbeeld hiervan is de volgende uitspraak:

“Ik heb een aantal keer gesproken met Natuurmonumenten dat ik met mijn bus bepaalde hekken hebben door wil rijden als ik bijvoorbeeld een gehandicapte aan boord heb. Dat zijn ‘heilige hekjes’ zeg maar, heel terughoudend daarin. Die mensen kunnen anders niet achter die hekken komen, of heel moeilijk. Laat mij dan een soort extraatje hebben, zodat je je gebied ook aan gehandicapten kunt laten zien. In die gebieden mag je wel wandelen, maar niet rijden. Ik ben ook blij dat er niet zoveel mensen rijden, maar er rijden wel mensen. bij (... naam natuurgebied) bijvoorbeeld, daar rijden weinig auto’s, meestal is het hek dicht en niet iedereen heeft de sleutel, dus er rijden een paar boeren, het Hoogheemraadschap rijdt er, er rijden palingvissers, die allerlei illegale dingen doen maar wel een sleutel krijgen, begrijp ik ook niet, er zijn wel mensen die daar af en toe rijden. Dan denk ik: een auto per dag die even heen en weer rijdt, dat lijkt me niet het einde als er toch al auto’s rijden. Wat is dan de paniek? Ik voeg echt wel iets toe”.

Een van de ondernemers sluit hier bij aan door aan te geven dat er veel gewandeld wordt met honden in het gebied rondom Vatrof. Deze ondernemer geeft aan het een lastig pakket te vinden:

“Je neemt mensen ook wat af als je zegt: we willen echt dat die wadvogels meer rust en ruimte krijgen. Dat betekent dat je een aantal dingen niet kan doen, dat vind ik een spanningsveld”.

Een andere ondernemer omschrijft min of meer hetzelfde door aan te geven dat in zijn ogen bewustwording gepaard gaat met beleving. Het is dan de kunst om beide aspecten op zo’n manier te combineren dat de natuur hier niet door in het gedrang komt.

“Hoe krijg je het voor elkaar dat het kleinschalig blijft (toenemende drukte) en niet de rust verstoort. En hoe krijg je ook meer mensen mee die hier bijna dagelijks lopen, dat die ook bewust worden van dat we allemaal meewerken aan die verstoring. Hoe krijgen we die mensen ook mee. Dus niet alleen de toeristen, maar ook de mensen die hier elke dag zijn. Hoe krijg je het nu voor elkaar dat je zo min mogelijk verstoring hebt en toch maximaal profijt.”



3.2.2. Wetgeving, tegenstrijdigheid en verandering van wetgeving

Ondernemers ervaren tevens belemmeringen op het gebied van wetgeving en de tegenstrijdigheid en voortdurende veranderingen daarin. Dat heeft zo zijn weerslag op bedrijfsvoering in relatie tot vogels.

Zo omschrijft een van de agrarisch ondernemers dat het mestbeleid ervoor zorgt dat zij klem zit in het systeem. Bovendien draagt de regelgeving met betrekking tot het mestbeleid volgens de ondernemer niet bij aan natuurontwikkeling, zoals onderstaande quote schetst:

“Ondergronds mest injecteren is natuurlijk vreselijk voor de bodem en de weidevogels, want je bent die bodemlaag dood aan het maken. Je zou veel beter bovengronds uit willen rijden, maar dat mag niet. Zo zijn er wel veel regels die elkaar tegenwerken. Bovenlands uitrijden mag wel, maar dan moet je aan heel veel voorwaarden voldoen. Ik doe het, maar het zijn ongeveer 100 boeren in Nederland die dat doen. Dat zit aan zulke strenge normen vast, daar kan bijna niemand aan voldoen”.

Ook de regelgeving omtrent het stimuleren van blijvend grasland vind zij niet goed. De regel hiervoor omschrijft dat wanneer een perceel voor minstens vijf jaar uit grasland bestaat, het in het zesde aangemerkt zal worden als blijvend grasland. Willen ondernemers na die vijf jaar het land omploegen dan moet er een vergunning aangevraagd worden. Dat stimuleert juist een averechts effect. Er werd omschreven dat het aanvragen van vergunningen vermeden wordt door het land om te ploegen voordat de regel in werking treedt. De angst dat het land onder de regelgeving van blijvend grasland komt te vallen, hierdoor extra beperkingen opgelegd krijgt en dat boeren terechtkomen in regelgeving waarvan zij het bestaan nog niet van afweten is sterk aanwezig onder de boeren:

“Voordat je daarin (regelgeving blijvend grasland) terecht kan komen, ploeg je het dan maar weer om”.

Het grasland wordt dan continue vernieuwd en dat is funest voor de kruiden. Voor de bodem zou je eigenlijk blijvend grasland willen, maar door de regelgeving wordt dat tegengewerkt”.

Er zijn ook belemmeringen ten aanzien van besluitvorming en het vasthouden aan gemaakte besluiten. Een van de ondernemers omschrijft hoe de ontdekking van een zeldzame vogel of andere zeldzame/beschermde fauna of flora ervoor kan zorgen dat een groot plan wordt stopgezet:

“Dit levert vervolgens jaren achterstand op.”



Ook omschrijven sommige ondernemers dat natuurorganisaties niet dezelfde belangen hebben. Dit zorgt ervoor dat ze verstrengeld kunnen raken op gebieden waar belangen elkaar tegenwerken:

“Tot mijn spijt zie ik dit gebeuren, want wanneer er meer vanuit goed overleg en samenwerking besloten zou worden en wanneer men meer op één lijn zou zitten, zouden we met z’n allen veel meer kunnen bewerkstelligen”.

Een andere ondernemer omschrijft het volgende:

“Sommige organisaties promoten de roofvogel en uilen, maar dat staat haaks tegenover de behoeftes van een ondernemer die gevestigd is binnen een weidevogelgebied. Wij worden namelijk beoordeeld op het aantal weidevogels, dus hebben wij er ook geen baat bij dat het gebied aantrekkelijk wordt gemaakt voor roofvogel en uilen”.

Verder wordt er aangegeven dat er sprake is van hypocrisie onder de gebruikers van het Waddengebied:

“Iedereen jaagt met een gruwelijke noodgang over de Waddenzee heen, met de groene vlag in top, van, kijk ons: wij zijn lid van Waddengoud. Iedereen racet en vliegt. Zelfs de mensen van de overheid gaan per watertaxi naar Ameland toe om een groen vignet te tekenen met 80 k/m kilometer per uur. Iedereen vindt dat we zuinig moeten zijn op de Waddenzee, maar iedereen vindt ook dat die het recht heeft om snel te mogen varen. Dát levert verstoring voor vogels op”.

Deze ondernemer pleit dan ook voor gedragsverandering, niet alleen onder bezoekers en bewoners, maar ook onder organisaties die zich juist inzetten voor de Wadden.

3.2.3. Professionaliteit

Ondernemers omschrijven dat wanneer men professioneler zou omgaan met het toerisme in het Waddengebied, er hierin meer te halen zou zijn gebied voor haar bewoners, ondernemers en de bezoeker. Zo zouden activiteiten te versplinterd zijn, met weinig samenwerking tussen natuurorganisaties en ondernemers. Daarnaast wordt vermeld dat wanneer men zich inzet voor duurzaam toerisme binnen het Waddengebied, daar dan ook wat meer tegenover zou moeten staan. Volgens één van de ondernemers zijn het op dit moment voornamelijk pensionado's of mensen met een WAO die de tijd hebben om zonder vergoeding voor te lichten en dat is zonde.



Er zou veel meer bereikt, verteld en geleerd kunnen worden wanneer er een professionelere aanpak zou komen. Daarnaast omschrijft de ondernemer dat wanneer je vogelexcursies voor *“een appel en een ei gaat aanbieden, dan gaan mensen er niet meer waardering voor krijgen als wanneer ondernemers er het driedubbele voor moeten vragen”*. De ondernemer vervolgt met het volgende:

“Feitelijk ben ik gastheer voor Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer en andere natuurorganisaties. Ik loop door hun gebieden. Ik vertel over de organisaties, maar krijg er niets voor. Dat maakt mijn stimulans om erover te vertellen niet zo heel hoog. Biedt mij wat en ik doe het met meer plezier en ik vertel er anders over. Het kan allemaal, ik ben ondernemer. Als je er een bepaald verhaal doorheen wilt hebben, dan vertel ik dat verhaal, daar zou ik graag wat meer samenwerking zien”.

3.3. Aanbevelingen van ondernemers aan natuurorganisaties

Direct in aanraking komen met een verrassend aspect zorgt (op termijn) vaak voor bewustwording en draagvlak. Dat kan ook zo zijn met vogels. Onbekend is namelijk onbemind. Bewustwording en draagvlak kunnen uiteindelijk weer leiden tot het steunen van natuur- of vogelbescherming. In alle drie de provincies kwamen ondernemers met ideeën en voorbeelden voor natuurorganisaties en/of ondernemers om bewustwording en draagvlak voor vogels en vogelbescherming te stimuleren/versterken. Deze sectie van de analyse is opgedeeld in de volgende thema's: 1) zichtbaarheid; 2) infrastructuur; 3) toegang en vergunningen; 4) aanbod en; 5) bureaucratie.

3.3.1. Zichtbaarheid

Het verhogen van zichtbaarheid omtrent het feit dat men zich in een UNESCO erkend gebied begeeft is een veel terugkomende aanbeveling. Ondernemers omschrijven dat bezoekers hier meermaals aan herinnerd moeten worden. Dat kan gedaan worden door het plaatsen van UNESCO-borden en het verspreiden van flyers en folders/kaarten met de meest voorkomende vogels in een bepaald gebied (deze kunnen door lokale restaurants, hoteliers, etc. verspreid worden), maar ook het geven van goede en professionele informatie in bezoekerscentra en tijdens excursies is van belang. Een aantal ondernemers gaf dan ook aan graag een cursus te willen volgen waarin zij of hun werknemers meer kunnen leren over de biodiversiteit en de ecologie van het Waddengebied. Daarnaast werden er zaken genoemd als kinderen in het basisonderwijs bekend maken met het Waddengebied, haar karakteristieken en de druk op het gebied, zorgen dat lokale ondernemers het verhaal goed meekrijgen, de juiste informatie op hun website plaatsen en toegang hebben tot makkelijk toegankelijk



beeldmateriaal en mooie teksten. Het verstrekken van de juiste informatie is cruciaal, zoals onderstaande quote verwoord:

“Zo kan een kwelder wel geweldig gepositioneerd worden vanuit een marketing perspectief. Maar als het laag water is en de vogels er niet meer zijn dan is dit natuurlijk een enorme domper voor bezoekers. Dus wanneer we gericht gebieden willen promoten, moeten we ook goed aangeven op welke momenten mensen er moeten zijn”.

Er zou een verdiepingsslag in bepaalde thema's kunnen worden gedaan door bepaalde bijscholing, lezingen en/of thema-avonden op te zetten door ondernemers in de vrijetijdssector, experts en natuur(beschermings-)organisaties. Dat zorgt voor een stuk professionalisering waarbij de opgedane kennis vervolgens kan worden overgedragen op bezoekers:

“Plastic soep, actuele milieuproblematiek, details van stookolie of herkomst daarvan, daar zijn een heleboel dingen over te weten, daar zou een verdiepingsslag in gemaakt kunnen worden als er eens een keer iemand van bijvoorbeeld Stichting Noordzee uit wordt genodigd om hierover te spreken”.

Bovendien biedt het de mogelijkheid om met elkaar in gesprek te gaan over bepaalde thema's, elkaar beter te leren begrijpen, maar ook om elkaars belangen uit te wisselen en onder ogen te zien, deze te respecteren en om gezamenlijk naar een werkbare formule te zoeken:

“Toerisme brengt nou eenmaal ook verstoring met zich mee. Op welke manier kan daar balans in worden gekregen. “Het is niet zo dat alles opzij gezet moet worden voor de natuur, dat gaat nu eenmaal niet in Nederland, tenminste niet overal. Hoe krijg je die balans erin, daar het gesprek over aangaan met elkaar. Dat kan interessant zijn”.

3.3.2. Infrastructuur

Het aanleggen van gepaste infrastructuur om het kijken van vogels te vergemakkelijken wordt als een van de meest essentiële zaken gezien om bewustwording en draagvlak voor vogels en vogelbescherming te kunnen verhogen. Ontwikkel schuilhutten/wanden bij vogelgebieden, die, als die mogelijkheid er is opvallend zijn zodat de hut/wand zelf ook een attractie wordt en meerwaarde krijgt. Met behulp van de hut/wand komen bezoekers indirect in contact met de vogels. Bij het ontwikkelen van een hut of wand kan er gedacht worden aan het gebruikmaken van lokaal materiaal, lokale



aannemers, lokale kunstenaars, het betrekken van de lokale bevolking, het terug laten komen van elementen uit de lokale/regionale cultuur in het object en verhalen:

“In de natuur geïncorporeerde architectuur kan leiden tot meer voedingsbodem in de gemeenschap”.

Een andere essentiële factor is het creëren van draagvlak voor vogels onder ondernemers:

“Een ondernemer denkt altijd: ‘what’s in it for me’. Probeer de meerwaarde voor vogels/vogelbescherming voor de bedrijfsvoering duidelijk te maken onder hen”.

Het is daarbij belangrijk om in gezamenlijkheid zaken te ontwikkelen. Dat kan samen met een aantal ondernemers, maar ook tussen ondernemers en natuur(beschermings-)organisaties. Leidt dat tot positieve effecten, dan heeft dat effect op anderen die eventueel willen aansluiten:

“Een enkeling die iets met vogels doet is leuk, maar het moet breder weggezet worden. Een club mensen zover krijgen om er iets mee te doen kan leiden tot een groeiende interesse”.

3.3.3. Toegang en vergunningen

Een aantal ondernemers spraken hun zorgen uit met betrekking tot het beperken van toegang tot gebieden. Dat is dan ook een onderwerp dat vaak terugkomt in de vraag of zij aanbevelingen hebben aan natuurorganisaties. Zo werd vermeld dat het creëren van beschermde gebieden geen slecht idee is, maar wanneer er een mogelijkheid bestaat om gebieden op bepaalde momenten toegankelijk te maken, moet hier altijd voor gekozen worden. De ondernemers vragen dan ook vanuit een breder perspectief en in overleg met lokale ondernemingen te overleggen voor een gepaste oplossing. Daarnaast werd aangegeven dat niet elke situatie hetzelfde is en dat het makkelijker zou moeten worden om vergunningen te verstrekken voor terrein dat anders verboden zou zijn om te betreden.

3.3.4. Aanbod

Ondanks het feit dat het Waddengebied een van de belangrijkste gebieden is voor vogels, is het aanbod (zoals bijvoorbeeld vogelreizen) dat het Waddengebied aandoet summier. Het Waddengebied zou meer een bestemming voor vogelreizen kunnen worden als hierop wordt ingezet. De meeste aanbieders van vogelreizen zitten in de Angelsaksische landen (Verenigde Staten en m.n. Verenigd Koninkrijk waar veel aanbieders van vogelreizen zich bevinden). Probeer onderdeel te worden van hun portefeuille.



Eco-lodges in Costa Rica hebben hun hele omgeving ingericht op het aantrekken van vogelsoorten, bijvoorbeeld door kleine bloemenvaasjes neer te hangen met honing zodat de colibries daaropaf komen. Soortgelijke initiatieven om vogels aan te trekken kunnen ook in het Waddengebied gerealiseerd worden.

Het advies aan organisatoren van natuurexcursies is om, waar mogelijk, meer vogeltours met lokale gidsen voor bezoekers te ontwikkelen die zowel eenvoudig, ingewikkeld als hardcore van aard zijn:

“Het animo om vogels te kijken is groot en die groeit enorm op dit moment. Mensen zijn er in geïnteresseerd om meer van de avifauna te weten te komen”. “Er komen natuurlijk heel veel families met kinderen in het Waddengebied, dus dat is altijd goed, en zeehonden hebben een wat hoger knuffelgehalte, maar als er een vlucht van 35.000 Kanoeten voorbijkomt, dan zijn mensen flabbergasted. Als mensen kennis wordt meegegeven, dan raken ze meer geïnteresseerd en dan raken ze wat vertrouwd. Hoe meer er van een bepaald onderwerp bekend is, hoe leuker het wordt. En dat geldt eigenlijk voor iedereen”.

Ook het ontwikkelen van souvenirs (bijvoorbeeld lokale producten koppelen aan (afbeeldingen van) vogels die lokaal voorkomen) kan bewustwording stimuleren/verhogen. Als voorbeeld werd Brouwerij 't IJ in Amsterdam gegeven. Dat bedrijf gebruikt een struisvogel als merk/logo en hebben daar een heel verhaal aan gehangen:

“Door verhalen te vertellen die gelinkt zijn aan vogels en die ook weer gelinkt worden aan andere kwaliteiten in een gebied wordt het product sterker. Een stuk storytelling”.

Er kan bijvoorbeeld een link gelegd worden tussen vogels en lokale/Waddenstreekproducten. Ondernemers zouden kunnen overwegen om de samenwerking op te zoeken met vogelbescherming of Birdlife International. Dat kan een onderneming een zeker cachet meegeven.

Een andere ondernemer geeft aan dat er vraag is naar een uitgebreid, toegankelijk en goed gecommuniceerd programma van wadloopexcursies, vogelkijkexcursies, etc. Een overzicht waarop alles te zien is waar mensen aan mee kunnen doen, een heel activiteitenprogramma vanuit die organisaties, en wat ook voortdurend up-to-date is, heel makkelijk inzichtelijk is wat en waar iets precies is en hoe mensen zich hiervoor kunnen aanmelden. Op dit moment zou deze tak van sport nogal versnipperd zijn en vandaar dat de ondernemer dit waardevol acht.



3.3.5. Bureaucratie

Dan zijn er een aantal aanbevelingen gedaan rondom bureaucratie. Ondernemers ervaren de samenwerking met gemeentes en natuurorganisaties als moeizaam en langzaam. Een van de ondernemers omschrijft dat het belangrijk is om meer ruimte te creëren voor flexibiliteit binnen projecten en omschrijft dat als volgt:

“Wat er nu wordt gedaan is dat er op een groot project wordt ingezet vanuit een subsidieaanvraag. Dat betekent vaak dat de subsidieschrijver het plan van aanpak bepaald, vervolgens gaan de projectleiders puntsgewijs een subsidieaanvraag afvinken. Wanneer er hiervan vervolgens iets niet werkt dan zijn er vaak geen andere opties meer over”.

De aanbeveling vanuit ondernemers is dan ook om meer te werken vanuit het werkveld zelf, zodat er eerder gezien kan worden wat de projecten voor effect hebben. Een andere ondernemer geeft aan dat, met het oog op natuur, dat een vereiste moet zijn. De natuur verandert constant en weersomstandigheden, klimaatverandering, nieuwe ontdekkingen van vogels, ziekte onder vogels en andere uitgaanspunten kunnen altijd anders zijn dan verwacht. Daarom werkt het in zijn opinie niet om één vaste blauwdruk te creëren waarvan *“wanneer iemand A doet, het X oplevert.”*.



4. Aanbevelingen en conclusies

Alle onderstaande aanbevelingen zijn gevormd op basis van de met ondernemers gehouden gesprekken en aannames uit het bezoekersonderzoek. De aanbevelingen zijn gevormd door het combineren van verschillende thema's uit de hoofdstukken 'resultaten' en 'belemmeringen'.

1. Ontbrekende zichtbaarheid van het Waddengebied als een unieke UNESCO Werelderfgoed bestemming

Van alle gesprekken die met de ondernemers zijn gehouden was één van de meest genoemde opinies het feit dat er in de optiek van de ondernemer, onvoldoende zichtbaarheid is omtrent het feit dat het Waddengebied een zeldzaam en unieke UNESCO werelderfgoed locatie is. Wanneer de bezoeker hier wel van op de hoogte is zijn zij vaak niet bekend met waarom het gebied zo speciaal is.

De ondernemers benoemen dat er te weinig informatieborden beschikbaar zijn die de bezoeker ten eerste herinneren aan het feit dat zij zich op Werelderfgoed begeven en ten tweede informeren omtrent de desbetreffende locatie. Zo zouden zij pleiten voor zogenoemde "horizon borden", waarop de bezoeker kan lezen en herkennen wat hij in de verte ziet. Ook zouden er borden gemist worden die informatie over vogels bevatten. Voor de liefhebber is er voldoende beschikbaar, echter zou het informeren van nietsvermoedende bezoekers er voor kunnen zorgen dat zij op de hoogte gebracht worden van de zeldzaamheid en het belang van de wadvogel. Op die manier kan een verhoogd bewustzijn gecreëerd worden door het laten toenemen van kennis.

2. Het bevorderen van eensgezindheid omtrent het faciliteren van de gastvrijheidseconomie binnen het waddengebied.

Een terugkerend thema voor de ondernemers was dat belangenverstrengeling tussen verschillende natuurorganisaties ervoor kan zorgen dat de door natuurorganisaties gestelde doelstellingen niet gehaald of nageleefd worden. Ook geven ondernemers binnen de gastvrijheidseconomie aan dat natuurorganisaties niet op één lijn zitten en dat mede hierdoor het behalen van toeristische potentie vermoeilijk wordt.

De gastvrijheidseconomie is van nature gecompartmenteerd, wat ervoor zorgt dat overzichtelijkheid in wat andere aanbieden en waar zij zich mee bezig houden lastig te verkrijgen is. Deze redenen gecombineerd zorgen ervoor dat ondernemers vragen om een top-down/bottom-up approach, waarin een betere samenwerking en meer overleg tussen organisaties en collega's centraal staat.



Een praktische vertaling van deze aanbeveling is bijvoorbeeld het gezamenlijk opzetten van natuurbewuste toeristische activiteiten en/of evenementen, waarbij verschillende organisaties en ondernemers betrokken worden. Tevens, is het belangrijk dat er een dusdanige constructie rolverdeling bedacht wordt waarbij non-profit organisaties ondersteuning geven, terwijl ondernemers hierbij de kans krijgen een rendabele prijs te vragen voor het aangeboden product. Dit schept de mogelijkheid voor herhaalbaarheid, doorontwikkeling en het leveren van professionelere diensten van bijvoorbeeld, voor het Waddengebied specifiek nieuw opgeleide gidsen (zie aanbeveling 3).

3. *Het aanbieden en opzetten van cursussen en lezingen voor ondernemers, personeel en gidsen binnen het Waddengebied.*

Verschillende ondernemers hebben aangegeven dat veel van de bezoekers niet beschikken over kennis van vogels en/of de bijbehorende natuur. Dit komt overeen met de uitkomsten van het bezoekersonderzoek, waarin bezoekers zichzelf een 4,6 op een schaal van 10 gaven m.b.t. kennis over wadvogels. Ondanks het feit dat zij zichzelf een 7,4 gaven op het gebied van bewustzijn, wordt gedrag dat bij dit bewustzijn past logischerwijs beïnvloed door de hoeveelheid kennis die de bezoeker bezit. Uit het bewonersonderzoek komt eenzelfde beeld; ze geven zichzelf een onvoldoende op hun eigen kennis over wadvogels, maar zijn zich wel bewust van vogels in het Waddengebied. Wat verstoringend recreatief gedrag is voor Wadvogels is voor veel bewoners en bezoekers niet genoeg bekend om daadwerkelijk genoeg rekening met de vogels te houden.

Hier ligt tegelijkertijd ook een aandeel dat toegewezen kan worden aan de ondernemer. Zo kan een duurzaam en natuurvriendelijk bedoelde activiteit toch verstoringend zijn voor de vogels in het gebied. De ondernemer en de bezoeker zijn zich in dit geval wel bewust van de aanwezigheid van wadvogels, echter zijn zij zich niet bewust over de impact die bepaalde handelingen hebben voor het herstel van de vogels. Gelijktijdig, zijn er ook ondernemers in het Waddengebied aanwezig die zich wel degelijk bewust zijn van menselijke impact en belang hiervan. Deze ondernemers geven dan ook aan geïnteresseerd te zijn in cursussen voor zowel zichzelf als het personeel. Zodoende, kunnen zij het belang en de waarde van het Waddengebied beter overbrengen naar de bezoekers en kunnen hiermee stappen gemaakt worden omtrent bewustzijn, draagvlak en gedrag. Tot slot, is er door meerdere ondernemers uitgesproken dat er bij sommige vrijwillige gidsen levendig- en moderniteit mist tijdens het delen van informatie en hierdoor de kans voor het uitlokken van interesse gemist wordt. Zij pleiten voor het aanbieden van een breder commercieel aanbod van gidsen die getraind zijn.



Daarnaast is het waard om te vermelden, dat in lijn met aanbeveling 2, vrijwel elke ondernemer heeft aangegeven interesse te hebben in het deelnemen aan een lerend netwerk. Tijdens deze lerende netwerken kunnen organisaties, experts en ondernemers uitwisselen van gedachtes, ervaringen en best practices.

4. *Stimulering omtrent het ontwikkelen en creëren van wadvogel- en natuurvriendelijke activiteiten die bewustzijn, kennis, en gedragswijzen verbeteren terwijl biodiversiteit centraal staat.*

Het merendeel van de ondernemers is zich bewust van de nieuwe positionering die het Waddengebied tijdens de afgelopen periode op zich heeft genomen. Het Waddengebied leent zich uitstekend als een duurzame bestemming en deze intentie ligt dan ook in lijn met wat de ondernemers willen. Veel van hen geven aan bewuste beleidskeuzes te maken die bijdragen aan het verduurzamen van het gebied en de onderneming.

In lijn met de eerder genoemde aanbeveling omtrent zichtbaarheid, zou een uitgebreider aanbod van activiteiten die de natuur bevorderen in plaats van belemmeren bijdragen aan het creëren van de hierboven genoemde positionering van het Waddengebied. Daarnaast confronteren dergelijke activiteiten zowel de duurzame bezoeker als de minder goed geïnformeerde bezoeker. Dit kan zowel indirect effect hebben op de gedragswijze tijdens het bezoek als gevolg van zichtbaarheid, als directe impact bij deelname aan één van de activiteiten. Op die manier, kan een dergelijke activiteit bijdragen aan het bewustzijn en leerproces van de toerist, biodiversiteit van het gebied en de economische vooruitgang van de ondernemer.

Een concrete en praktische ontwikkeling van passende en effectieve activiteiten zullen gevormd moeten worden in samenwerking met organisaties, experts en ondernemers. Echter kunnen genoemde activiteiten als, *“Het door toeristen laten planten van zeegras”*, *“het installeren van nestkasten op plekken waar bepaalde soorten volgens voorkomen”* en *“het aanbieden van afvalprikkerwandelstokken zodat zij tijdens hun wandelingen afval kunnen opruimen”* dienen als een bron voor inspiratie.

Ondernemers hebben verschillende initiatieven en ideeën voor het voetlicht gebracht waarop zij trachten de juiste condities te scheppen voor bewustwording en draagvlak onder groepen die gebruikmaken van het Waddengebied. Dat kan als voorbeeld dienen voor andere ondernemers die nog weinig of niets doen met vogels en/of vogelbescherming in hun bedrijfsvoering, maar dat wel zouden willen doen. Bewustwording en draagvlak voor vogels en vogelbescherming kan al bereikt worden door



Stenden



kleine aan/toepassingen te doen. Het creëren van (meer) bewustwording en draagvlak kan echter ook belemmeringen met zich meebrengen.

Wat dit onderzoek duidelijk heeft gemaakt is dat vogels meer aandacht zouden mogen krijgen in het Waddengebied. Het is namelijk een van de kwaliteiten waardoor het gebied haar UNESCO werelderfgoed status heeft verkregen. Bovendien spelen vogels een belangrijke rol in de beleving van het gebied door bewoners en bezoekers. Ondernemers zouden hier meer op in kunnen spelen en verbeterde samenwerking en kennisoverdracht zou hier goed bij kunnen helpen. Bovendien past het goed bij de strategie die in het Waddengebied is ingezet: het aantrekken van de kwaliteitstoerist. Dit type toerist kan ook geïnteresseerd zijn in vogels.



Bijlage 1. Vragenlijst interview toeristisch-recreatieve ondernemers in het Waddengebied

A) Algemeen
1) Wat voor onderneming heeft u? (type + grootte (klein, midden, groot))
2) Wat zijn uw doelgroepen?
B) Vragen m.b.t. tot bewustwording van/draagvlak voor vogelbescherming
3) Wat doet uw onderneming reeds op gebied van het creëren van bewustwording van, en draagvlak voor vogelbescherming in het Waddengebied onder uw klanten/gasten?
4) Eventueel vragen naar bewustwording van, en draagvlak voor natuur/natuurbescherming indien onderneming niks doet met vogelbescherming
5) Bent u <u>indirect</u> al bezig met het creëren van bewustwording van natuurwaarden onder uw gasten/klanten? (bijvoorbeeld alleen nog maar afbreekbare borden, bestek gebruiken, recyclen, energievoorziening, etc.)
6) Bent u in de (nabije) toekomst van plan om (meer) bij te dragen aan bewustwording van het belang van, en het vergroten van het draagvlak voor vogelbescherming in het Waddengebied onder uw eigen klanten/gasten?
7) Zo ja, wat? En op welke wijze?
8) Ziet/Ervaart u belemmeringen om de bewustwording van, en het draagvlak specifiek voor, vogelbescherming meer onder de aandacht van uw klanten/gasten te brengen? (financieel, tijd, bestemmingsplan, wetten en regels, etc.)
9) Zo ja, welke?
10) Wat zou meer aandacht voor vogels en vogelbescherming kunnen opleveren voor u als ondernemer in het Waddengebied?
11) Werkt u samen met andere ondernemers of organisaties aan bewustwording van, of draagvlak voor, vogels of vogelbescherming in het Waddengebied?
Eventueel vragen naar samenwerking rondom bewustwording van, en draagvlak voor natuur/natuurbescherming indien onderneming niks doet met vogelbescherming a) Zo ja, met wie en wat doet u gezamenlijk?



C) Externe ondersteuning m.b.t. bewustwording van/draagvlak voor vogelbescherming
12) Wat voor ondersteuning denkt u nodig te hebben van natuurbeschermingsorganisaties bij het creëren van bewustwording over het belang van, en het vergroten van het draagvlak voor, vogelbescherming in het Waddengebied?
13) Kent u andere partijen (brancheverenigingen, onderwijs- en kennisinstellingen, collega-ondernemers, etc.) die voor ondersteuning kunnen zorgen?
C) Aanbevelingen / afsluiting
14) Wat voor ideeën of aanbevelingen heeft u voor de projectpartners (natuurorganisaties) van Wij en Wadvogels om bewustwording over, en draagvlak voor vogelbescherming onder bewoners en bezoekers in het Waddengebied te vergroten?
15) Wat zou u andere ondernemers aanbevelen?
16) Heeft u nog andere suggesties of ideeën?
17) Wilt u verder betrokken worden in het project Wij en Wadvogels en/of op de hoogte worden gehouden?
18) Wilt u betrokken worden in een panel en/of lerend netwerk over wadvogels, natuur-inclusief ondernemen?
19) Kent u andere ondernemers die iets met vogels/vogelbescherming doen?