

Badgasten in een werelderfgoed; de ontwikkeling van het toerisme in het Nederlandse waddengebied nader beschouwd.

Hans Revier (lector Mariene Wetlands Studies), Albert Postma (lector Scenarioplanning)
Stenden Hogeschool
Postbus 1298, 8900 CC Leeuwarden
hans.revier@stenden.com

Samenvatting

Elk jaar bezoeken tussen de een en twee miljoen mensen het waddengebied. Het toerisme is daar uitgegroeid tot een van de belangrijkste economische activiteiten. In Nederland zijn vooral de eilanden een populaire vakantiebestemming. Fietsen, wandelen en strandbezoek zijn populaire activiteiten. De authentieke atmosfeer, het strand en het duinlandschap worden het meest gewaardeerd. De natuurwaarden van de Waddenzee spelen een minder grote rol, hoewel uit onderzoek blijkt dat er een zekere relatie bestaat tussen natuurervaringen en de plaatsgebondenheid van de toerist. In tegenstelling tot Duitsland komt het toerisme op de vastelandskust van Noord-Holland, Friesland en Groningen nauwelijks op gang en kan niet profiteren van de stroom bezoekers naar de Waddeneilanden. De recente aanwijzing van de Waddenzee tot werelderfgoed wordt over het algemeen gezien als een belangrijke stimulans voor de ontwikkeling van het toerisme. In Nederland blijkt de werelderfgoedstatus echter nog relatief onbekend te zijn. In tegenstelling tot het Duitse kustgebied wordt door ondernemers deze status niet of nauwelijks benut. Met de werelderfgoedstatus van de Waddenzee en de voorgenomen uitbreiding van het vliegveld Eelde als nieuwe uitdagingen zijn met behulp van scenarioplanning een aantal richtingen voor de ontwikkeling van het toerisme in Noord-Nederland geïdentificeerd en uitgewerkt in 23 product-markt-partner-combinaties. Deze hebben het karakter van *shortbreaks* waarin een bezoek aan het waddengebied gekoppeld wordt aan andere highlights in Noord-Nederland.

1. Inleiding

De internationale Waddenzee strekt zich uit langs de kust van Nederland, Duitsland en Denemarken en is een van de grootste (8000 km²) aaneengesloten intergetijde-gebieden ter wereld. Het gebied is karakteristiek voor zandige kusten waar een gemiddeld getijverschil optreedt. Vijftig eilanden vormen de grens met de Noordzeekustzone en de diepere delen van de Noordzee. Gedurende laagwater valt ongeveer de helft van de Waddenzee droog, hetgeen uniek op de wereld is. De huidige vorm van de Waddenzee is nog steeds het gevolg van natuurlijke processen, hoewel sinds de Middeleeuwen de mens, door het bouwen van dijken en het inpolderen van land, het landschap ingrijpend heeft veranderd (Schroor 2008). De Waddenzee is een van de belangrijkste kinderkamers voor Noordzeevis, voedsel- en rustgebied voor zeehonden en broed- en foerageergebied voor tientallen soorten steltlopers. De Waddenzee is volledig beschermd op zowel nationaal als internationaal niveau. Het is een Natura2000 gebied en aangemerkt als natuurlijk werelderfgoed (Common Wadden Sea Secretariat 2008). In het landschap van het aangrenzende kustgebied weerspiegelt zich de eeuwenlange strijd van de mens tegen het water. In deze gebieden zijn landbouw en veeteelt de belangrijkste activiteiten. In de buurt van havensteden, zoals in Nederland Den Helder, Harlingen en Delfzijl, is enige industrie gevestigd (Schroor 2008). Op de Nederlandse Waddeneilanden heeft het toerisme zich ontwikkeld tot een van de belangrijkste economische sectoren. Op de vastelandskust van Noord-Holland, Friesland en Groningen wordt de toeristische ontwikkeling gezien als een mogelijkheid om het afgaande economische tij te keren (Raad voor de Wadden 2008). Hierbij wordt een centrale rol toegekend aan de recent toegekende werelderfgoedstatus van de Waddenzee, maar ook aan de rijke cultuurhistorische waarden op de vastelandskust. Vollmer et al. (2001) inventariseren deze waarden en doen aanbevelingen hoe de belangstelling hiervoor te

vergroten. De koppeling van deze waarden aan de werelderfgoedstatus van de Waddenzee is volgens Gjaltema & McDonald (2011) een kans om toerisme en recreatie in het Noordfriese kustgebied te stimuleren.

2. Ontwikkeling van het toerisme in het waddengebied

Al in de 19^e eeuw ontwikkelde zich op de Waddeneilanden enige vorm van toerisme. Op het Duitse eiland Nordeney werd in 1797 het eerste badhotel gebouwd waarmee men een trend volgde die zich in Engeland voor het eerst had geopenbaard. Daarna volgden de andere eilanden. De eerste zeebadinrichting in het Nederlandse Waddengebied werd in 1852 op Ameland geopend. Maar pas na het instellen van reguliere veerdiensten en het ontwikkelen van een spoorwegnet konden op de Nederlandse eilanden regelmatig badgasten gezien worden (Bakker 2002). Na de Tweede Wereldoorlog ontwikkelde het (massa)toerisme op de eilanden. Aangetrokken door de ruime stranden en de authentieke sfeer op de eilanden groeide in de vijftiger en zestiger jaren het aantal toeristen snel (Raad voor de Wadden 2009). Tegenwoordig zijn de Waddeneilanden een populaire vakantiebestemming. Sinds 1996 wordt de toeristische ontwikkeling in Noord-Nederland gemonitord middels het Toerdata Noord project (Huig & de Haas 2010b). De jaarlijkse rapportages geven een beeld van het belang van het toerisme in het Nederlandse Waddengebied. In 2010 brachten 1,2 miljoen bezoekers gemiddeld 5,1 nachten op de eilanden door. De meesten van hen zijn afkomstig uit Nederland (83% van de bezoekers; 76% overnachtingen) gevolgd door Duitsers (14%; 22%) en Belgen (1,5%; 1,2 %). Over de periode 1998-2009 zijn gemiddeld 4 miljoen overnachtingen per jaar geboekt. Dit heeft tot gevolg gehad dat traditionele economische activiteiten op de eilanden, voornamelijk landbouw, veeteelt en visserij, voor een groot deel zijn verdrongen door activiteiten die aan het toerisme zijn gerelateerd (Fischer & Waterbolk 2005). Het overheersende patroon van een verblijf op de Waddeneilanden bestaat uit een weekend of week in een huisje, hotel of camping. Het meeste geld wordt besteed aan het onderkomen, levensonderhoud en het transport (Stichting Recreatie 2003). Op de vastelandskust van Noord-Holland, Friesland en Groningen is het toerisme veel minder ontwikkeld. Gemiddeld worden daar per jaar 1 miljoen overnachtingen geboekt. De veerboothavens Den Helder, Harlingen, Holwerd en Lauwersoog profiteren nauwelijks van de bezoekersstromen naar de eilanden (Moufakkir & Revier 2009). Zo blijkt dat veerbootpassagiers op weg naar hun vakantiebestemming op de eilanden nauwelijks interesse hebben voor een bezoek aan het kustgebied. Bijvoorbeeld 87% van de reizigers naar Terschelling en Vlieland (n=152) is alleen geïnteresseerd in de eilanden. Ook 65% van de geïnterviewde toeristen in Den Helder (n=172) geeft aan dat men uitsluitend voor de veerboot naar Texel naar dit deel van het waddengebied is afgereisd (Revier 2011).

3. Motieven van toeristen in het waddengebied

Elke vijf jaar wordt binnen het Toerdata project een consumentenonderzoek uitgevoerd (Huig & de Haas 2010a). Toeristen in Noord-Nederland worden bevraagd over hun activiteiten gedurende het verblijf en hun waardering daarvoor. Uit deze gegevens blijkt dat op de eilanden wandelen (26%), fietsen (25%) en strandbezoek (14%) de meest populaire activiteiten zijn. De laatste decennia groeit verder de deelname aan natuurexcursies en zeehondentochten. Over het algemeen is weinig onderzoek gedaan naar de motieven van toeristen om het waddengebied te bezoeken. Een klein onderzoek in 1993 gaf aan dat het onbedorven landschap van de eilanden en de natuurwaarden het meest worden gewaardeerd (Stichting Recreatie 2003). In 2008 is dit onderzoek op grotere schaal uitgevoerd (De Rijk & Borger 2008). Dit onderzoek bevestigt de resultaten uit 1993: Een groot deel van de bezoekers waardeert de rust, de ruimte, de natuur en het landschap van de eilanden. Recent ontwikkelde de Rijksuniversiteit Groningen de hotspotmonitor om de waardering voor verschillende delen van het waddengebied te meten (Sijtsma et al. 2012). Dit webbased monitoringsinstrument vraagt aan respondenten om hun favoriete plek in het waddengebied te benoemen en op een kaart te markeren (www.hotspotmonitor.eu). De landschappen op de eilanden, met name de stranden en de duinen, blijken de meest populaire plekken te zijn. Toch zijn ook de natuurlijke waarden van de Waddenzee zelf

populair. Gedurende de zomer en herfst van 2011 vond een onderzoek plaats onder de deelnemers aan natuurexcursies op de Waddenzee. Uit de eerste resultaten komen aanwijzingen naar voren dat er een zeker verband is tussen het ervaren van de natuurwaarden van de Waddenzee en plaatsgebondenheid aan het waddengebied (Folmer 2012).

4. De aanwijzing tot werelderfgoed

4.1 De procedure

De regeringen van Nederland, Duitsland en Denemarken werken samen om vorm te geven aan een internationaal Waddenzeebeleid en het nationale beleid op elkaar af te stemmen. Binnen deze trilaterale samenwerking kwam medio jaren negentig de mogelijke aanwijzing van de internationale Waddenzee als werelderfgoed al ter sprake. Maar dit voornemen deed een storm van kritiek opsteken. Economische belangengroeperingen voorzagen juridische beperkingen voor bedrijfsmatige activiteiten, Waddengemeenten waren bevreesd onder curatele te worden gesteld en de natuur- en milieubeweging betwijfelde de toegevoegde waarde van de werelderfgoedstatus (Van der Aa 2004). Ondanks deze kritiek besloten de drie Waddenlanden in 2005 het nominatieproces te starten. Tijdens intensieve consultatiebijeenkomsten sloeg de stemming in het Waddengebied om. Daarvoor zijn twee hoofdoorzaken aan te wijzen. In de eerste plaats het convenant dat op initiatief van de toenmalige minister van Landbouw, Natuur en Voedselveiligheid, Kees Veerman werd afgesloten met de belangrijkste stakeholders. Hierin werd vastgelegd dat de aanwijzing tot werelderfgoed op geen enkele wijze zou leiden tot nieuwe regelgeving. En op de tweede plaats een studie van het Nederlandse UNESCO centrum die voorspelde dat de werelderfgoedstatus zou leiden tot een toename van het toerisme en daarmee ten goede zou komen aan de economie van Noord-Nederland (UNESCO Centre Nederland 2005). Uiteindelijk werd de beslissing van de UNESCO werelderfgoedcommissie op 26 juni 2009 om de internationale Waddenzee aan te wijzen als werelderfgoed door alle stakeholders met instemming begroet. Ook tijdens de 11^e trilaterale regeringsconferentie op het Duitse Waddeneiland Sylt werd in 2010 de beslissing van UNESCO verwelkomd. Naar aanleiding van een aanbeveling van UNESCO besloten de Ministers van Nederland, Duitsland en Denemarken te gaan werken aan een gezamenlijke duurzame ontwikkelingsstrategie voor het toerisme in het waddengebied en als eerste stap hierin een gezamenlijk communicatie- en marketingplan uit te werken (Common Wadden Sea Secretariat 2011).

4.2 Effecten van de aanwijzing

Economische effecten van een aanwijzing tot werelderfgoed, i.c. de toename van toerisme zijn moeilijk te meten. Soms is een toename van het toerisme te herleiden tot verhoogde belangstelling voor een gebied als de procedure tot aanwijzing aanleiding geeft tot discussies (Buckley 2004). De aanwijzing van de internationale Waddenzee was enigszins controversieel omdat de Deense regering en de autoriteiten in Hamburg hun steun voor de aanwijzing aanvankelijk introkken. Maar tot een meetbare toename van het toerisme in het waddengebied heeft dit niet geleid (Revier & Petersen 2009).

Om meer inzicht te krijgen in het effect van de werelderfgoedstatus van de internationale Waddenzee is in 2008 en 2009 kwantitatief en kwalitatief onderzoek uitgevoerd onder stakeholdergroepen en bezoekers van het waddengebied (Revier, 2011) Bezoekers van Harlingen zijn geënquêteerd over hun kennis en verwachtingen van de werelderfgoedstatus en verschillende stakeholdergroepen (vertegenwoordigers van gemeenten, horeca-ondernemers en hoteleigenaren) zijn geïnterviewd. Hieruit bleek dat in 2008 en 2009 de term werelderfgoed bij 85% van de ondervraagden bekend is, maar dat slechts 30% weet dat de Waddenzee genomineerd wordt. Een kleine meerderheid (53%) is van mening dat de werelderfgoedstatus een reden is om het waddengebied te bezoeken. Het toeristische bedrijfsleven en lokale overheden verwachten een toename van het toerisme dankzij de nominatie, waarbij het bedrijfsleven wacht op initiatieven van de overheid om de werelderfgoedstatus te vermarkten. Dekansen die de werelderfgoedstatus biedt voor een

betere vermarkting van het waddengebied zijn tot nu toe door het bedrijfsleven noch door de lokale overheden aangegrepen (Revier 2011). Uit een recent onderzoek van de Waddenvereniging (Revier, 2011) onder bezoekers aan Ameland (n=140) blijkt dat de bekendheid met de werelderfgoedstatus groter is vergeleken met eerder onderzoek. Ruim 75% van de respondenten is daarvan op de hoogte. Bijna de helft (46%) denkt dat de Waddeneilanden zijn aangewezen als werelderfgoed. Een minderheid (40%) vindt het geen extra reden om af te reizen naar het waddengebied (Revier 2012; Schrage 2012).

4.3 Ontwikkelingen in Duitsland

Vergeleken met Nederland is op het vasteland van Nedersaksen en Sleeswijk-Holstein de kust beter ontsloten en heeft het toerisme zich goed ontwikkeld. Ook de ruim dertig jaar geleden ingestelde *National Parke Wattenmeer* maakte het mogelijk natuurbeleving als onderdeel van een verblijf aan de waddenkust te vermarkten (Brandt & Wollesen 2009). Waar onder bezoekers aan het Nederlandse waddengebied, zoals uit voorgaande paragraaf blijkt, nog misverstanden over en onbekendheid met het fenomeen werelderfgoed bestaan, is dit in het Duitse kustgebied heel anders. Daar wordt de status actief gebruikt, bijvoorbeeld in het kustgebied van Nedersaksen (Prowad 2012). Het voor het werelderfgoed Waddenzee ontwikkelde logo kan in alle brochures en op websites gevonden worden. Langs de Duitse autowegen die naar de kust leiden, staan borden die verwijzen naar het werelderfgoed Waddenzee. Bovendien worden arrangementen aangeboden die werelderfgoed Waddenzee als thema hebben (Nordsee GmbH, 2011).

Kwalitatief onderzoek (Revier et al. 2012) in het havenstadje Nessmersiel (Nedersaksen) toonde de mogelijkheden aan die de werelderfgoedstatus biedt voor de ontwikkeling van het toerisme. Uit interviews met vertegenwoordigers van toerismeorganisaties en het National Park Wattenmeer blijkt dat de werelderfgoedstatus van de Waddenzee tot meer bewustwording en een groter draagvlak voor bescherming leidt. De regio gebruikt deze status in haar marketingactiviteiten, bijvoorbeeld op vakantiebeurzen, en ontwikkelt ook programma's om de bezoekers bewust te maken van de unieke waarden van het gebied (Prowad, 2012). De geïnterviewden zijn er van overtuigd dat door het werelderfgoed meer op de natuurgerichte doelgroepen worden aangesproken en verschillende stakeholdergroepen beter samenwerken zodat het per saldo leidt tot een groei van het toerisme.

5. Toekomst van het waddentoerisme

5.1 Nieuwe uitdagingen

Voor een duurzame stimulans van het toerisme in Noord-Nederland zijn een duidelijke visie en gerichte strategie noodzakelijk die ondersteund worden door de bij het toerisme betrokken stakeholders en de lokale bevolking. De werelderfgoedstatus van de Waddenzee zal niet vanzelf leiden tot groei van het toerisme. Internationaal onderzoek toont aan dat deze status weliswaar allerlei voordeel voor de betrokken regio kan opleveren zoals bescherming van natuur en cultureel erfgoed, samenwerking, lokaal bewustzijn, sociaal kapitaal, voorlichting en educatie, sponsoring en investeringen, maar dat de economische effecten, bijvoorbeeld van toeristische ontwikkelingen, vaak achter blijven (DCMS UK Government, 2008; Rebanks Consulting Ltd & Trends Business Research 2009). De werelderfgoedstatus van de Waddenzee is daarom een interessante uitdaging en kans, maar geen allesomvattend antwoord op de economische neergang van de regio. Een andere kans biedt de vergunning die aan Groningen Airport Eelde is gegeven om de start- en landingsbaan te verlengen. Dit opent de deuren voor low cost airlines om toeristen naar Noord-Nederland te vervoeren. Er zijn al contracten getekend met Ryanair voor een vliegverbinding met Palma de Mallorca, Marseille, Barcelona en Milaan/Bergamo. Een toeristische vliegverbinding met Aberdeen is in voorbereiding. Deze ontwikkeling is niet alleen van belang voor de Nederlandse reiziger, maar kan ook een interessante kans zijn om toeristen uit stedelijke omgevingen in Europa te interesseren voor een bezoek aan het relatief onontdekte Waddengebied. Het is een uitdaging om in het huidige toeristische landschap een visie en strategie te ontwikkelen die gebruik maakt van de kansen die de

werelderfgoedstatus van de Waddenzee en de voorgenomen groei van het vliegveld Eelde biedt.

5.2 Veranderende samenleving en scenarioplanning

Onder invloed van het proces van globalisering en de ontwikkeling van de informatietechnologie is de wereld langzamerhand veranderd in een netwerk- en informatiemaatschappij. Bovendien baseren consumenten hun aankoopbeslissingen meer en meer op hetgeen in de wereld om hen heen gebeurt en op de meningen binnen het netwerk van vrienden en kennissen dat men via sociale media en bijvoorbeeld via Zoover en Tripadvisor kan raadplegen. Aanbiedingen van sites als Groupon en FourSquare en op veilingsites leiden bovendien steeds vaker tot impulsaankopen (Radio Nederland Wereldomroep 2012; Future Foundation 2012; Beulink et al. 2012). Volgens trendwatching.com en veranderen smaken en voorkeuren van consumenten snel en volgen consumententrends elkaar in hoog tempo op (Nooteboom 1992; Postma 2012a). Dit, gecombineerd met de drang van consumenten om verschillende leisure-lifestyles te proberen en te ervaren (Kloosterman, 2002), maakt dat het steeds moeilijker wordt het gedrag van de toerist te voorspellen. Om deze toeristen naar het Waddengebied toe te trekken volstaat de traditionele aanpak via destination marketing niet langer en het simpel reageren op trends binnen het toerisme is niet voldoende. Daarom is het van belang om zo veel mogelijk de 'drijvende krachten' in beeld te brengen die het consumentengedrag in de toekomst bepalen. Met name de drijvende krachten waarover we onzeker zijn. Als we dergelijke krachten begrijpen en ons een beeld vormen in welke richting zij zich zullen kunnen ontwikkelen, zullen we in staat zijn om op veranderingen in het consumentengedrag te anticiperen. Dit geeft meer vertrouwen en maakt het bedrijfsleven minder kwetsbaar voor toekomstige ontwikkelingen.

Scenarioplanning is een instrument dat rekening houdt met bovengenoemd denken. De kennis, expertise en onzekerheden van stakeholders worden gedeeld en besproken. De belangrijkste onzekerheden voor de lange termijn worden gezamenlijk vastgesteld en deze vormen de basis voor het ontwikkelen van een aantal scenario's. Deze scenario's zijn geen toekomstvoorspellingen, maar zijn kwalitatieve beschrijvingen hoe de wereld er over een aantal jaren uit zou kunnen zien. Van de ontworpen scenario's gaat het er niet om dat de ene beter of slechter is dan de andere. De belangrijkste functie is dat ze een inspirerend kader vormen dat voor organisaties behulpzaam kan zijn bij het proactief ontwikkelen van een visie, strategie, nieuwe concepten of businessmodellen. Visit Scotland was een van de eerste toeristische organisaties die deze methodiek succesvol heeft toegepast (Postma 2012a). Dit succes heeft het bedrijfsleven in Noord-Nederland geïnspireerd en heeft geresulteerd in de oprichting van een kenniscentrum op het gebied van toekomststudies en scenarioplanning : het European Tourism Futures Institute (www.etfi.eu).

5.4 Vier scenario's voor Noord-Nederland

Aangespoord door de werelderfgoedstatus van de Waddenzee en de te verwachten uitbreiding van Groningen Airport Eelde heeft de Kamer van Koophandel van Noord-Nederland het ETFI verzocht om met behulp van scenarioplanning een aantal richtingen te identificeren waarin het internationaal toerisme in Noord-Nederland zich zou kunnen ontwikkelen en die uit te werken tot concrete aanknopingspunten voor overheid en bedrijfsleven. ETFI heeft in overleg met de Kamer twee belangrijke onzekerheden voor deze ontwikkeling benoemd. Ten eerste de vraag of Noord-Nederland zich moet concentreren op de internationale toerist die zich aangetrokken voelt tot specifieke kenmerken en waarden van Noord-Nederland of op toeristen die komen voor recreatieve activiteiten die ook heel goed in andere gebieden ondernomen kunnen worden. Op de tweede plaats de vraag of de regio zich moeten concentreren op het zogenaamde 'slow tourism' of op de tegenhanger het 'fast tourism'. Deze twee onzekerheden hebben het kader gevormd waarin vier plausibele doelscenario's zijn ontwikkeld (zie figuur 1).

Figuur 1. Vier scenario's voor internationaal toerisme naar Noord-Nederland



Bron: Postma, 2012b

Ten eerste het UNESCO werelderfgoedscenario waarin toeristen naar het gebied komen vanwege de specifieke waarden van het gebied. Hierbij kan gedacht worden aan gasten die van ver komen en kort in Noord-Nederland verblijven aangezien zij ook andere interessante plaatsen in Europa willen zien. Op de tweede plaats het NATUURREIZEN-scenario dat specifieke interesse voor de regio combineert met 'slow tourism'. Ten derde het LOW COST scenario dat 'fast tourism' combineert met algemene mogelijkheden en niet regio-specifieke recreatieve activiteiten. En tenslotte het JET SET scenario dat 'slow tourism' verbindt met algemene toeristisch-recreatieve activiteiten.

Aan de hand van demografische, economische, sociaal-culturele, technologische, ecologische en politieke trends en ontwikkelingen zijn deze vier scenario's uitgewerkt. Vervolgens zijn in een aantal workshops met regionale ondernemers en andere stakeholders de scenario's besproken en verder ontwikkeld. Bovendien zijn ze in een aantal interviews met experts uit de toeristische sector en aanpalende sectoren op hun marktwaarde getoetst. Hiernaast is een uitgebreide markt- en productanalyse uitgevoerd. Zo zijn voor elk van de scenario's de relevante ontwikkelingen met betrekking tot het internationaal toerisme in het algemeen en internationaal kusttoerisme in het bijzonder in kaart gebracht, waarbij er speciale aandacht was voor de kust in de Noordzeelanden. Voorts zijn voor elk scenario de *highlights* (kernproduct) en het afgeleide product in kaart gebracht. Met kernproduct worden de attracties in de regio bedoeld die een aantrekkende werking hebben op toeristen. Het afgeleide product maakt een verblijf mogelijk (accommodaties) of veraangenaamt het verblijf in de regio (restaurants, winkels, markten e.d.).

De marktprofielen en productprofielen die op basis van de beide analyses voor elk scenario zijn opgesteld zijn aan elkaar gekoppeld in een 23-tal product-markt-partner-combinaties (pmpc's). Deze hebben in de meeste gevallen het karakter van *shortbreaks* waarin highlights verspreid door Noord-Nederland –zoals de Waddenzee en de eilanden, de Nationale Parken in Drenthe, de Friese meren, de binnensteden van Groningen en Leeuwarden- met elkaar worden gecombineerd rond bepaalde thema's (Postma, 2012b). Aan de hand van de feedback van ondernemers, overheden, marketingorganisaties en experts zijn voor elk van deze pmpc's de relatieve marktkansen aangegeven. In een vervolgtraject zal in opdracht van de Kamer van Koophandel Noord een begin worden gemaakt met de implementatie van de pmpc's.

Via scenarioplanning zijn voor Noord-Nederland de eerste aanknopingspunten voor nieuwe ontwikkelingen en activiteiten in beeld gebracht om groepen toeristen uit verder weg gelegen marktlanden voor Noord-Nederland, i.c. het waddengebied te interesseren. Deze kunnen leiden tot sectoroverstijgende samenwerking en nieuwe creativiteit om de toekomst van Noord-Nederland als internationale vakantiebestemming een stimulans te geven.

Referenties

Aa, B.J.M. van der, P.D. Groote & P.P. Huigen (2004). *World Heritage as NIMBY? The Case of the Dutch part of the Wadden Sea*. *Current Issues in Tourism*, Vol. 7, No. 4&5

Bakker, H. (2002). *Ontstaan en groei van de recreatie op Ameland*. Uitgave VVV-Ameland

A. C. Brandt & Wollesen A., (2009). *Tourism and Recreation*. Thematic Report No. 3.4. In: Marencic, H. & Vlas, J. de (Eds), 2009. *Quality Status Report 2009. Wadden Sea Ecosystem No. 25*. Common Wadden Sea Secretariat, Trilateral Monitoring and Assessment Group, Wilhelmshaven, Germany.

Buckley R. (2004). *The effects of World Heritage Listing on Tourism to Australian National Parks*, *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 12, No.1, 2004

Common Wadden Sea Secretariat. (2008). *Nomination of the Dutch-German Wadden Sea as World Heritage Site*. *Wadden Sea Ecosystem*, 24, 200pp. CWSS, Wilhelmshaven.

Common Wadden Sea Secretariat (2011). *Governmental conferences* retrieved at www.waddensea-secretariat.org

Department for Culture media and Sport, UK Government (2008). *World Heritage for the Nation: Identifying, Protecting and Promoting our World Heritage, A consultation paper*.

Fischer, L. & H.T. Waterbolk. (2005). *Landschap en cultuurgeschiedenis van het Waddenzeegebied*. In: *Wadden verhalend Landschap*, 14-35. Tirion Natuur

Folmer, A., (2011). *The contribution of wildlife compared to other elements of the natural environment in visitor's attachment to the Wadden Sea area*. Paper presented at the International Conference Tourism Futures, November 2011, Stenden University.

Future Foundation,(2012). *Global travel and tourism. Holiday planning and routes to purchase*.

Beulink, P., Dijkmans, C., Erdkamp, C., Lier, H., & Mensink, H., (2012). *Tot 2025. Toekomstvisie op toerisme*. Baarn: Reiswerk.

Gjaltema, O. & M.A. McDonald, (2011). *Noardwest Frsylan: Waddenland van overvloed. Interpretation analyse met toeristische vertaling van de regio Noardwest Frsylan*. TNR-Advies, geraadpleegd via www.waddenacademie.nl/fileadmin/inhoud/pdf/03-Thema_s/Economie/Waddenland_van_Overvloed.pdf

Huig, P.H. & de Haas, M. (2010a). *Consumentenonderzoek Toerisme 2009*. Toerdata Noord, 2010.

Huig, P.H. & de Haas, M. (2010b). *Toerisme in cijfers 2010*. Toerdata Noord, 2011.

Kloosterman, J.J. (2002). *Leisure als katalysator van stedelijke opgaven*. *Real Estate Magazine*, nummer 23, p. 14-1

Moufakir, O. & J.M. Revier (2009). *Of busy Islands and empty Harbour Towns: An examination of tourism activity on the mainland of the Wadden Sea*. Presented at

"Perspectives of Seaside Tourism: Challenges for Science and Business". May 7-8 2009, Klaipeda University, Lithuania

Nooteboom, B. (1992). Postmodernisme en management. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen / Faculteit Bedrijfskunde.

Nordsee GmbH (2011). *Touristisches Zukunftskonzept Nordsee 2015*. Jever: Tourismusverband Nordsee e.V..

Postma, A. (2012a). *It komt dochs altyd oars*. Inaugural address. Leeuwarden: Stenden university o.a.s..

Postma, A. (2012b). *Onderzoek internationale marktkansen voor toeristisch Noord-Nederland*. Leeuwarden: Stenden hogeschool / European Tourism Futures Institute.

Prowad (2012). *Workshop zur Erstellung einer Strategie für einen nachhaltigen Tourismus für die Wattenmeer-Region in Deutschland, den Niederlanden und Dänemark Wilhelmshaven; Vorabinformationen zum Stand der gegenwärtigen Aktivitäten Prepared by Nationalparkverwaltung Niedersächsisches Wattenmeer Die Nordsee GmbH* geraadpleegd op www.prowad.org

Raad voor de Wadden, (2008). *Recreatie en toerisme in het Waddengebied*. Analyserapport.

Radio Nederland Wereldomroep (20 maart 2012). Vakantie boeken via veulingsites populair. Geraadpleegd op <http://www.rnw.nl/nederlands/article/vakantie-boeken-veulingsites-populair>

Rebanks Consulting Ltd and Trends Business Research Ltd (2009). *WORLD HERITAGE STATUS - Is there opportunity for economic gain? Research and analysis of the socio-economic impact potential of UNESCO World Heritage Site status*.

Revier, J.M., (2011). *Sustainable development of tourism in a newly designated World Heritage Site: from theory to practice in the international Wadden Sea Area*. Paper presented at the International Conference Tourism Futures, November 2011, Stenden University.

Revier, J.M., (2012). *3 jaar werelderfgoed: hopen op meer toeristen*. WADDENmagazine 47-3, 12-13.

Revier J.M., Feldmann S., Beukema F., Hentich S. & Rothenbroker S., (2012). *Comparison of tourism development in the coastal region of Friesland and Niedersachsen*. TRP-verslag, Stenden Hogeschool.

Revier, J.M. & F.M.H. Petersen (2009). Putting the Wadden Sea on the List: Effects on tourism of the World Heritage nomination. Paper presented at the International Conference on Tourism Development and Management: Tourism in a Changing World: Prospects and Challenges, Kos, Griekenland

Rijk, F. de & Borger, H. (2008). *Imago-onderzoek Waddeneilanden*. Partners in marketing research i.o.v. de Waddenfederatie.

Schrage, E., (2012). *Onderzoeksrapport Waddenvereniging*. Stage Europeaan Studies 2012.

Schroor, M., (2008). *The Wadden Sea region as cultural area*. Raad voor de Wadden, Leeuwarden.

Sijtsma, F.J., et al., (2012). *Deep feelings around a shallowcoast. A spatial analysis of tourismjobs and the attractivity of nature in the Dutch Wadden area*, Ocean & Coastal Management (2012), <http://dx.doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2012.05.018>

Stichting Recreatie. (2003). *Recreatie in, op en rond de Waddenzee*.

Kloosterman, J.J. (2002). Leisure als katalysator van stedelijke opgaven. Real Estate Magazine, nummer 23, p. 14-1

UNESCO Centre Nederland. (2005). *Het economisch effect van een benoeming tot UNESCO-Werelderfgoedlocatie*. MINLNV Directie Noord.

Vollmer, M., Guldborg, M., Maluck, M., Marrewijk, D. & Schlicksbier, G., (2001). *Landscape and Cultural Heritage in the Wadden Sea Region* Project Report. Wadden Sea Ecosystem No. 12. Common Wadden Sea Secretariat, Trilateral Monitoring and Assessment Group, Wilhelmshaven, Germany.

Trendwatching.com (2012). September 2012 Trend briefing. 12 minitrends. Geraadpleegd op <http://www.trendwatching.com/nl/briefing/> , 10 september 2012.