

UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer

Chancen und Perspektiven für Naturschutz und Tourismus

Rückschau und Blick in die Zukunft

Naturerlebnis im touristischen Angebot, Husum, 15.11.2012

Dr. Harald Marencic
Common Wadden Sea Secretariat



Trilaterale Wattenmeerkooperation

Leitprinzip: "so weit wie möglich ein natürliches und sich selbst erhaltendes Ökosystem zu erreichen, in dem natürliche Prozesse ungestört ablaufen können".

1982/2010 Gemeinsame Erklärung zum Schutz des Wattenmeeres

1987 Gemeinsames Wattenmeersekretariat

1997 Monitoring TMAP

1997/2010 Wattenmeerplan

2009 Weltnaturerbe Wattenmeer



Außergewöhnlicher Universeller Wert

1. Kriterien:

Geologie ökologische
Prozesse, Biodiversität

2. Integrität:

10,000 km², alle Habitats und
Arten, komplett und intakt.

3. Schutz und Management

Nationalparke,
Naturschutzgebiete.
Wattmeerplan, Monitoring.



Entscheidung des Welterbe Komitees 2009

- Aufnahme des Deutsch-Niederländischen Wattenmeeres in die UNESCO Welterbeliste unter den Kriterien (viii) „Geologie“, (ix) „Ökologische Prozesse“, und (x) „Biodiversität“
- Erklärung zum „Außergewöhnlichen Universellen Wert“ des Wattenmeeres - Basis für zukünftigen Schutz und Management
- Anregung zur Erweiterung des Gebietes um das **dänische Wattenmeer**
- Erarbeitung einer umfassenden **Tourismus-Entwicklungsstrategie**
- Umsetzung eines **Monitoringprogramms** für invasive Arten
- Verstärkung der Zusammenarbeit mit Staaten entlang des **Afrikanisch-Eurasischen Vogelzugweges**

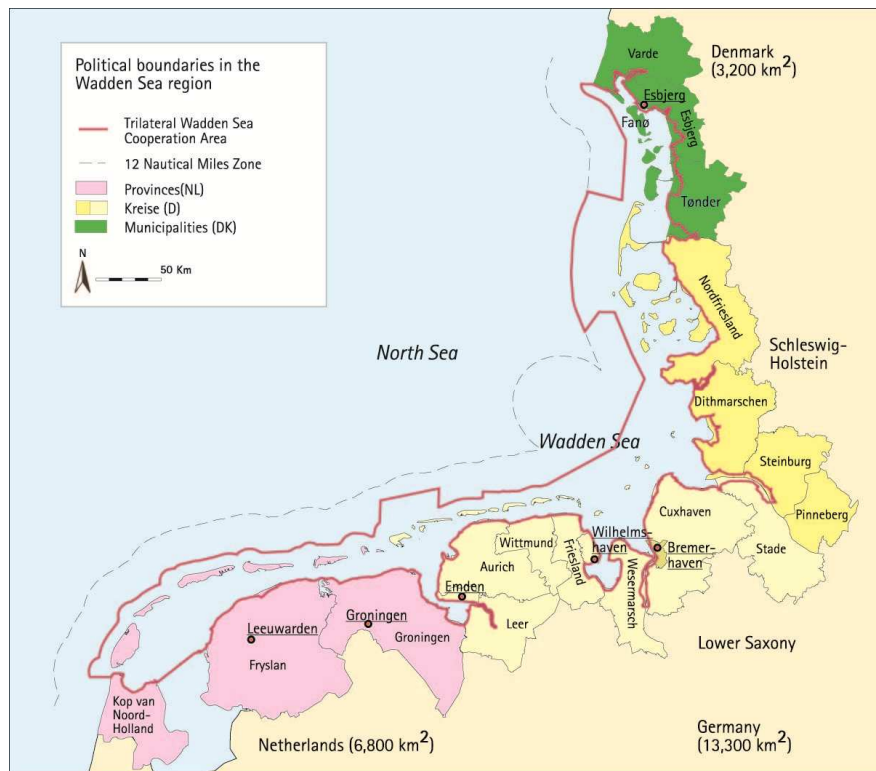


Weltnaturerbe Wattenmeer

- Schutzstatus nicht geändert – Keine neue Regelungen.
- Weltweite Anerkennung der globalen Bedeutung des Wattenmeeres – Verantwortung gegenüber der Weltgemeinschaft zum Schutz und Erhalt des Gebietes. Sensibilisierung von Einheimischen und Besuchern.
- Stärkung des Naturschutzes und der Nationalparke
- Förderung der regionalen Entwicklung: Tourismus, Öffentlichkeitsarbeit, Bildung – Exklusivität – „Unique Selling Point“. Entwicklung einer konsistenten nachhaltigen Tourismusstrategie.
- Internationale Zusammenarbeit verstärken zum Schutze des Wattenmeeres (u.a. Vogelschutz). „Best practice“ Beispiele, Vergleich mit anderen Wattaebieten weltweit.



Weltnaturerbe in der Region



- Imagegewinn für die Region
- Stärkere Verantwortung für Welterbe (Schutz und Erhalt)
- Internationale Zusammenarbeit
- Chancen für regionale Entwicklung (z.B. Tourismus)

Ca. 75.000 Einwohner leben in dem **Wattenmeer Kooperationsgebiet** (auf den Inseln).

Ca. 3,7 Mio. Einwohner auf dem Festland in der **Wattenmeer-Region**



Tourismus in der Wattenmeer Region

- 10 Mio. Übernachtungsgäste pro Jahr
- Ca. 70 Mio. Übernachtungen
- 30 – 40 Mio. Tagesausflügler pro Jahr

**Umsatz pro Jahr:
2,8 – 5,3 Mrd. Euro**



UNESCO Welterbe und Tourismus



Welterbekonvention (Art. 4)

- Schutz und Erhalt des von Welterbestätten
- Präsentation und Kommunikation des Welterbes

UNESCO Welterbe Tourismusprogramm (2012)

- Tourismus kann ein Instrument zum Schutz und Erhalt des Welterbes sein und nachhaltige regionale Entwicklung fördern,
- Aber: Unverantwortlicher Tourismus kann Welterbestätten negativ beeinflussen,
- Ziel: Naturschutz und Tourismus tragen gemeinsame Verantwortung zum Schutz und Erhalt des Welterbes.



Kommunikation und Marketing 2010 – 2013

Ziel

1. Beitrag zu Schutz und Erhalt des Wattenmeeres und Sensibilisierung für dessen Werte,
2. Stärkung der gemeinsamen Verantwortung für das Gebiet und Unterstützung von nachhaltiger regionaler Entwicklung,
3. Verstärkung der Kooperation auf national und internationaler Ebene.

Arbeitsschwerpunkte

1. Naturschutz / Internationale Kooperation
2. Information und Sensibilisierung
3. Umweltbildung und Kooperation mit Infozentren
4. Nachhaltiger Tourismus



Internationale Kooperationen

- dienen der gemeinsamen Stärkung des Naturschutzes.

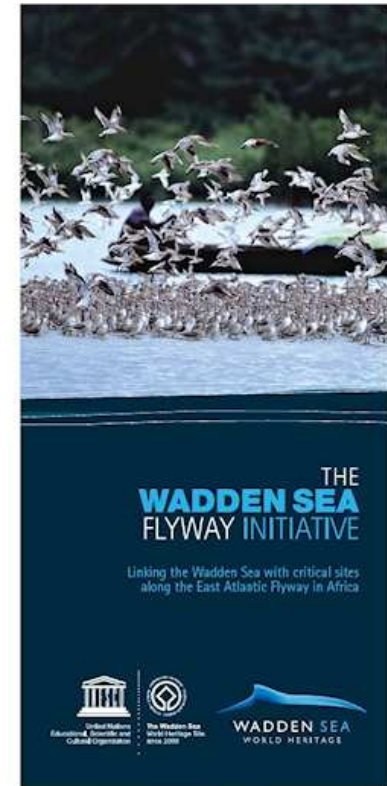
Wadden Sea Flyway Initiative (WFI)

Gemeinsame Projekte mit anderen Gebieten entlang des Ostatlantischen Zugweges (West-Afrika, Europa, Arktis)

UNESCO World Heritage Marine Programme

Kooperation mit anderen marinen Weltnaturerbebeständen (46) zu Kommunikation, Schutz, Tourismus und Marketing

<http://whc.unesco.org/en/marine-programme/>



Flyer available in English and French



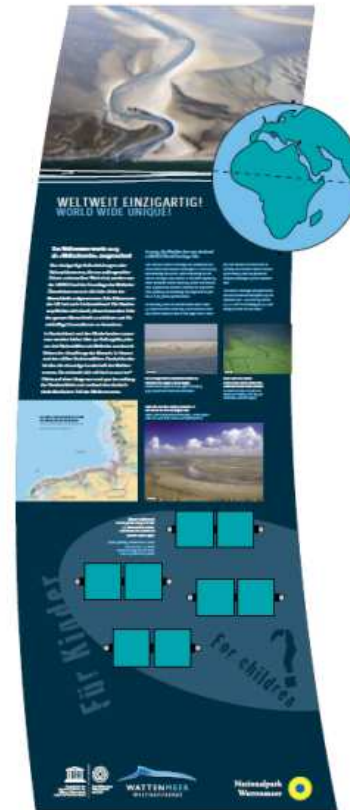
Kommunikation Weltnaturerbe - Branding



UNESCO-Werelderfgoed
Waddenzee



UNESCO-Weltnaturerbe
Wattenmeer

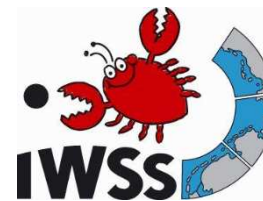


Geschichten aus dem Weltnaturerbe Wattenmeer



Umweltbildung & Infozentren

- Trilaterales Netzwerk Umweltbildung koordiniert Zusammenarbeit der ca. 50 Infozentren
- International Wadden Sea School (www.iwss.org), “Teacher’s lounge” (WWF, CWSS)
- Weltnaturerbe Poster (WWF, IWSS, PROWAD) in 4 Sprachen, Auflage 5.000, Verteilung über Infozentren
- Welterbe-Kinderbuch: “Auf Entdeckungsreise” (15.000 Deutsch, 4.000 Niederländisch, Dänisch in Planung.) Verkaufspreis 1.50 €



Tourismus und Naturschutz – Partnerschaft mit Potenzial

- Entwicklung einer gemeinsamen **Strategie für nachhaltigen Tourismus**
- **Partner:** CWSS, NL Ministerium EI&I, RCW, DK Umwelt Ministerium, Nationalpark Wattenmeer Schleswig-Holstein und Niedersachsen, WWF
- Interreg IVB Projekt PROWAD – Protect and Prosper (www.prowad.org) (Gesamt-Budget 1.3 Mio Euro)
- Koordinierung: Trilaterale Arbeitsgruppe Tourismusstrategie (TG-STs):



Entwicklung Tourismusstrategie



- Regionale **Workshops** mit über 220 Teilnehmer:
13.2. Leeuwarden, 21.3. Wilhelmshaven, 22.3. Husum, 16.5. Römö.
- **Online-Fragebogen** D (124), and NL (33) shows potential and opportunities of WH status.
- Entwicklung von Strategie und Aktionsplan für Konsultationen in der Regionen bis Februar 2013



Ergebnisse Workshops



Chancen:

- Erhöhte Aufmerksamkeit national und international (Branding)
- Synergien in Kommunikation und Marketing
- Verbesserung der Qualität (Angebote, Infrastruktur, Training)
- Neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit (regional, national und international, PPP)

Herausforderungen

- Verbindung von Welterbewerten und touristischen Angeboten
- Erhöhte touristische Nachfrage kann sich negativ auswirken,
- Breitere Nutzung der Welterbe-Marke und Co-Branding
- Komplexität der Strukturen (viele KMUs, heterogene regionale / nationale Strukturen, Diversität der Angebote), fehlende Ressourcen



Markenhandbuch



Was macht das UNESCO Weltnaturerbe Wattenmeer so einzigartig?

- Es ist bekannt für seine herausragende Bedeutung für die Artenvielfalt, und seine weitgehend unbeeinflussten ökologischen und geologischen Prozesse
- Es bietet ein vollständiges und intaktes Gebiet, dank des Naturschutzes und der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit
- Es steht für eine Verbindung zwischen Naturschutz und Tourismus

Unsere Markenwerte

- *Wir zeigen Verantwortung für das globale Erbe und für Qualität auf Weltniveau.*
- *Wir handeln mit Integrität in allem, was wir tun... (Schutz und Erhalt*
- *Wir präsentieren eine Gemeinschaft (Nachhaltigkeit, Austausch, Kooperation, Stolz)*

Unsere Entscheidungen und Handlungen demonstrieren diese Werte. Die Umsetzung dieser Werte in die Praxis schafft langfristige Vorteile für Besucher, Partner, Interessengruppen und das Weltnaturerbe Wattenmeer.

Jede Region, jeder Ort und am Ende jeder Leistungsträger kann bestmöglich auf die Marke UNESCO Weltnaturerbe Wattenmeer einzahlen und somit umgekehrt von der Markenstärke profitieren!



Merchandising Konzept



Ziel ist es die Marke „Weltnaturerbe Wattenmeer“ noch stärker bekannt zu machen und nachhaltig zu etablieren.

Vorgehen

- Vorstudie, um gemeinsam mit allen Partnern konkrete Ziele abzustecken und diese auch betriebswirtschaftlich zu untermauern,
- Schaffung solider Grundlagen, bevor die Umsetzung beginnt.
- Ein Merchandising Konzept braucht eine klare Botschaft, um erfolgreich zu sein.

Herausforderung

Verknüpfung mit schon existierenden Strukturen (Co-branding), Herausarbeitung der landestypischen, charakteristischen Bildwelten und relevanten Faktoren für die einzelnen Regionen und das Thema Weltnaturerbe Wattenmeer



Weitere laufende Arbeiten



- **Markenbild** Weltnaturerbe Wattenmeer (Entwurf PROWAD an Ministerien)
- Ausschreibung einer Studie “Entwicklung **Merchandising Konzept**”
- **Inventarisierung** von bestehenden Naturerlebnisangeboten mit Bezug zum Weltnaturerbe (178 Datensätze mit mehreren Angeboten, laufend)
- Kommunikation von Ausgewählte Angebote aus allen Regionen auf der **Welterbe-Webseite**
- Studie “**Klimafreundlicher Tourismus**” (Entwurf Oktober 2012)
- Entwicklung eines offiziellen “**Weltnaturerbeführer Wattenmeer** ” (Internet, App, Buch) mit Überblick über alle touristischen Regionen in NL, D , DK
- Leitfaden für **nachhaltige Klassenfahrten**



Ausblick PROWAD



- Verabschiedung der Tourismusstrategie bis März 2013 als gemeinsamer Rahmen für Tourismus im Weltnaturerbe
- Entwicklung des Aktionsplanes: Projekte, Zeitplan, Budget bis März 2013
 - Kommunikation, Marketing, Marktforschung
 - Qualifizierung
 - Infrastruktur
 - Umweltbildung
 - Tourismus und Naturschutz
- **2013-2014:** Umsetzung des Aktionsplans mit den Akteuren in den Regionen
- Entwicklung von **Angeboten**, PR-Maßnahmen und Infomaterial zu nachhaltigem Tourismus im Weltnaturerbe (2013 – 2014)
- Grenzüberschreitende **Welterbe-Kampagne** in der Region in 2013



Zusammenfassung

- Weltnaturerbe hat neue Chancen für Tourismus und Naturschutz eröffnet – Gemeinsame Verantwortung für das Welterbe,
- Neue Partnerschaft sind auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene entstanden – Nutzung des Potential der Marke,
- Weltnaturerbe ist der „Unique Selling Point“ in der Region – Identifikation und Stolz, Zukunftsfähigkeit der Region,
- Nutzung der Synergien für die Inwertsetzung der Marke Weltnaturerbe (regional, national, international)
- Weltnaturerbe unterstreicht Notwendigkeit einer verstärkten internationale Zusammenarbeit



ES GIBT EINEN ORT – WO SICH HIMMEL
UND ERDE EINE BÜHNE TEILEN

Foto: Gerd Heusermann



UNSER WELTNATURERBE WATTENMEER

Erleben und schützen Sie ein Wunder der Natur
www.wattenmeer-weltnaturerbe.de



WATTENMEER
WELTNATURERBE