

Economische winst te halen uit sterk merk Waddenzee

• Europees project Prowad Link gelanceerd in Leeuwarden

• Jan Ybema

Leeuwarden | Hoe kunnen de natuurwaarden van het Waddengebied worden ingezet om banen en economische groei te creëren, met behoud van die natuur? Die vraag stond gisteren centraal bij de lancering van het internationale project Prowad Link, in de Kanselarij in Leeuwarden.

Het gaat om een zogeheten Interreg-project, voor 1,8 miljoen euro gesubsidieerd vanuit het Europese fonds voor regionale ontwikkeling. Prowad Link loopt tot de zomer van 2021 en er zijn partners betrokken uit Nederland, Duitsland, Denemarken, Noorwegen en het Verenigd Koninkrijk. Vanuit Nederland zijn de gemeente Ameland, de provincie Fryslân, het ministerie van LNV, de Waddenacademie en de Campus Fryslân vertegenwoordigd.

Natuur vermarkten voor economisch gewin, het klinkt als een inter-

ne tegenstelling. En zonder risico is het inderdaad niet, erkent Jaap Verhulst van het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit. „We moeten de balans bewaren tussen ecologie en economie, zorgen dat we de schoonheid van het gebied niet vertrappen.”

Sleutel is het versterken van het merk Waddenzee als Unesco werelderfgoed, wat de Engelsen ‘branding’ noemen, aldus projectleider Harald Marencic. „Door de Waddenzee in de markt te zetten als een waardevol gebied waar je bijzondere natuurwaar-

We geloven dat ondernemen en natuur hand in hand kunnen gaan

den kunt beleven, kun je toeristen naar het gebied trekken.”

Daar kan het midden- en kleinbedrijf van profiteren. „We geloven dat ondernemen en natuur hand in hand kunnen gaan. Als ondernemers zien dat ze geld kunnen verdienen aan natuur, zullen ze er ook op gebrand zijn die natuur te behouden”, redeneert Marencic.

Balans

Het is de bedoeling dat ondernemers gaan meeliften op het succes van het merk Waddenzee. Prowad Link wil het mkb in de Waddenregio helpen met businessmodellen om manieren te vinden die natuurwaarden te gelde te maken met ‘nieuwe innovatieve producten’.

Het project moet leiden tot een economische winst in het gebied van vijf miljoen euro per jaar en tot een extra investering in de Waddenregio van twee miljoen euro per jaar.

Sam Rose van werelderfgoed Jurassic Coast, legt uit hoe zijn organisatie de Engelse zuidkust succesvol vermarkt heeft. „We hebben een identiteit gecreëerd rond fossielen en



Wadlopers in de zomer bij Peasens. Foto: Marcel van Kammen

dinosaurussen, waarvan je de voetafdrukken vindt in het kustgebied van Dorset en East Devon.”

„Andere bedrijven nemen die naam Jurassic Coast over. Je ziet nu kunstprojecten, tuinen, festivals en lokale musea meeliften. Er rijden Ju-

rassic Coast-bussen rond, die toeristen vervoeren langs de kust, maar ook de lokale bevolking profiteert mee.”

Hoewel alle sprekers het belang van de balans tussen economie en ecologie benoemen, ligt de focus dui-

delijk op het eerste. Wel komt er in het Prowad Link-project een studie naar de ecologische en sociaalculturele grenzen van toeristische ontwikkeling. „Hoeveel toerisme kan de samenleving en kan het ecosysteem aan?”