



HET WADDENGEBIED...

...EEN GOUDOMRANDE BELEVING

Ontwikkeling van het streekmerk Waddengoud
in de komende jaren
uitgedrukt in een projectenprogramma

Buitenpost, 9 september 2011
Stichting Waddengroep



Samenvatting

Projectenprogramma ‘Het Waddengebied... een goudomrande beleving’

[plat:]Met duurzaam toerisme, gastronomie, kunst en cultuur zet de Waddengroep een belangrijke volgende stap. Het Waddengebied economisch verduurzamen en het merk Wadden versterken – daaraan werken we continu sinds 1996. Denk aan gecertificeerd Texels lamsvlees, duurzame visserij, bijzonder fruit (duindoorn, cranberry) en zilte groenten. Vanaf 2004 timmeren we ook flink aan de weg met Waddengoud, keurmerk voor duurzame producten en diensten uit onze contreien. Mede dankzij onze inspanningen staat het Waddenzeergebied op 5 in de ranglijst van Nederlandse streken met de sterkste reputatie, terwijl Texel (op 3) en Terschelling (op 6) ook in de top 10 vertegenwoordigd zijn. En nu richten we ons dus ook volop op nieuwe sectoren. Deze verbreding van Waddengoud sluit aan bij de behoeften van ondernemers, zo blijkt uit actiegericht onderzoek dat we de afgelopen twee jaar hebben gedaan. Het programma bevat negen projecten.

(1) Duurzaam toerisme: slow leisure

‘Slow’ staat voor de tijd nemen om te genieten. Voor de authentieke beleving van het Waddengebied. Voor duurzaam omgaan met schaarse goederen. Voor cultuurhistorische identiteiten behouden door er nieuwe functies (economische of sociaal-culturele) aan toe te voegen. Denk aan luisteren naar Waddeneigen muziek en poëzie in een historisch Waddenpand.

(2) Horeca: gebiedseigenheid versterken

Een kwalitatief goede en gastvrije horeca waarin bezoekers de authentieke Waddenbeleving herkennen, is bijzonder belangrijk voor de regio. Enerzijds om de interne markt voor streek eigen voedsel en andere producten te versterken. Anderzijds omdat de horeca kan verwijzen naar Waddengoud-gecertificeerde toeristische diensten en accommodaties. Vandaar dat de Waddengroep de komende jaren de gebiedseigenheid van deze sector gaat versterken. We doen dat door te certificeren op grond van specifieke criteria. Zo letten we erop dat bedrijven streekproducten gebruiken.

(3) Kunst en cultuur: de totale Waddenbeleving

Eén enkele kunst- of cultuuruiting valt vaak moeilijk aan de man te brengen. Maar door die aan andere streekproducten te koppelen, maken we van streekeigen kunst een Waddenbeleving die we veel beter in de markt kunnen zetten. Een middeleeuws kerkje sec vinden we dus nog geen Waddengoud waard. Maar als daar wekelijks een cultureel Waddenprogramma plaatsvindt, met Waddenhapjes in de pauze... Ja, dan is het uiteraard een ander verhaal.

(4) Visserij: samenwerking tussen vissers, groothandel, horeca en retail

De Waddenzee zien we niet alleen als een prachtig stuk natuur, maar ook als een plaats die rijk is aan vis en schelp- en schaaldieren. Daaruit oogsten mag, mits dit op een duurzame, zorgvuldige manier gebeurt. De individuele visser maakt daarbij het verschil. Maar de duurzame visser moet extra toegevoegde waarde genereren, aangezien hij een hogere kostprijs heeft.

Om de duurzame visserij in het Waddengebied een volgende stap te laten zetten, gaan we samen met vissers, groothandel, horeca en retail het marktaandeel vergroten, het assortiment verbreden, de aanvoer coördineren en de distributie verder professionaliseren. De betere horeca, de belangrijkste markt voor Waddengoud gecertificeerde vis, wil namelijk zeker weten dat hij per seizoen topproducten krijgt – anders komt onze vis niet op de kaart.

(5) Nog meer streekeigen voedsel: ontwikkelen en certificeren

Het Waddengebied heeft naast vis nog een rijkdom aan ander streekeigen voedsel. De Waddengroep ontwikkelt sinds haar start productie- en afzetketens voor onder meer zilte producten, lamsvlees, cranberry's, duindoorn en spelt. De ontstane ketens functioneren zelfstandig. Voor nieuwe impulsen moeten ontwikkelen (keten, markt, promotie) en certificeren (echtheid, kwaliteit) hand in hand gaan. In dit project wil de Waddengroep bovengenoemde paradepaardjes verder uitbouwen en nieuwe Waddenspecifieke ketens toevoegen.

(6) Toeristische marketingorganisaties en de Waddengroep: structureel samenwerken

De cranberry betekent veel – voor Terschelling. Het Texels schaap betekent veel – voor Texel. Door gezamenlijke communicatieacties kunnen we *als gebied* veel meer winst halen uit deze lokale paradepaardjes. Vandaar dat de toeristische marketingorganisaties en de Waddengroep (met haar netwerk van meer dan 250 bedrijven) structureel gaan samenwerken.

(7) Goed ondernemerschap: adviseren en investeren

Zonder goed ondernemerschap en de bereidheid tot investeren, redden we het niet. Daarom gaat de Waddengroep:

- ondernemers adviseren hoe ze bedrijfsplannen kunnen maken;
- een micro-investeringssubsidie toekennen voor professionaliserings- en vestigingstrajecten;
- ook aan de bedrijfsplannen en investeringen weer advisering en begeleiding koppelen;
- ondernemers helpen onderling ervaringen uit te wisselen en creativiteit te stimuleren. Want ondernemers leren van ondernemers;
- consulteren bij het zoeken naar nieuwe markten en ketenvorming.

(8) Waddengoud: meer dan voeding en delicatessen

Een merk staat ergens voor. Waddengoud heeft zich geprofileerd als keurmerk voor streekproducten uit het Waddengebied die hun basis hebben in de land- en tuinbouw, en de visserij. Nu het merk voor steeds meer sectoren beschikbaar komt, gaan we ervoor zorgen dat het bredere associaties oproept dan alleen voeding en delicatessen. We laten Waddengoud appelleren aan de beleving van de gebiedswaarden van het Waddengebied (zoals natuur, zilte zee, eilanden, weidsheid). Verder verbinden we die beleving met een breed pallet van bijbehorende typische producten en diensten. Dat zie je ook terug in de naam van het totale projectenprogramma: 'Het Waddengebied... een goudomrande beleving'.

(9) De keurmerktoets van de Raad van Accreditatie, als eerste Nederlands streekmerk

Waddengoud is naast streekmerk ook keurmerk. Waddengoud-gecertificeerde producten voldoen aan eisen op het gebied van herkomst, ecologische duurzaamheid en kwaliteit. Daarbij weegt voor Waddengoud-dienstverleners gastvrijheid zwaar. Maar net zo goed als dat de producenten en dienstverleners die het keurmerk krijgen aan bepaalde eisen moeten voldoen, moet ook het Waddengoud-systeem zelf betrouwbaar zijn. Om dit aan te tonen, wil de Waddengroep als eerste streekmerk in Nederland de keurmerktoets van de Raad van Accreditatie met goed gevolg afleggen.

Inhoud

Inleiding: gaan voor goud	5
Projectplan	11
Project 1: Waddengoud en Slow Leisure	11
Project 2: Waddengoud voor de horeca	12
Project 3: Waddengoud voor kunst en cultuur	13
Project 4: Waddengoud voor de visserij	14
Project 5: Waddengoud stimuleert investeringen	17
Project 6: Waddengoud, een rijkdom aan streekeigen voedsel	18
Project 7: Waddengoud een belevingsmerk	19
Project 8: Waddengoud voor gebiedspromotie	20
Project 9: Waddengoud als keurmerk op een hoger plan	21
Schema projectplan	24

Inleiding: gaan voor goud

We staan voor een volgende stap in het continue proces van duurzame economische ontwikkeling van het Waddengebied. Ter herinnering: in 2007 presenteerden wij ‘Het Waddengebied gaat voor goud’. Onder die titel schreven wij over ons ‘integrale project voor het ontwikkelen van duurzame gebiedseigen innovatieve economische activiteiten in het Waddengebied met gebruikmaking van het streekmerk Waddengoud’.

De start van het project vond plaats in 2009, toen we dankzij fondsen voor plattelandsontwikkeling de financiering ervan zeker konden stellen.

Wat was - Wat is

Maar het blijkt nog steeds nodig om economische processen in het Waddengebied projectmatig te stimuleren. Nog altijd blijft de regio economisch (relatief) zwak ontwikkeld (krimp). Dit betreft vooral het kustgebied. De eilanden zijn daarbij te eenzijdig afhankelijk van toerisme. Het totale gebied heeft daarentegen een grote naamsbekendheid, een sterke identiteit en een zeer positief imago. Het Waddenzeegebied staat op plek 5 in de ranglijst van Nederlandse streken met de sterkste reputatie, terwijl Texel (op 3) en Terschelling (op 6) ook in de top 10 vertegenwoordigd zijn¹. Bestuurlijk is er echter sprake van versnipperde aansturing met relatief zwakke regionale samenwerkingsverbanden.

Benutbaar

Toch zien we trends die, mits goed benut, positief kunnen bijdragen aan de sociale, culturele en economische ontwikkeling van het totale Waddengebied. Te weten:

- Werelderfgoed Waddenzee: wereldwijde erkenning van een bijzonder gebied;
- maatschappelijke middelen: zoals het Waddenfonds en Europese fondsen;
- opkomst van een innovatieve gebiedseigen economie (mede ten bate van de werkgelegenheid): een remedie tegen krimp in het Waddenkustgebied;
- stijgende belangstelling voor streekgebonden activiteiten en belevingsaspecten, net als voor duurzaamheid en ‘Slow’.

¹ Volgens recent onderzoek van het Amsterdamse merkenonderzoeksbureau Hendrik Beerda. Zie: <http://www.hendrikbeerda.nl/brandalchemistry-merkenmodel/steden-en-streken.html>

Voortzetting functie

We zien dus aan de ene kant de onveranderd zwakke economische positie van het Waddengebied. Aan de andere kant zien we mogelijkheden en merken we dat de innovatieve processen die wij in gang hebben gezet resultaten boeken. Wij menen dan ook dat we onze maatschappelijke functie moeten continueren. Het gaat erom ‘in samenhang met ecologische en sociale aspecten, duurzame economische initiatieven in het Waddengebied innovatief te ontwikkelen, stimuleren en ondersteunen’. Daarbij bestaat er in het Waddengebied een blijvende noodzaak om krachtig in te zetten op de maatschappelijke doelen: economische innovatie, bevorderen werkgelegenheid, verduurzaming, behoud van gebiedswaarden en regiobranding. Voor ons een extra reden om ons werk voort te zetten.

Gebieden waarop we actief zijn

Als Waddengroep zullen we in het projectenprogramma ‘Het Waddengebied... een goudomrande beleving’ al onze kennis, relaties en ervaring inzetten op de onderstaande gebieden:

- processturing (marktgerelateerde ketenvorming);
- streekmarketing (waardebeleving in de markt creëren);
- verandermanagement (organisatie en structuur bieden en onderhouden voor duurzame samenwerking).

Werkwijze

Kenmerkend voor onze werkwijze blijft dat we onder het identiteitsgevende streekmerk Waddengoud op innovatie gericht nieuwe ketens of arrangementen realiseren en bestaande vitaliseren. Kenmerkend blijft ook de integrale, op gebiedswaarden gebaseerde brede aanpak van duurzame en innovatieve economische ontwikkeling van het totale Waddengebied (interprovinciaal en internationaal), waarbij het streekmerk Waddengoud centraal staat. Deze aanpak draagt in zijn totaliteit ook bij aan regiomarketing. Voor dat werkveld gaat de Waddengroep samenwerken met andere sectoren en organisaties, waaronder toerisme en recreatie, natuur, kunst en cultuur.

De stap: oud plus nieuw

Het Waddengoud-netwerk heeft zich inmiddels uitgebreid tot ongeveer 250 bedrijven. Dit netwerk is op innovatieve wijze tot stand gekomen en vormt de basis voor verdere

ontwikkeling. Het streek(keur)merk is in het Waddengebied een motor gebleken voor innovatieve ontwikkeling van de gebiedseigen plattelandseconomie.

In dit licht hechten we eraan onze rol van katalysator en bruggenbouwer op het gebied van innovatieve, duurzame gebiedseigen plattelandseconomie in de komende jaren te versterken. Mede daarom intensiveren we de verbindingen die wij hebben met verwante actoren. Denk daarbij aan de kenniscentra, de op landbouw, visserij, recreatie en toerisme gerichte innovatieve experimenten, en de organisaties op het terrein van toerisme en recreatie, natuur, kunst en cultuur.

Gezien onze maatschappelijke functie is de stap die wij de komende jaren zetten enerzijds een logische, op continuïteit gerichte voortzetting van ons werk. Anderzijds zetten we ons aan een nieuw meerjarig projectenprogramma. Daarin leggen we het accent op een eigentijdse innovatieve aanpak, waarbij we gebruikmaken van de bestaande netwerken en ketens, alsmede de kennis, relaties en ervaring die wij hebben.

Projecten

We doen dit via diverse projecten. Daarin brengen we, mede via actiegericht onderzoek, de in het Waddengebied aanwezige kennis, ervaring en ondernemerspotenties bij elkaar. Zo komen we tot een optimaal resultaat. Daarbij streven wij ernaar innovatieve processen te verzelfstandigen en waar nodig en indien mogelijk separaat te financieren. Een voorbeeld daarvan biedt ‘Zilte teeltprospectieven’, met als bakermat Texel. Een bij ons netwerk aangesloten partij heeft dit project geïnitieerd. Nu functioneert het zelfstandig.



Wat te verwachten?

In het jongste verleden heeft onze aanpak tot opmerkelijke resultaten geleid. Het vervolg, met op ervaring gebaseerde nieuwe accenten, bouwt daar naadloos op voort.

Landbouw

We ontwikkelen diverse ketens die hun basis hebben in de landbouw, waaronder:

- o bijzonder fruit (duindoorn, cranberry, aronia, vlier, et cetera);
- o vlees (lam en rund);
- o zuivel (van koe, geit en schaap);
- o groente en akkerbouw (zilt, bio, mosterd, oude streekgewassen);
- o schapenwol (dekbedden, futons);
- o lichaamsverzorging (op basis van duindoornolie, schapenmelk, schapenvet, zeekool).



Visserij

In de visserij:

- o werken we aan certificering en ketenontwikkeling van de duurzame visserij, waaronder staand want- en lijnvisserij (op harder, zeebaars, makreel, tong) en duurzame vangstmethoden op snoekbaars, garnalen, kokkels en oesters;
- o dragen we gebiedswaarden uit;
- o vergroten we de naamsbekendheid van Waddengoud en haar bijzondere producten en diensten. We doen dat door evenementen te organiseren (zoals Waddengoud-culinair), certificaten uit te reiken, via persberichten en free-publicity. Ook plan- en draagvlakontwikkeling vallen hieronder, zoals de Verse vismarkt Lauwersoog/Harlingen en de Waddengoud Fish Award.

Multifunctionele landbouw

In de multifunctionele landbouw:

- o stimuleren we huisverkoop, boerderijwinkels, agro-toerisme, educatie, Waddenstroom en beleefbaar agrarisch natuurbeheer. Via deze stimulering lokken we veel investeringen van ondernemers uit.

De markt

Onze markt bestaat uit veel nieuwe handelspartijen die zich aansluiten bij het Waddengoud-streekmerk. Dat betekende de afgelopen periode een forse uitbreiding met circa 500 afzetpunten dat Waddengoud-gecertificeerde producten verkoopt.

Waddengoud is gebiedsbeleving

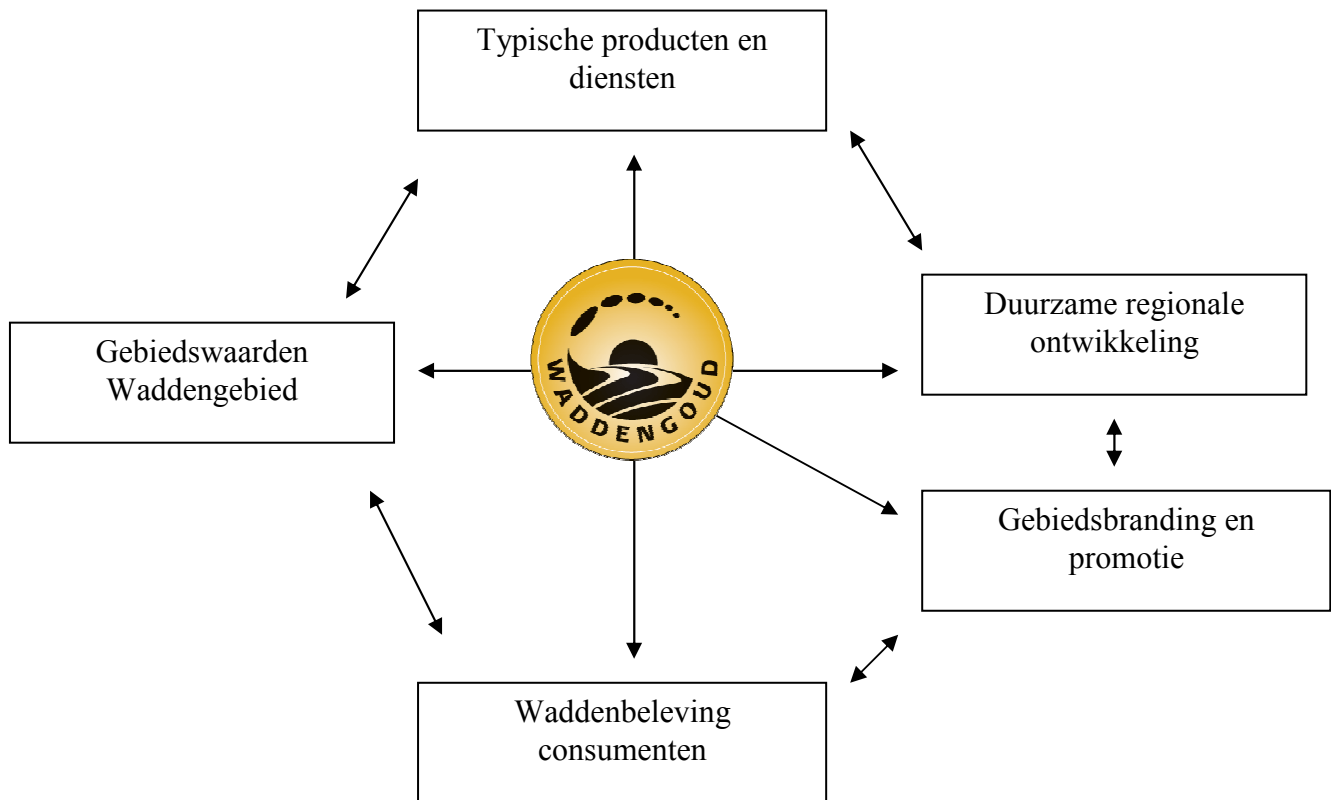
Het jongste verleden laat zeker voor de doelstelling ‘verbreding van gebruik van het streek(keur)merk Waddengoud’ interessante resultaten zien. Het streekmerk Waddengoud symboliseert een gebiedsbeleving die van waarde is voor een breed pallet aan sectoren (zie www.waddengoud.nl). Mede dankzij actiegericht onderzoek naar kansrijke sectoren voor innovatieve economische ontwikkeling weten we dat nu. De door ons gerealiseerde ketens vinden over het algemeen hun basis in de sectoren landbouw, veeteelt en visserij². Uit experimenten blijkt dat het keurmerk kan aansluiten bij behoeften van ondernemers uit sectoren die belendend zijn aan de door ons al gerealiseerde ketens en dat voordeel valt te behalen door het verbinden van diverse gebiedseigen sectoren (cross-sectorale ketenvorming). Onder andere de horeca, aanbieders van toeristische arrangementen, aanbieders van accommodaties, Waddenfotografen en de bruine vloot hebben nadrukkelijk hun belangstelling getoond voor het streekkeurmerk Waddengoud.

Wel moet het streek(keur)merk, in woord en gebaar, meer dan tot nu toe de gebiedswaarden van het Waddengebied uitdrukken. Dat blijkt uit het voornoemde actie-

² *Sectoren van gebiedseigen plattelandseconomie waarop de Waddengroep zich vooral richt, zijn multifunctionele landbouw, duurzame visserij, agro- en visverwerkende MKB, gebiedseigen detail- en groothandel, gebiedseigen horeca, cultureel erfgoed, de Waddenkunst, gebiedseigen toerisme en recreatie, de gebiedseigen dienstverlening (onder andere natuurbeleving) en de kleinschalige, milieuvriendelijke industrie (bijvoorbeeld gericht op duurzame energie).*

onderzoek ‘Verbreiding gebruik streekmerk Waddengoud’ en de in verband daarmee opgestelde criteria voor certificering. Die relatie gaan we daarom nog sterker leggen. Uit het onderzoek blijkt tevens dat we de bruikbaarheid, betekenis en effectiviteit van het streekkeurmerk Waddengoud voor een breed pallet aan sectoren in het Waddengebied verder kunnen optimaliseren. We moeten dan wel consistent werken volgens onderstaand model.

Waddengoud-model voor duurzame economische ontwikkeling en gebiedsbranding



Projectplan

Als vervolg op het project ‘Het Waddengebied gaat voor goud’ gaan wij met ‘Het Waddengebied... een goudomrande beleving’ aan het werk op de volgende werkvelden:

Project 1: Waddengoud en Slow Leisure

Op velerlei gebieden in de samenleving organiseren mensen zich onder de verzamelnaam Slow: Slow Food, Slow Leisure, Slow Travel en Slow City. Deze initiatieven hebben min of meer het karakter van een spontane beweging. Achter de diverse uitingen van Slow schuilt de wens de levenskwaliteit te verhogen. Mensen zetten zich onder andere af tegen vervlakking, fast food, overproductie en onbedachtzaam omgaan met schaarse grondstoffen. Slow dient zich nationaal en internationaal aan als een tegenbeweging die lokaal, vanaf de basis ontstaat en zich van daaruit ontwikkelt. De kernpunten zijn: onthaasting, de tijd nemen om te genieten, duurzaam omgaan met schaarse goederen, authentieke belevissen, behoud van cultuur-historische identiteiten. In de omgang met bijvoorbeeld de natuur, eten en reizen wil Slow de ‘beleving’ weer centraal stellen.

Duidelijk mag zijn dat Slow uitstekend bij het Waddengebied past en aansluit bij onze innovaties op het terrein van producten, diensten, behoud van gebiedswaarden en gebiedspromotie. Wij zien de op de bijzondere gebiedswaarden geënte ‘beleving’ die het Waddengebied oproept als een vitale relatie tussen producten en diensten uit het Waddengebied en de markt (consumenten). Vandaar dat wij willen anticiperen op de mogelijkheden die de beweging Slow Leisure in het Waddengebied biedt.

Nu vallen daar al impulsen waar te nemen rond de beweging Slow. Onder de naam Zo Texels is bijv. op Texel vanuit het toerisme een Slow Leisure initiatief ontstaan waarbij wij de rol als kwaliteitsbewaker hebben. Dit type beweging, met dit gedachtegoed, sluit goed aan bij wat de markt nu vraagt en kan innovatieve impulsen geven op diverse economische en culturele gebieden. Tevens geeft een dergelijke beweging op een bijzondere wijze uitdrukking aan de gebiedswaarden, die wij de dragers achten voor behoud en ontwikkeling van de gebiedseigen plattelandseconomie in het Waddengebied. Door actiegericht onderzoek willen wij planmatig de ontwikkeling van Slow Leisure in het gehele gebied bevorderen en de positieve effecten daarvan waar mogelijk en nodig integreren in de overige projecten.



Project 2: Waddengoud voor de horeca

De Waddenzee met de Waddeneilanden en de kwelders is een uniek gebied. Rust, stilte, weidsheid en ongerepte natuur kun je hier nog intens beleven. Het Waddenkustgebied achter de dijk geeft de beleving van een groots en weids op het water veroverd land. Met noeste arbeid in cultuur gebracht en voorzien van kostbaar erfgoed. Deze beleving van het hele Waddengebied – eilanden, zee, kust – stralen wij met het streekmerk Waddengoud uit. Een beleving waartoe wij mensen, de markt, de consumenten uitnodigen. We willen in dit projectenprogramma ‘Het Waddengebied... een goudomrande beleving’ deze beleving enerzijds en producten en diensten uit en in het Waddengebied anderzijds nog meer met elkaar verbinden. Dit uiteraard ten gunste van duurzame economische ontwikkelingen. Daarbij speelt de horeca een belangrijke rol. Die kan uiting geven aan de Waddenbeleving en die bevestigen, vooral voor het toerisme. De economie in het Waddengebied heeft baat bij een kwalitatief goede, veelzijdige en aantrekkelijke horeca waarin de authentieke Waddenbeleving is te herkennen. Waddengoud heeft al betekenissen voor de horeca maar wil die versterken door de gebiedseigenheid van bedrijven te vergroten. Door te certificeren op grond van specifieke criteria willen we de authenticiteit en gastvrijheid (lees: Waddenbeleving) bevorderen. Zo verlenen we alleen het keurmerk Waddengoud als horecabedrijven streekproducten uit het Waddengebied gebruiken. Daarmee vergroten en versterken we de interne markt. Dat maakt de horeca een belangrijke spil in de zogenoemde cross-sectorale ketenvorming die wij krachtig willen bevorderen. Hij is in potentie een afnemer van

de ruime diversiteit aan (streek) producten uit het Waddengebied en een verwijzer naar Waddengoud-gecertificeerde toeristische diensten en accommodaties in het gebied.



Project 3: Waddengoud voor kunst en cultuur

In het Waddengebied werken vele kunstenaars, ondernemers als galeriehouders en exploitanten van cultureel erfgoed. Zij trachten in hun werk de gebiedswaarden en de beleving daarvan tot uitdrukking te brengen. Hun producten zijn de ambassadeurs van het Waddengebied. Kunst en cultuur is een sector die de Waddenbeleving zodanig uitdrukt en bevestigt dat velen zich tot kunstuitingen en cultureel erfgoed aangetrokken voelen en daar in hun leven een plaats en betekenis aan geven. Kunst en cultuur slaan dus een brug naar de consument en geven een heel eigen mogelijkheid om de verbinding met het Waddengebied te beleven. Kunst en cultuur ondersteunt – vaak onbedoeld – processen die gebiedswaarden verbinden met economische activiteiten.

Waddengoud certificeert noch kunstwerken noch cultureel erfgoed. We certificeren wel ondernemers (kunstenaars), bedrijven en organisaties die Waddenkunst tentoonstellen of cultureel erfgoed gebruiken om programmatisch te werken. Deze versterkende werking van kunst en cultuur voor de Waddenbeleving willen we graag integraal benutten. We doen dat onder andere door cross-sectorale verbanden te leggen met de horeca (exposities), creatieve vakanties (schilderen, fotografie, tekenen) en de bruine vloot (varen en Waddenfotografie).

In het project ‘Het Waddengebied gaat voor goud’ hebben wij een pilot uitgevoerd waaruit bleek dat de sector kunst en cultuur veel belangstelling heeft voor erkenning door en samenwerking onder Waddengoud. Tot nu toe bleef dit beperkt tot Waddenfotografie. In het projectenprogramma ‘Het Waddengebied... een goudomrande beleving’ willen wij de verbintenis van kunst en cultuur met Waddengoud en de integratie van deze sector met de overige sectoren krachtig ter hand nemen. We zullen de criteria voor certificering van de diverse kunst- en cultuuruitingen verder uitwerken.



Project 4: Waddengoud voor de visserij

De visserij is traditioneel een belangrijke economische activiteit in het Waddengebied en daarom logischerwijs een van de speerpunten van de Waddengroep. Wij ontwikkelen al een aantal jaren de streekeigen, duurzame visserij. Inmiddels heeft een behoorlijke groep kleinschalige vissers zich bij ons aangesloten. Twaalf handkockelaars, van wie sommigen ook oesters rapen. Drie snoekbaarsvissers. Vier harder- en zeebaarsvissers (stand want, lijnen). Twee tongvissers (stand want) en een garnalenvisser met eigen machinale verwerking. Ook een schelpdierverwerkingsbedrijf en regionale vishandelsbedrijven hebben zich bij Waddengoud aangesloten. Voor makreel (lijnenvisserij) en spieringvisserij ontwikkelen we nog een Waddengoudstandaard.



Ook in de komende periode is onze inzet dat de Waddenzee niet alleen een prachtig stuk natuur is, maar ook een plaats die rijk is aan vis en schelp- en schaaldieren waaruit geogst mag worden. Mits de vissers dat op een duurzame manier doen, uiteraard. Veel visbestanden zijn de afgelopen jaren sterk achteruitgegaan. Vaak wordt dit toegeschreven aan vermindering van de voedingsstoffen in het water. Maar de moderne visserij met steeds grotere schepen, zwaardere vistuigen en nieuwe opsporingsmethoden heeft daar zeker ook in belangrijke mate aan bijgedragen. Er zijn vissers, en de Waddengoud-gecertificeerde vissers behoren daartoe, die het anders willen. Zij willen slimmer vissen en alleen grote volwassen vissen vangen met zo weinig mogelijk schade aan bodem, zeemilieu, vogels en zeezoogdieren. Deze vissers willen werken aan een gezonde visserij in een gezonde zee. En een goed gezinsinkomen verdienen met mooie vis, zonder nadelige effecten voor de natuur.

De visser kan in de Waddengoud-filosofie het verschil maken. Het maakt veel uit hoe hij de vis vangt, waar en wanneer. De visser bepaalt bijvoorbeeld zijn vismethode, met welke maaswijdte hij vist, de vistijden, vislocaties en treksnelheid. Dit heeft weer invloed op de bijvangst, hoeveel brandstof per kilogram vis en de mate waarin hij de bodem omwoelt. Streekeigen, duurzaam vissen betekent dus zorgvuldig vissen, waardoor de brandstofkosten en dergelijke ook lager kunnen zijn. Maar de vangst is ook minder. En de vis die de één laat zwemmen wordt door een ander opgevist. Om te kunnen blijven vissen, zal de duurzame visser daarom extra toegevoegde waarde moeten genereren. Hiervoor dient de markt bereid te zijn om meer te betalen. Dat zal alleen slagen als we de Waddenbeleving rond deze producten naar het bord kunnen vertalen.

Bij de handel en verwerking komt de vis van verschillende bedrijven en uit verschillende gebieden nu nog te vaak op één hoop. Daardoor weten consumenten niet hoe de vis gevangen is, waar en door wie. En zo kan de markt vissers niet stimuleren zorgvuldig te vissen. Waddengoud is een middel om korte, transparante handelsketens te ontwikkelen, van het net tot op het bord. Zodat de consument wél weet hoe zijn vis gevangen is, waar en door wie. Zorgvuldig vissen levert zo topkwaliteit op. De korte keten zorgt ervoor dat de vis supervers bij de consument komt. De meerwaarde daarvan dient voor een belangrijk deel bij de visser terecht te komen, als extra stimulans om ‘goed’ te vissen. Korte ketens betekent in de filosofie van de Waddengroep dat er hoogstens één schakel tussen de visser en het verkooppunt in zit. Ook directe verkoop aan de consument, bijvoorbeeld via Verse vismarkten, stimuleren we.



In de komende periode stellen we de specifieke eigen positie van de Waddengoud-vissers binnen de visserijsector en in de markt centraal. Daarvoor achten we assortimentverbreding en volumevergroting van belang, net als specialisatie, efficiëntieverbetering en innovatieve vangstechnieken. Zeer belangrijk vinden we verder aanvoercoördinatie: wie voert wat wanneer aan? De (betere) horeca – de belangrijkste markt voor Waddengoud-vis – moet per seizoen zekerheid hebben over de aanvoer. Anders zet hij deze Waddengoud-visproducten niet op de kaart.

Waddengoud-gecertificeerde visserij heeft oog voor de toekomst, door verduurzaming, certificering, onderlinge samenwerking en ketenvorming. In deze sector tellen voor

certificering niet alleen verduurzaming en ecologischvriendelijke vangsttechnieken mee, maar ook de herkomst van de vis.

In de markt zien we een positieve trend. De horeca maar ook de consument toont in toenemende mate belangstelling voor gegarandeerd duurzaam verkregen, kwalitatief betrouwbare vis, schaal- en schelpdieren met herkomstaanduiding. Ook merken we dat vissers uit het oogpunt van opbrengstoptimalisatie, al of niet gezamenlijk, voor hun producten de kortste weg trachten te vinden naar de consument. De Waddengroep ondersteunt en faciliteert de visserij in haar zoektocht naar nieuwe wegen. Geïnitieerd door ons ontstaan via dit project initiatieven gericht op ketenvorming en samenwerking tussen vissers, groothandel, retail en horeca.

Project 5: Waddengoud stimuleert investeringen

Het Waddengebied heeft een positief imago. Het is een van de meest bekende gebieden in Nederland. Ook internationaal gezien, vooral in Duitsland, heeft het gebied een ruime bekendheid – mede doordat het Werelderfgoed is geworden. Mensen waarderen de Wadden, de schoonheid, ongerepte natuur, rust, ruimte, authenticiteit. Ook de promotie van het gebied wekt verwachtingen en belooft zekerheden.

We moeten die verwachtingen en beloften waarmaken. Want ook voor het Waddengebied geldt: ‘Je dient te zijn zoals je zegt dat je bent’. Dat vraagt om innovatief, creatief, toekomst gericht ondernemerschap. Een belangrijke voorwaarde voor gebiedseigen economische ontwikkelingen vormt de integrale kwaliteit en omvang van de voorzieningen. Om het aanbod op de vraag van de bezoekers af te stemmen en de krimp het hoofd te bieden, moeten we de economische spankracht verhogen door goed ondernemerschap en de bereidheid tot investeren. Vandaar dat we in het project ‘Het Waddengebied... een goudomrande beleving’ een programma hebben opgenomen om het streekeigen ondernemerschap te bevorderen en investeringen die bijdragen aan (verdere) professionalisering uit te lokken of te stimuleren. Met dergelijke programma’s heeft de Waddengroep in de loop der jaren veel ervaring opgedaan.

Onderdelen daarvan zijn onder andere:

- ondernemers adviseren bij het opstellen van een passende bedrijfsontwikkeling;
- micro-investeringsubsidie toekennen voor professionaliserings- en vestigingstrajecten;
- aan de bedrijfsplannen en investeringen gekoppelde advisering en begeleiding;

- ondernemers helpen ervaringen uit te wisselen en hun creativiteit stimuleren. Want: ‘ondernemers leren van ondernemers’;
- consultatie bij het zoeken naar nieuwe markten en ketenvorming.



Project 6: Waddengoud, een rijkdom aan streekeigen voedsel

Buiten de genoemde specifieke producten en diensten in de projecten 1 t/m 5 is de Waddengroep in de afgelopen jaren nog bezig geweest met allerlei andere ketens. Sommige daarvan hebben een specifieke Waddenbeleving. Denk aan:

- zilt vlees, zilte groenten en kruiden;
- biologische AGF van de Waddenkust;
- graan op de eilanden (zoals rogge en mosterd op Ameland), onder andere om de teruggang van de blauwe kiekendief tegen te gaan;
- (Texels) lamsvlees en wollen producten;
- cranberryproducten van Terschelling, Vlieland en Ameland;
- duindoornproducten;
- Waddenhoning;
- schapenmelkproducten;
- boeren(koeien)zuivel;
- speltproducten.

Deze ketens functioneren inmiddels zelfstandig, maar kunnen nieuwe impulsen gebruiken. We vinden dat maatschappelijk gezien wenselijk, omdat juist dat wat specifiek is voor het Waddengebied kan bijdragen aan regionale economische ontwikkeling (werkgelegenheid, krimp tegengaan) en gebiedspromotie. Voor nieuwe impulsen, zo weet de Waddengroep uit ervaring, moeten ontwikkelen (keten, markt, promotie) en certificeren (echtheid garanderen, goede bedrijfsvoering) hand in hand gaan. Komende periode wil de Waddengroep deze paradepaardjes verder uitbouwen en nieuwe Waddenspecifieke ketens toevoegen.



Project 7: Waddengoud een belevingsmerk

Aan een merk, de beeltenis en naam daarvan, kleven associaties. Een merk dat wordt herkend roept bepaalde gedachten op. Een merk staat ergens voor. Waddengoud heeft zich in het verleden geprofileerd als keurmerk voor streekproducten uit het Waddengebied die veelal hun basis hebben in de landbouw, fruitteelt, veehouderij en visserij. In het project ‘Het Waddengebied gaat voor goud’ hebben we het streek(keur)merk breder ingezet. Naast de streekproducten hebben we Waddengoud in de vorm van pilots beschikbaar gesteld voor diensten zoals horeca, bruine vloot, fotografie, accommodatie. De pilots hebben aangetoond dat de verbreding wenselijk en mogelijk is en de ontwikkeling van de regionale economie kan ondersteunen. Maar ze brachten ook aan het licht dat de Waddengroep ervoor dient te zorgen dat het merk Waddengoud een bredere associatie oproept dan streekproducten (voeding en delicatessen). Het bleek dat Waddengoud moet uitgroeien tot een streekmerk dat appelleert aan de beleving van de gebiedswaarden van het Waddengebied. Ook moet het deze beleving uitdragen en verbinden met een breed pallet van producten en diensten uit en in het Waddengebied. Deze opgave, het streekmerk Waddengoud tot een belevingsmerk maken ten

dienste van economische ontwikkelingen, hebben we opgenomen in ‘Het Waddengebied... een goudomrande beleving’.



Project 8: Waddengoud voor gebiedspromotie

Het Waddengebied heeft een grote naamsbekendheid en een positief imago dat refereert aan unieke gebiedswaarden en de beleving daarvan. We moeten dat imago alleen wel onderhouden: er bestaan nationaal en internationaal heel wat gebieden die de concurrentie graag aangaan. Gebiedspromotie van het Waddengebied is een permanente activiteit van provinciale en lokale marketingorganisaties. Helaas opereren die vaak vanuit het belang van deelgebieden. Als een van de weinige organisaties heeft de Waddengroep interprovinciaal het totale Waddengebied als werkgebied. Ook internationaal hebben we Waddenpartners die vanuit dezelfde filosofie en/of beeldmerk werken. De door de Waddengroep gecertificeerde producten en diensten onder het streekmerk Waddengoud krijgen enerzijds een positieve impuls doordat we die verbinden met de gebiedswaarden van het totale Waddengebied of van deelgebieden. Anderzijds dragen zij door hun uitstraling, herkomst en duurzaam karakter ook bij aan gebiedspromotie. Waddengoud als streek(keur) merk, zo is gebleken, is bijzonder goed bruikbaar voor gebiedsbranding en -promotie.

In het project ‘Het Waddengebied... een goudomrande beleving’ hebben wij een planmatige aanpak opgenomen die de band tussen gecertificeerde producten en diensten voorzien van het streekmerk Waddengoud en gebiedspromotie krachtig versterkt:

- planmatige doorontwikkeling van gecertificeerde producten en diensten onder Waddengoud die bij uitstek (paradepaardjes) bijdragen aan algemene (gehele gebied) en specifieke (deelgebieden) gebiedspromotie (projecten 1 t/m 6);
- concepten ontwikkelen en toepassen voor intensivering van de communicatie over deze producten en diensten ten bate van de algemene en specifieke gebiedspromotie;
- de samenwerking versterken met de diverse marketingorganisaties in het Waddengebied.



Project 9: Waddengoud als keurmerk op een hoger plan

Waddengoud is naast een belevingsmerk ook een keurmerk. Een keurmerk is een logo op een product waarmee de maker belooft dat een product aan bepaalde eisen voldoet. De keurmerkvoerder mag alleen het keurmerk op zijn product zetten als hij daar toestemming voor heeft gekregen van de keurmerkeigenaar. De keurmerkeigenaar, in dit geval Stichting Waddengroep, is een organisatie die controleert of de producten en diensten voldoen aan de belofte, de eisen, van zijn keurmerk. Of dat de manier waarop het product of de dienst tot

stand komt, voldoet aan de belofte. Aan het keurmerk valt dus te herkennen of het product voldoet aan bepaalde eisen. De consument kan zo een goede keus maken voordat hij het product of de dienst koopt.

Het Waddengoudkeurmerk voor producten staat veelal op de etiketten, terwijl het Waddengoudkeurmerk voor diensten via een bord aan de gevel van het bedrijf valt te herkennen of op het briefpapier staat.

Waddengoud als keurmerk

De producten met het Waddengoudkeurmerk voldoen aan de door de Waddengroep gestelde eisen, waarvan de voornaamste zijn:

- 1. uit het Waddengebied afkomstig en daar verwerkt;*
- 2. duurzaam vervaardigd.*

Deze eisen per sector/product zijn nader gedetailleerd en geconcretiseerd in productiereglementen.

De Waddengroep is voor wat betreft streekproducten aangesloten bij Stichting Streekeigen Producten Nederland (zie: www.erkendstreekproduct.nl en www.doedestreekproef.nl).

Daarbij geldt het keurmerk Waddengoud ook voor diensten, zoals accommodaties, restaurants, campings, arrangementen en fotografen.

De hoofdeisen voor diensten, die ook weer nader per sector zijn gedetailleerd en geconcretiseerd, zijn:

- 1. een sterke verbintenis met het Waddengebied;*
- 2. het gebruik van producten uit het Waddengebied;*
- 3. ecologische duurzaamheid;*
- 4. een kwaliteitssysteem;*
- 5. gastvrijheid.*

De eisen voor alle categorieën waarvoor het keurmerk Waddengoud geldt, zijn te vinden via de website van de keurmerkeigenaar (www.waddengroep.org). Op die manier kunnen aanvragers, klanten en overheid zich vergewissen van de eisen die we stellen.

De Waddengroep laat keuren of de verschillende producenten/aanbieders van Waddengoud aan de eisen voldoen.

Het keurmerk gekeurd

Maar net zo goed als dat de producenten/aanbieders aan bepaald eisen moeten voldoen, moeten wij dat ook. Van het Waddengoud-systeem dient objectief te worden vastgesteld dat

het voldoet aan eisen van betrouwbaarheid. De overheid houdt een register bij van betrouwbare keurmerken. Daartoe laat zij een keurmerktoets uitvoeren, waarbij de Raad voor Accreditatie bekijkt of keurmerken betrouwbaar zijn. De Waddengroep wil via dit project als eerste streekkeurmerk in Nederland een keurmerktoets ondergaan en het systeem zodanig verbeteren dat we minimaal een 8 op deze toets scoren. Een cijfer hoger dan een 8 betekent volgens de keurmerktoets dat ‘de consument een behoorlijk gerechtvaardigd vertrouwen kan stellen in dit keurmerk; de deugdelijkheid van het keurmerk is ruim voldoende’.



Schema: projectplan behorend bij 'Het Waddengebied... een goudomrande beleving'

