

*'Op welke wijze kan communicatie
bijdragen aan versterking van
het draagvlak onder inwoners en
bezoekers van het Nationaal Park?'*

*'Bescherming, behoud en duurzaam
beheer van biodiversiteit'*

*'Vraaggericht werken en inspelen op
de actualiteit'*

Mia
Michels

*Strategisch meerjarenplan
communicatie 2011-2015
Commissie
Voorlichting & Educatie*



**Nationaal Park
Schiermonnikoog**



**Strategisch meerjarenplan
communicatie 2011-2015**

Commissie

Voorlichting & Educatie

Mia Michels



Woord vooraf

Voor u ligt het strategisch meerjarenplan communicatie. De term communicatie dekt hier een brede lading: het gaat zowel over communicatie over het beleid van het park als over publieksvoorlichting en natuur- en milieueducatie. In dit plan wordt de koers uitgezet voor communicatie van het Nationaal Park Schiermonnikoog voor de komende vijf jaar. Waar staan we nu, welke trends en ontwikkelingen zien we, wat willen we zijn en waar willen we naar toe? Deze vragen vormen het uitgangspunt van de uit te zetten strategie en het productaanbod dat daarmee gepaard gaat.

Dit plan is bedoeld als richtlijn voor alle partners die zich bezighouden of in aanraking komen met communicatie over het Nationaal Park. De opzet van het plan maakt het mogelijk dat alle partners een bijdrage kunnen leveren aan een positieve profilering van Nationaal Park Schiermonnikoog. Afstemming met het Nationaal Park dient te gebeuren waar dit relevant en mogelijk is. Dit plan kan gezien worden als handvat voor alle betrokken partijen.

Schiermonnikoog, november 2011

Mia Michels, coördinator Voorlichting & Educatie



Inhoudsopgave

06	1. Inleiding Situatieschets / Behoud van natuurwaarden en eigen karakter / Toekomstige ontwikkelingen en innovatie / Leeswijzer	26	7. Nieuwe ontwikkelingen Beheer- en Inrichtingsplan plus / De Promenade en het nieuwe bezoekerscentrum
10	2. Organisatie Oprichting en samenwerking / Stichting Samenwerkingsverband Nationale Parken (SNP) / Overlegorgaan / Werkgroepen / partnerorganisaties / Wie communiceert?	28	8. Activiteiten Basis- en pluspakket communicatie en educatie / Innovatie en ontwikkeling / 2014: 25-jarig Jubileum Nationaal Park Schiermonnikoog / Activiteitenmatrix
12	3. Doelgroepen in beeld Externe doelgroepen	34	9. Begroting
16	4. Missie en kerntaken Missie / Kerntaken / Landelijke communicatiestrategie	36	Bijlage I Samenstelling van de Commissie
20	5. Communicatiestrategie Nationaal Park Schiermonnikoog Communicatiedoelen / Communicatiestrategie Nationaal Park Schiermonnikoog / Visie	37	Bijlage II Afsprakenkader zichtbaarheid (SNP, 2006)
24	6. Terugblik meerjarenplan V&E 2006-2010 Welke doelen zijn bereikt? / Wat is er gerealiseerd? / Wat heeft extra aandacht nodig?	47	Bijlage III Voorstel Basis- en Pluspakket 2011-2015

1. Inleiding

Schiermonnikoog kenmerkt zich door een schitterend uitgestrekt strand, een gezellig, karakteristiek dorp, een afwisselend duin- en kweldergebied en een grote biodiversiteit, met soorten die vaak in de rest van Nederland uiterst zeldzaam zijn. Het is dan ook geen verrassing dat het grootste gedeelte van het eiland in 1989 werd uitgeroepen tot Nationaal Park.

1.1 Situatieschets

Dat ging niet zonder slag of stoot. In de eerste jaren leken de belangen van het Ministerie van LNV en de inwoners van Schiermonnikoog lijnrecht tegenover elkaar te staan. Eilanders vreesden dat jarenlange gebruiken, zoals bramen plukken, mosselen rapen of een visje vangen in de slenk, door het instellen van het Nationaal Park ineens verboden zouden worden. Het bieden van gelegenheid voor inspraak en goede voorlichting zorgde voor meer vertrouwen en acceptatie. Er werd gezamenlijk naar oplossingen gezocht. Ervaringen op Schiermonnikoog dienden vervolgens als voorbeeld bij het instellen van andere Nationale Parken in Nederland. Het stelsel is nu uitgegroeid tot twintig prachtige natuurgebieden, elk met hun eigen specifieke soorten en natuurwaarden. Voorlichting, educatie en communicatie zijn inmiddels volledig ingebed in de structuur van ieder Nationaal Park.

Ruim twintig jaar na de oprichting van het eerste Nationaal Park op Schiermonnikoog richten de parken zich voornamelijk op een verdere verankering van het stelsel, een duidelijke profilering. De parken zijn hét visitekaartje van het landelijke natuurbeleid. Ze vertellen het verhaal van de Nederlandse natuur. Ze bieden mensen de ruimte om te genieten van stilte en schoonheid en om de prachtige, uitgestrekte en bijzondere natuur te beleven en te leren kennen. Alle parken, dus ook Schiermonnikoog, zullen deze gezamenlijke boodschap overbrengen en daarmee het stelsel van parken eenduidig profileren.

1.2 Behoud van natuurwaarden en eigen karakter

Ieder jaar verkiezen veel bezoekers uit binnen- en buitenland, jong en oud, Schiermonnikoog tot de plek voor een korte of langere vakantie. Ze zijn vaak op zoek naar ruimte, rust, ontspanning en onthaasting. Schiermonnikoog biedt hun nog dat authentieke karakter, het ware eilandgevoel en pure natuur. Om deze karakteristieken ook voor de toekomst veilig te stellen is naast een zorgvuldig

beheer ook een heldere en eenduidige communicatie over het gebied van groot belang. Niet voor niets zijn voorlichting en educatie geformuleerd als één van de vier kerntaken van het Nationaal Park. Sinds de verschijning van het Meerjarenplan Voorlichting & Educatie 2006-2010 is er veel gebeurd. Naast de uitvoering van het bestaande pakket aan producten en activiteiten is gewerkt aan een aantal nieuwe natuurgerichte recreatieve voorzieningen, activiteiten en producten. Zo bleek er veel vraag te zijn naar een observatieplek voor vogels en is er een vogelkijkhut aan de Westerplas gerealiseerd. Voor gezinnen met kinderen is een leuke fietstocht ontwikkeld, genaamd 'De 7 schatten van Schiermonnikoog', waarin zij zelf op zoek gaan naar de 'verborgen' schatten van de landschappen van Schiermonnikoog. Er zijn 'earth education' activiteiten ontwikkeld voor zowel kinderen als volwassenen. Dit zijn educatieve programma's met nadruk op beleving en het prikkelen van de verschillende zintuigen. Ook zijn er in samenwerking met de beheerder programma's ontwikkeld waarin de beheeractiviteiten op het eiland centraal staan en waarbij vrijwilligers meewerken in het veld.

Daar waar het vorige plan zich voornamelijk richtte op natuurbeleving ligt de focus van dit nieuwe meerjarenprogramma naast de beleving ook op samenwerking. Samenwerking met partners in en rondom het eiland. Partners op het gebied van beheer en onderhoud, onderzoek en onderwijs, toerisme en recreatie. Deze laatste twee in het bijzonder omdat zij een belangrijke rol vervullen in het gastheerschap op het eiland en dus ook voor het Nationaal Park. Samen kunnen we ervoor zorgen dat het eiland niet alleen nu maar ook in de toekomst een aantrekkelijke woonomgeving en vakantieplek blijft. Een goede communicatie zal bijdragen aan een eenduidige beeldvorming van het Nationaal Park, de voortgang van projecten versoepelen en vooral de mensen die er werken en wonen nog meer deelgenoot maken. De kernvraag van dit meerjarenplan is: Op welke wijze kan communicatie bijdragen aan versterking van het draagvlak onder inwoners en bezoekers van het Nationaal Park?

1.3 Toekomstige ontwikkelingen en innovatie

Op het moment van het samenstellen van dit plan zijn er twee grote ontwikkelingen op het eiland waarbij het Nationaal Park direct betrokken is: het nieuwe Beheer- en Inrichtingsplan plus 2010-2022 (BIP+) en het

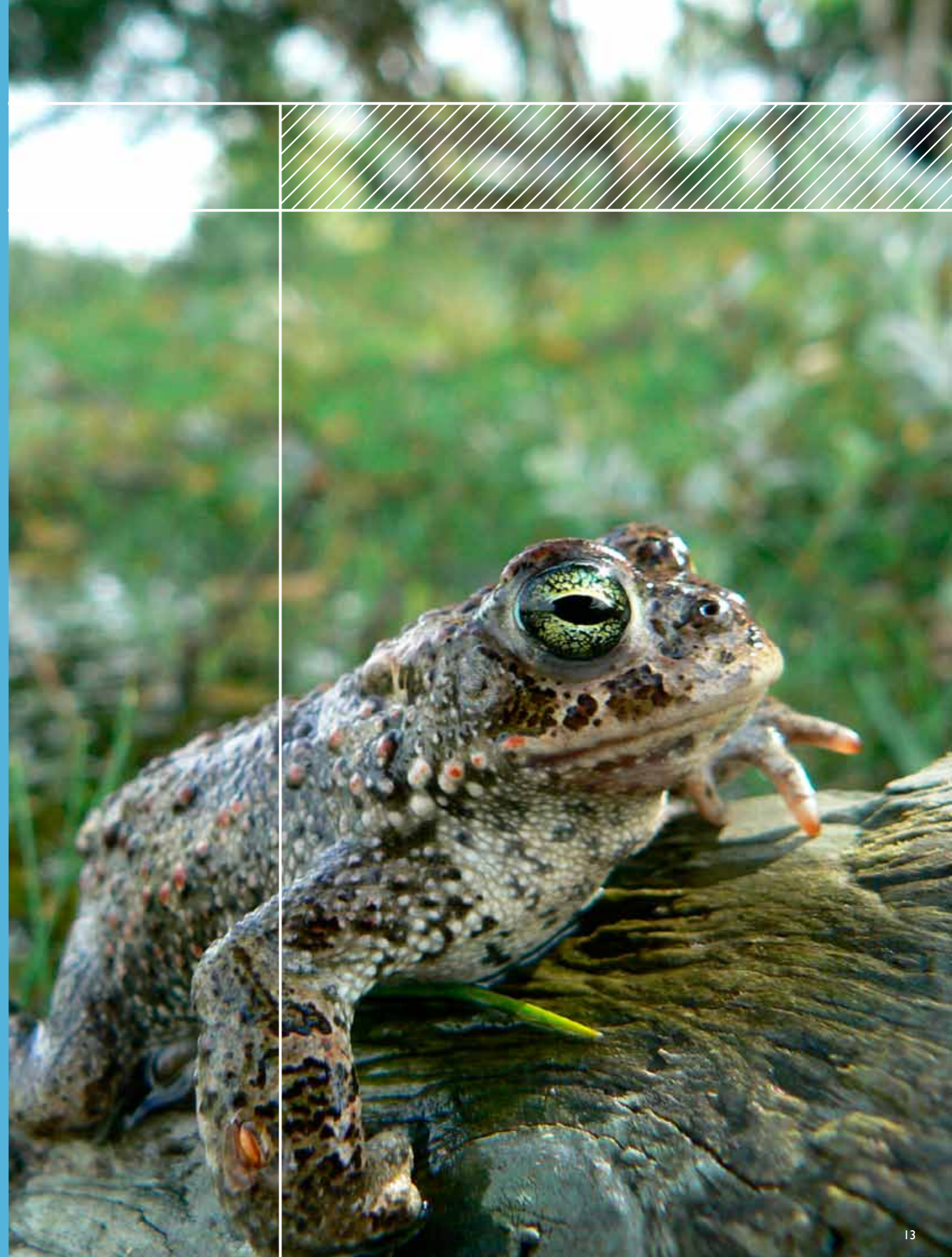
Bezoekerscentrum Nieuwe Stijl, de Promenade. Beide zullen een flinke impact hebben op de toekomst van Schiermonnikoog en de communicatie tussen de partners onderling en naar buiten. Voor Nationaal Park Schiermonnikoog zijn ook ontwikkeling en innovatie de komende jaren cruciaal. Het aantal bezoekers aan het park is vrij constant en ligt rond de 275.000 bezoekers per jaar. Het gebruik echter verandert. Er komen nieuwe doelgroepen die op zoek zijn naar andere recreatieve activiteiten in de natuur. Zij willen meer actie en vermaak. Het huidige activiteiten-aanbod is niet meer toereikend. Introductie van innovatieve activiteiten, afgestemd op en passend bij de doelen van het Nationaal Park, en kwaliteitsverbetering van de huidige producten en voorzieningen zullen de komende jaren de boventoon voeren. Dat kan het Nationaal Park niet alleen. Er zal intensiever moeten worden samengewerkt met partners op het gebied van beheer en ontwikkeling, maar vooral ook met toeristisch recreatieve organisaties. Redenen genoeg voor het opstellen van een nieuw meerjarenprogramma.

1.4 Leeswijzer

Allereerst zal uiteengezet worden hoe de communicatie in het park is georganiseerd. Met communicatie willen we specifieke doelgroepen bereiken. De belangrijkste groepen waar we ons op richten worden benoemd in hoofdstuk 3. Vervolgens wordt ingegaan op de bestaansredenen, kerntaken en communicatiestrategie van de Nationale Parken in het algemeen en Nationaal Park Schiermonnikoog in het bijzonder. Na een evaluatie van het vorige meerjarenplan 2006-2010 zal een aantal belangrijke nieuwe ontwikkelingen de revue passeren. Innovatie en ontwikkeling van nieuwe activiteiten worden benoemd in hoofdstuk 8. Dit hoofdstuk bevat ook een overzicht van het totale activiteiten-aanbod gerangschikt per doelstelling. Het meerjarenprogramma wordt afgesloten met een overzicht van het te besteden budget.



*Veel partijen
vormen
met elkaar
het gezicht
van het
Nationaal Park*



2. Organisatie

2.1 Oprichting en samenwerking

Nationaal Park Schiermonnikoog is in 1989 ingesteld door de minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) en maakt deel uit van het stelsel van Nationale Parken. Voor het ministerie zijn de parken dé visitekaartjes van het natuurbeleid. Vanwege hun status wordt in deze gebieden extra ingezet op voorlichting en educatie.

Een Nationaal Park is een samenwerkingsverband en heeft geen juridische rechtsvorm. (Met uitzondering van de twee oudste parken, die zijn ontstaan uit particulier initiatief.) De meerwaarde wordt bereikt doordat terreinbeherende organisaties, particuliere terreinbeheerders en andere betrokkenen in het Overlegorgaan tot overeenstemming komen over beheer, inrichting, natuurontwikkeling, recreatie, voorlichting, educatie en onderzoek van het park. Vanuit de gedeelde betrokkenheid bij en verantwoordelijkheid voor de natuur versterken zij elkaar en vullen elkaar aan.

Het ministerie van LNV is verantwoordelijk voor het functioneren van het Nationale Parkenstelsel als geheel en heeft een structurele financiële betrokkenheid bij de parken. De provincie Fryslân draagt zorg voor het secretariaat, ondersteuning van de voorzitter, voorbereiding van de bijeenkomsten van het Overlegorgaan en de financiering van het meerjarenprogramma van Nationaal Park Schiermonnikoog.

2.2 Stichting Samenwerkingsverband Nationale Parken (SNP)

De communicatie over het gehele stelsel wordt uitgevoerd door het SNP in samenspraak met LNV. Het SNP staat ten dienste van de Nationale Parken en hun gezamenlijke belang. Het SNP organiseert de samenwerking tussen de parken, bevordert en draagt zorg voor kennisuitwisseling en draagvlak voor gezamenlijke acties, vertegenwoordigt de parken op landelijk niveau en behartigt hun belangen en werkt samen met de parken aan de profilering en publieksbekendheid van de parken. Uitvoering van communicatieacties doen de parken in de eerste plaats zelf. Het SNP ondersteunt en adviseert hen hierbij met informatie, kaders, richtlijnen, kennisontwikkeling, advies, organisatie en procesbegeleiding.

2.3 Overlegorgaan

Ieder Nationaal Park kent een Overlegorgaan waarin de bij

het gebied betrokken partijen vertegenwoordigd zijn. Het Overlegorgaan heeft een onafhankelijke voorzitter. De voorzitter wordt ondersteund door de secretaris van het Overlegorgaan. Afstemming met vertegenwoordigers van de eilanderbevolking is onmisbaar bij beheer, gebruik en ontwikkeling van het eiland. De eilander bevolking is met drie leden vertegenwoordigd in het Overlegorgaan. De deelnemers aan het Overlegorgaan houden hun eigen verantwoordelijkheden. Het Overlegorgaan is geen rechtspersoon en heeft geen juridische status.

2.4 Werkgroepen

Behalve in het Overlegorgaan is er afstemming in de uitvoering door een tweetal werkgroepen: de Werkgroep Beheer en de Commissie Voorlichting en Educatie.

2.4.1 Werkgroep Beheer

In deze werkgroep vindt afstemming plaats van praktische beheerzaken tussen Natuurmonumenten, 't Wetterskip, de gemeente Schiermonnikoog, provincie Fryslân, het ministerie van LNV en een eilander vertegenwoordiger.

2.4.2 Commissie Voorlichting en Educatie

De Commissie Voorlichting en Educatie (V&E) heeft als kerntaak het organiseren en uitvoeren van activiteiten om mensen bekend te maken met de waarde van het Nationaal Park. In de Commissie V&E van Nationaal Park Schiermonnikoog zijn de volgende organisaties vertegenwoordigd (bijlage I):

Vereniging Natuurmonumenten, Bezoekerscentrum Schiermonnikoog, IVN, Gemeente Schiermonnikoog, Provincie Fryslân, Politie, Onderwijs, VVV, Schiermonnikog Ondernemers Verbond, Vrijwilligerscollectief Schiermonnikoog, Jacht en Wildbeheer, Natuur- en Vogelwacht, Boerenbelang Schiermonnikoog, Stichting Welzijn Schiermonnikoog.

De Commissie V&E is verantwoordelijk voor de opzet en uitvoering van het meerjarenprogramma, de jaarplannen en overige projecten op het gebied van communicatie en educatie. Daarnaast adviseert de commissie het Overlegorgaan in voorkomende zaken betreffende communicatie en educatie. De commissie komt vier maal per jaar bijeen, enkele weken voorafgaand aan de vergaderingen van het Overlegorgaan. De Commissie V&E organiseert voor het eiland één week voor de bijeenkomst van het Overlegorgaan

een inspraakavond. Daar wordt de agenda van het Overlegorgaan besproken. Punten uit de inspraakbijeenkomst worden door de eilander vertegenwoordigers ingebracht in de vergadering van het Overlegorgaan.

De ontwikkeling en organisatie van de programma's en daaruit voortvloeiende activiteiten die door de commissie geïnitieerd worden zijn in handen van de coördinator V&E. De coördinator is in dienst van IVN en wordt gefinancierd door het ministerie van LNV. De coördinator wordt ondersteund door een medewerker V&E, die in dienst is van het Bezoekerscentrum. De uitvoering van een groot deel van de activiteiten gebeurt in samenwerking met partnerorganisaties. Het Overlegorgaan stelt jaarlijks middelen beschikbaar om uitvoering te geven aan het jaarprogramma V&E.

2.5 Partnerorganisaties

Het Nationaal Park werkt samen met tal van organisaties. Organisaties die een rol vervullen in het beheer van het park, onderwijsinstellingen en adviesbureaus die onderzoek en studies verrichten en organisaties die een bijdrage leveren aan de communicatie en educatie van het park. Een aantal van hen wordt hieronder specifiek benoemd omdat zij een belangrijke rol hebben in de communicatie en educatie van het Nationaal Park.

2.5.1 Bezoekerscentrum Schiermonnikoog

Het bezoekerscentrum staat voor informatie en educatie over de eilander natuur. In het bezoekerscentrum participeren twee partijen: de Vereniging Natuurmonumenten en de gemeente Schiermonnikoog. Het centrum vervult ondermeer de volgende functies:

- Informatievoorziening en kennisoverdracht door middel van een expositie, publieksinformatie en website;
- Uitvoering van excursieprogramma's over de eilander natuur;
- Boekingscentrale voor natuurgerichte recreatieve activiteiten, zoals het Vogelringstation, de Eilander Balgexpres en de huifkartochten.

In het vorige meerjarenplan V&E was reeds sprake van plannen rondom de vervanging van de huidige verouderde expositie en intensievere samenwerking met andere eilander organisaties. Inmiddels zijn de plannen in een vergevorderd stadium. In § 7.2 zal nader ingegaan worden op de

toekomstige ontwikkelingen van het bezoekerscentrum.

2.5.2 Vereniging Natuurmonumenten

De Vereniging Natuurmonumenten is de beheerder van het Nationaal Park. Naast het beheren van het natuurgebied en participatie in het bezoekerscentrum houdt Vereniging Natuurmonumenten zich ook intensief bezig met communicatie en educatie. Zij neemt deel aan de Commissie V&E, verzorgt een eigen excursieprogramma in nauwe afstemming met het bezoekerscentrum, ontwikkelt communicatiemiddelen en heeft een belangrijke bijdrage in de voorlichting en PR over het Nationaal Park. Er vindt een nauwe samenwerking en afstemming plaats tussen de communicatiemedewerker van Vereniging Natuurmonumenten en de coördinator en medewerker V&E.

2.5.3 Vrijwilligerscollectief Schiermonnikoog

In 1979 werd het Vrijwilligerscollectief Schiermonnikoog (VC) opgericht. Het VC verzorgt de uitvoering van natuurexcursies in de zomermaanden en heeft een belangrijk aandeel in de vernieuwing van het excursieaanbod. Afstemming en coördinatie van de activiteiten van het VC geschiedt in samenwerking met het bezoekerscentrum. De Commissie V&E coördineert de bijscholing van de vrijwilligers. Jaarlijks worden door de vrijwilligers van het VC ruim 1.000 bezoekers over het eiland rondgeleid.

2.6 Wie communiceert?

Zoals eerder aangegeven zijn er veel verschillende partijen betrokken bij het Nationaal Park Schiermonnikoog. Met elkaar vormen zij het gezicht van het Nationaal Park. Het is dus van groot belang dat er afstemming plaatsvindt tussen de partners zodat er geen tegenstrijdige boodschappen over het park gecommuniceerd worden. Iedere organisatie heeft een eigen communicatiestrategie, eigen middelen en vooral eigen belangen. Er bestaat een spanningsveld tussen het Nationaal Park enerzijds en de belangen van de partnerorganisaties anderzijds. Dit communicatieplan is een hulpmiddel voor onderlinge afstemming tussen het Nationaal Park en de betrokken partners. Samen willen we werken aan het Nationaal Park Schiermonnikoog en de herkenbaarheid ervan voor de bezoeker. Het afsprakenkader zichtbaarheid geeft een richtlijn hoe hiermee omgegaan kan worden (bijlage II).

3. Doelgroepen in beeld

Het Nationaal Park kent een breed relatienetwerk waarmee wordt samengewerkt en/of waarvoor activiteiten en producten worden ontwikkeld. De organisaties waarmee wordt samengewerkt zijn in het vorige hoofdstuk al aan bod gekomen. Hieronder worden de externe doelgroepen op een rij gezet.

3.1 Externe doelgroepen

We onderscheiden de volgende doelgroepen:

- Bewoners:**
- inwoners
 - lokaal onderwijs
 - ondernemers
 - bestuurders
- Recreanten:**
- verblijfs- en dagrecreanten
 - natuurvorsers
 - gezinnen met kinderen
 - anderstaligen
 - minder mobiel
 - verstandelijke beperking
- Onderwijs:**
- basisonderwijs
 - voortgezet onderwijs

3.1.1 Bewoners

Schiermonnikoog heeft circa 950 inwoners en telt jaarlijks zo'n 275.000 bezoekers. De inwoners zijn dus relatief gezien in de minderheid. Toch zijn zij van groot belang voor het Nationaal Park. Zij vertegenwoordigen het eiland. Zij zijn de gastheren die jaarlijks zoveel bezoekers ontvangen. De afgelopen jaren is veel gedaan om de bewoners bij het Nationaal Park te betrekken. Er zijn informatie- en inspraakavonden gehouden, lezingen georganiseerd en de bewoners zijn via de lokale media op de hoogte gehouden van ontwikkelingen in het park. Daarnaast kent Schiermonnikoog de unieke situatie dat enkele vertegenwoordigers van de bevolking zitting hebben in het Overlegorgaan van het Nationaal Park. Binnen de groep bewoners kunnen we onderscheid maken in de volgende deeldoelgroepen:

Lokaal onderwijs

Schiermonnikoog heeft twee scholen, de basisschool 'Yn de mande' met circa 90 leerlingen en de Inspecteur Boelensschool (Basisvorming en vmbo) met zo'n 40 leerlingen. Beide scholen doen al geruime tijd met veel enthousiasme mee aan het scholennatuurplan van het

Nationaal Park. In dit project maken leerlingen kennis met de belangrijkste facetten van het park. Onder leiding van gidsen gaan zij het veld in, voeren opdrachten uit en doen practica. Het scholennatuurplan wordt georganiseerd in samenwerking met de Vereniging Natuurmonumenten. Er wordt naar gestreefd om alle leerlingen van het eiland vier maal per jaar een ochtend- of middagprogramma aan te bieden.

Bestuurders

Gemeentebestuurders en bestuurders van eilander verenigingen en organisaties actief op recreatief, sociaal-maatschappelijk en/of cultureel gebied hebben oog voor de belangen van het park. De status van Nationaal Park kan een positieve impuls geven aan de economisch-recreatieve waarde van het eiland. Door hen te informeren over het beheer en de argumenten voor bepaalde beleidskeuzes én door hen mee te nemen op excursie in het park wordt getracht hen nog meer bewust te maken van de natuurwaarden en de belangen van duurzaam recreatief gebruik.

Ondernemers

De meeste inwoners op Schiermonnikoog leven direct of indirect van het toerisme. Voor het Nationaal Park zijn met name de recreatieondernemers een belangrijke doelgroep. Zij staan in direct contact met de bezoekers en voorzien hen van de nodige informatie over het eiland. Zij zijn de gastheren. De recreatieondernemers zijn nog te weinig direct betrokken bij de voorlichting en educatie van het Nationaal Park. Ontwikkeling van arrangementen en het geven van een cursus gastheerschap krijgen de komende periode extra aandacht. Daarbij dient de nadruk te liggen op de kansen die het park hun biedt en hun belangrijke rol daarin als 'visitekaartje' van het park.

Inwoners

Voor de eilanders worden, zoals al eerder aangegeven, informatieavonden, lezingen en inspraakbijeenkomsten georganiseerd. Daarnaast publiceert het Nationaal Park zeer regelmatig artikelen in het veelgelezen tweewekelijkse dorpsblad 'De Dorpsbode'.



3.1.2 Recreanten

Het merendeel van de bezoekers van Schiermonnikoog komt voor rust, ruimte, natuur en afwisseling. Zij willen vooral onthaasten en genieten van de bijzondere natuurwaarden van het park. Voor de bezoekers heeft het Nationaal Park in de afgelopen jaren al veel producten en activiteiten ontwikkeld. Voor de komende periode zullen succesvolle projecten voortgezet worden, minder succesvolle zullen worden herzien of afgestoten en er zullen nieuwe projecten ontwikkeld worden. Hierbij zal vraaggericht te werk gegaan worden en wordt zoveel mogelijk worden ingespeeld op de actualiteit.

Verblijfs- en dagrecreanten

Schiermonnikoog heeft een totale overnachtingscapaciteit van circa 5.000 bedden. Aanbieders van overnachtingen zijn ondermeer hotels, eigenaren van vakantiehuisjes, groepsaccommodaties en de camping. In de PKB (Planologische Kern Beslissing) derde nota Waddenzee is bepaald dat er geen uitbreiding van het aantal overnachtingsplaatsen is toegestaan. Alle logiesvoorzieningen zijn in de zomermaanden vol en op een mooie zonnige dag komen er nog eens enkele duizenden dagrecreanten bij. Het voor- en naseizoen, met uitzondering van de schoolvakanties, bieden nog voldoende ruimte voor een stijging van het aantal bezoekers. Door recreatieondernemers wordt dan ook gestreefd om juist in deze periodes meer mensen aan te trekken.

Recreanten worden via verschillende kanalen geïnformeerd over het Nationaal Park en de activiteiten die georganiseerd worden. Ondermeer in het kwartaalblad Lytje Pole dat onder andere op de boot verkrijgbaar is, via Schiermonnikoog TV, de website Lytjepole.nl, de Eilander Paidwiizer, verspreiding van het wekelijkse excursieaanbod in het dorp en op de website van het Nationaal Park. Natuurlijk kunnen recreanten ook terecht in het bezoekerscentrum en bij de VVV. Toch blijkt het lastig dagrecreanten te bereiken. Vaak gaan zij vanaf de boot direct naar het strand en zien nauwelijks welke natuurwaarden het eiland nog meer te bieden heeft.

Natuurvorsers

De natuurgenieters en natuurvorsers zijn een welkome groep op het eiland en er is een ruim aanbod van het

Nationaal Park aan informatie en activiteiten voor deze groep. Een aanzienlijk deel van deze groep brengt zeer regelmatig een bezoek aan Schiermonnikoog vanwege de bijzondere natuurwaarden en de dynamiek van het landschap. Zij hebben behoefte aan meer specifieke informatie over de aanwezige soorten, de ecosystemen, klimaatsinvloeden, e.d. Bij ontwikkeling van nieuwe activiteiten en recreatieve voorzieningen dienen we er bij deze doelgroep rekening mee te houden dat er diepgang geboden wordt.

Gezinnen met kinderen

Ouders houden rekening met de wensen van hun kinderen. Als de kinderen plezier hebben dan hebben ook de ouders vakantie. Ze willen activiteiten ondernemen die voor het hele gezin leuk zijn en waar ze ook nog wat van opsteken. Ze willen vooral 'doen' en 'beleven'. Speciaal voor hen is de afgelopen jaren een fietstocht ontwikkeld en worden belevingstochten gehouden. Ook het jaarlijkse natuurtheater wordt goed bezocht. Bij de ontwikkeling van nieuwe producten voor deze doelgroep zal ook gebruik gemaakt worden van nieuwe digitale middelen.

Anderstaligen

De Waddeneilanden hebben ook internationaal gezien een reputatie als bijzonder natuurgebied. Niet voor niets heeft het waddengebied vorig jaar de status van Werelderfgoed gekregen (zie ook § 4.3.4). Onderzoek heeft uitgewezen dat van alle bezoekers aan Schiermonnikoog 18% afkomstig is uit Duitsland. Daarnaast zien we de laatste jaren ook steeds meer mensen die Franstalig of Engelstalig zijn. Er is al een en ander gedaan om de anderstaligen van informatie over het park te voorzien. Er is een brochure gemaakt, de teksten in de expositie zijn vertaald en enkele routes zijn ook in een Duitstalige versie verkrijgbaar. Ook wordt in het hoogseizoen vrijwel wekelijks een Duitse wadexcursie gegeven. Op aanvraag wordt voor groepen een excursie gegeven in het Engels, Duits of Frans. De website van het park is voorzien van vertalingen. Ook in de komende periode zal aandacht uitgaan naar buitenlandse gasten.

Minder mobiel

Vanwege de vergrijzing en de aantrekkingskracht die Schiermonnikoog op ouderen uitoefent wordt verwacht dat de doelgroep van minder mobiele mensen zal toenemen.

Inhoudelijk hebben zij geen aangepaste producten nodig. Fysieke aanpassingen zijn echter wel van belang. Het gebied, de paden en de gebouwen moeten toegankelijk zijn. De toeristenkaart is in 2005 al voorzien van symbolen voor rolstoeltoegankelijkheid. Op het strand zijn speciale strandrolstoelen beschikbaar en diverse locaties beschikken over aangepaste toiletvoorzieningen. Het park zal bij nieuwe projecten waakzaam zijn op speciale voorzieningen voor rolstoeltoegankelijkheid.

Mensen met een verstandelijke beperking

Mensen met een verstandelijke beperking komen doorgaans in groepsverband naar Schiermonnikoog. Regelmatig zijn zij ook lichamelijk gehandicapt. Bij ontwikkeling van activiteiten en producten voor deze doelgroep dient rekening gehouden te worden met toegankelijkheid en de vaak zeer uiteenlopende niveaus van ontwikkeling. Er zijn leskisten voor deze doelgroep ontwikkeld. Op aanvraag worden speciaal voor deze doelgroep ontwikkelde excursies georganiseerd.

3.1.3 Onderwijs

Schiermonnikoog ontvangt in het voor- en najaar vele scholen uit het hele land die een introductieweek of schoolkamp op het eiland houden. Vaak combineren zij ludieke activiteiten met educatie. Het Nationaal Park heeft voor hen een breed activiteitenpakket waaruit zij een keuze kunnen maken. Zo zijn er diverse excursieprogramma's door

de verschillende landschappen, kunnen zij een verkenningstocht maken door het bezoekerscentrum en kunnen zij onder begeleiding van een gids veldwerk verrichten. Als zij zelf de landschappen willen ontdekken is dat ook mogelijk. Het bezoekerscentrum stelt dan materialen beschikbaar om veldwerk te doen.

Basisonderwijs

Het grootste deel van de leerlingen uit het basisonderwijs dat Nationaal Park Schiermonnikoog aandoet zit in groep 7 of 8. Zij maken naar tevredenheid gebruik van bovenvermeld activiteitenaanbod. De komende jaren zal dit aanbod gehandhaafd blijven en daar waar nodig geactualiseerd worden.

Voortgezet onderwijs

Groepen uit het voortgezet onderwijs nemen deel aan bovenstaand excursieaanbod, waarbij de nadruk ligt op natuurbeleving en inzicht in natuurlijke verbanden en processen. Daarnaast worden met deze groepen beheersactiviteiten verricht zoals zwerfvuil ruimen of berken trekken. Ook is voor hen een scholenprogramma ontwikkeld door de Waddenzeeschool, dat door de bezoekerscentra op de waddeneilanden uitgevoerd wordt. Het is een driedaags veldwerkprogramma en omvat praktische opdrachten over diverse aspecten van de natuur, ecologie en maatschappelijke belangen in het waddengebied.



4. Missie en kerntaken

4.1 Missie

In het strategisch communicatieplan 2010-2014 van het SNP wordt de missie van de Nationale Parken als volgt verwoord:

De missie van de Nationale Parken is de bescherming van karakteristieke Nederlandse ecosystemen en het behoud en beheer van biodiversiteit in grote aaneengesloten natuurgebieden.

In een Nationaal Park moet de natuur beter af zijn dan wanneer een gebied deze toekenning niet heeft: betere ontwikkelingskansen en beschermingsmogelijkheden voor de aanwezige, bijzondere natuur in grote aaneengesloten terreinen. Met het predicaat Nationaal Park wordt een gebied als één geheel beheerd, ontwikkeld, ontsloten en gepromoot. Met de natuur én de bezoekers als winnaars.

4.2 Kerntaken

Vanuit de missie, die staat voor bescherming, behoud en duurzaam beheer van biodiversiteit, zijn voor de parken vier kerntaken geformuleerd.

1. Bescherming en ontwikkeling van natuur en landschap

Intensiveren van natuurbeheer en natuurontwikkeling, met als hoofddoelstelling: duurzame instandhouding, herstel en verdere ontwikkeling van natuurlijke en landschappelijke waarden, het bereiken van een hoge mate van compleetheid van de aanwezige ecosystemen en het versterken van natuurlijke processen.

2. Natuurgerichte recreatie

Bevorderen van natuurgerichte recreatie, waarbij het streven is een kwaliteitsverbetering te bereiken.

3. Educatie en voorlichting

Stimuleren van voorlichting en educatie: voorlichting en educatie zijn middelen om het beleid te realiseren. Een Nationaal Park heeft een voorbeeldfunctie voor voorlichting en educatie in het algemeen.

4. Onderzoek

Bevorderen van onderzoek, met als doel meer informatie te krijgen over aanwezige natuurwaarden, processen, of de recreatie. Monitoring is een belangrijk (maar niet het enige) aandachtsveld voor het onderzoek.

De natuurdoelstelling is overkoepelend. Zonder natuur is er ook geen mogelijkheid voor recreatie, voorlichting of onderzoek. In het BIP+ 2010-2022 worden de kerntaken voor Schiermonnikoog als volgt gespecificeerd:

4.2.1 Bescherming en ontwikkeling van natuur en landschap

Schiermonnikoog is een natuurlijk kustlandschap dat steeds verandert. Natuurlijke processen krijgen nog meer dan tot nu toe de ruimte om het eiland en het landschap te vormen, binnen de randvoorwaarde van veiligheid.

4.2.2 Natuurgerichte recreatie

Schiermonnikoog biedt mensen volop ruimte om het eiland en de natuur te beleven. Vaste voorzieningen (horeca, voorlichting & educatie en sport) passen alleen in de directe omgeving van de polder, het dorp en de Badweg. Schade aan de natuur (processen en soorten) en hinder voor andere mensen worden vermeden. Vormen van recreatie die leiden tot schade aan de natuurdoelen of die overlast geven voor medemensen worden beperkt tot een deel van het eiland of helemaal geweerd.

4.2.3 Educatie en voorlichting

Voorlichting geeft het eiland zelf, doordat mensen het eiland beleven. Ondersteunend aan die beleving is er voorlichting en educatie voor bewoners, individuele bezoekers en groepen. In paragraaf 4.4 wordt nader ingegaan op de communicatiedoelen.

4.2.4 Onderzoek

Schiermonnikoog is als relatief natuurlijk stuk Nederland een waardevol eiland voor onderzoek. Schiermonnikoog toont bijvoorbeeld hoe de Nederlandse kust ooit is ontstaan. Onderzoek krijgt de ruimte en wordt aangemoedigd.

De onderzoeken in het Nationaal Park worden door het CCWO (Coördinatie College Wetenschappelijk Onderzoek) op elkaar afgestemd. In het CCWO zijn de vergunningverstrekkers (Ministerie van LNV, provincie en gemeente), de terreinbeheerders (Natuurmonumenten en Rijkswaterstaat) en de onderzoekers (Rijks Universiteit Groningen, Vrije Universiteit, Vogelringstation Schiermonnikoog, Calidris, Werkgroep Lepelaar) vertegenwoordigd. Twee keer per jaar vindt een afstemmingsoverleg plaats. Iedereen weet hierdoor van elkaar welk onderzoek plaatsvindt, waar dit gebeurt en welke vergunningen ervoor nodig zijn. Op deze manier wordt bijvoorbeeld voorkomen dat onderzoekers elkaar in de weg zitten of dat onderzoek plaatsvindt in een gebied of tijd

waarin de natuur schade zou kunnen ondervinden. Ook wordt in het CCWO besproken welke onderzoeken gepubliceerd moeten worden.

4.3 Landelijke communicatiestrategie

Het SNP heeft voor de komende jaren een toekomstvisie voor de twintig Nationale Parken ontwikkeld. Het SNP stelt zich voor de komende jaren ten doel het stelsel van Nationale Parken conform de identiteit op nationaal niveau te profileren.

4.3.1 Identiteit

De identiteit van de Nationale Parken kan als volgt worden omschreven:

‘De twintig Nationale Parken vertellen het verhaal van de Nederlandse natuur. Elk park wordt gekenmerkt door een karakteristiek Nederlands natuurlandschap met bijzondere planten en dieren. Het zijn gebieden met een aantoonbaar hoge natuurkwaliteit, die toegankelijk zijn en waar bezoekers welkom zijn, waar een aansprekend pakket aan educatieve producten wordt aangeboden en waar bezoekers kunnen genieten van rust, ruimte en voorzieningen zonder de natuurdoelstelling van het gebied te schaden. Alle betrokken partijen bij het park werken met elkaar samen om dit beeld vorm te geven.’

4.3.2 Kernboodschap

De Nationale Parken hebben alle een gezamenlijke kernboodschap, die is afgeleid van de identiteit van de parken. Deze boodschap luidt:

‘De twintig Nationale Parken in Nederland vertellen het verhaal van de Nederlandse natuur. Wij nodigen u van harte uit om te genieten van stilte en schoonheid en om de prachtige, uitgestrekte en bijzondere natuur te beleven en te leren kennen. We vertegenwoordigen samen de verschillende karakteristieke ecologische gebieden die Nederland rijk is.’

Deze boodschap dient als inhoudelijke basis voor wervende en gerichte communicatie-uitingen, die aansluiten bij de behoeftes, waarden en beleving van het publiek. Op wat zij belangrijk vinden en wat hen aanspreekt.

4.3.3 Strategische communicatiedoelen

Kort samengevat kan de landelijke communicatiestrategie van het SNP voor de komende jaren vertaald worden naar drie strategische communicatiedoelen:

1. Het faciliteren en stimuleren van de Nationale Parken om de identiteit van ‘Nationaal Park’ als herkenbaar kwaliteitskeurmerk neer te kunnen zetten.
2. Zorgen voor draagvlak voor de doelen van de Nationale Parken bij partners en bestuurders die betrokken zijn bij de Nationale Parken.
3. Het begrip ‘Nationaal Park’ en bijbehorende identiteit bij het Nederlandse publiek overbrengen en het draagvlak voor (bescherming van de) natuur bevorderen.

4.3.4 Werelderfgoed

In juni 2009 werd de Waddenzee door Unesco uitgeroepen tot werelderfgoed. Het is daarmee opgenomen in de rij van unieke natuurgebieden als het Great Barrier Reef en de Grand Canyon. Dit betekent een enorme waardering voor een van de grootste getijdengebieden ter wereld. Het gebied beslaat zo'n 30% van de Nederlandse, 60% van de Duitse en 20% van de Deense kust. In totaal liggen in het gebied wel vijftig eilanden en grote zandplaten. Dat deze beschermde gebieden werelderfgoed zijn geworden, is vooral een bekroning van de jarenlange inzet van veel bewoners, organisaties en overheden voor het gebied. Daar waar van toepassing zal de status van werelderfgoed zichtbaar zijn in de communicatie-uitingen van het Nationaal Park.

4.3.5 Natura 2000

De Europese Unie heeft een zeer gevarieerde en rijke natuur, die van grote biologische, esthetische en economische waarde is. Om deze natuur te behouden heeft de Europese Unie het initiatief genomen voor Natura 2000. Dit is een samenhangend netwerk van beschermde natuurgebieden. Voor Nederland gaat het in totaal om 162 gebieden, waaronder Schiermonnikoog.

*Samenwerken,
betrokken zijn,
en vernieuwen...
Dat zijn onze
kernwaarden*



5. Communicatiestrategie

Nationaal Park Schiermonnikoog

5.1 Communicatiedoelen

De kernboodschap van de gezamenlijke Nationale Parken zal de basis zijn voor de communicatie-uitingen van Nationaal Park Schiermonnikoog. Het levert hiermee een bijdrage aan het uitdragen van de identiteit van het stelsel van Nationale Parken. Ook zal de communicatie zich richten op het uitdragen van de status van Werelderfgoed en versterking van draagvlak voor natuurbeheer en de doelen en maatregelen van Natura 2000. Daarnaast heeft het park nog een aantal parkspecifieke communicatiedoelen geformuleerd. De doelstellingen voor de periode 2011-2015 zijn:

1. Stimuleren van beleving van de belangrijkste natuur- en landschapswaarden van het eiland: rust, ruimte, afwisseling en biodiversiteit. De natuur is bereikbaar, toegankelijk en er zijn leuke en uitdagende natuuractiviteiten te doen.
2. Vergroten van kennis, inzicht en bewustwording van de natuurwaarden en het belang van natuurbescherming en -herstel op zowel lokaal, regionaal, nationaal als internationaal niveau, inclusief de doelen en maatregelen vanuit Natura 2000 (in het bijzonder biodiversiteit, natuurlijke processen en dynamiek).
3. Versterken van het draagvlak door bewoners en bezoekers te betrekken bij beleidsontwikkeling en beheer van het Nationaal Park en Natura 2000 doelen en maatregelen.
4. Vergroten van inzicht in de veranderende vraag in overleg met de doelgroepen.
5. Bijdragen aan het uitdragen van de gezamenlijke identiteit van het stelsel Nationale Parken.

De doelstellingen zijn voornamelijk gericht op het verwerven van kennis en inzicht, bewustwording, het stimuleren van betrokkenheid en inspelen op de veranderende vraag en actualiteit. Door regelmatige evaluaties en metingen kan worden vastgesteld of de doelen worden behaald.

5.2 Communicatiestrategie Nationaal Park Schiermonnikoog

Hoe kunnen we er nu voor zorgen dat de communicatiedoelstellingen ook behaald worden? De strategie die hieronder uiteengezet is geeft een globale indicatie van de terreinen waarop we de komende jaren willen inzetten.

5.2.1 Stimuleren van beleving

van natuur- en landschapswaarden

Een maatschappelijke trend die zich de afgelopen jaren sterk heeft gemanifesteerd is het verschijnsel 'beleving'. Mensen willen niet alleen kennis vergaren door te luisteren, te lezen of te aanschouwen, maar vooral ook door zelf te ontdekken en te doen. De afgelopen jaren is sterk ingezet op de ontwikkeling van producten en activiteiten gericht op natuurbeleving. Voor de komende periode is natuurbeleving wederom een speerpunt in de communicatie en educatie van het Nationaal Park.

Strategie: behoud, uitbreiding en innovatie van het producten- en activiteitenaanbod.

Middelen: excursies, wandel- en fietsroutes, activiteiten in de natuur, recreatieve voorzieningen

Borging kwaliteit: door middel van directe dialoog, evaluaties en enquêtes na afloop van excursies en regelmatige kwaliteitsmetingen.

5.2.2 Vergroten van kennis, inzicht en bewustwording

van de natuurwaarden

Een natuurgebied mag nog zo uniek zijn, als je niet weet wat je ziet spreekt het veel minder aan dan wanneer je in de gelegenheid gesteld wordt je te laten informeren over het wat en hoe van het gebied waarin je je bevindt.

Strategie: Het Nationaal Park verricht verschillende activiteiten om het publiek te informeren over het beleid en beheer van de gebieden. Daarnaast kunnen bezoekers en bewoners terecht in het bezoekerscentrum met vragen en om hun kennis te vergroten. In de komende jaren zullen het bezoekerscentrum en de expositie vernieuwd worden. In de expositie zullen inzicht en bewustwording in processen en natuurwaarden sterk benadrukt worden (zie § 7.2). Er zal ook aandacht uitgaan naar anderstaligen.

Middelen: expositie bezoekerscentrum, publieksinformatie, lezingen, excursies

Borging kwaliteit: door middel van directe dialoog, evaluaties en enquêtes na afloop van excursies en regelmatige kwaliteitsmetingen.

5.2.3 Versterken van het draagvlak

onder bewoners en bezoekers

Draagvlak onder bewoners

De bewoners van Schiermonnikoog voelen zich verbonden met hun eiland en willen zeggenschap over hun eiland houden. Als er goed contact is tussen mensen met verschillende belangen blijken de inhoudelijke discussie en de besluitvorming beter te verlopen. Respect voor elkaars standpunten, vertrouwen en aandacht zijn hierbij van wezenlijk belang.

De laatste jaren is er mede dankzij de samenwerking in Nationaal Parkverband meer vertrouwen gegroeid tussen eilanders en mensen van buiten (Natuurmonumenten, provincie, ministeries). Goede communicatie blijft voortdurend de aandacht vragen.

Strategie: De dialoog met de bewoners zal worden voortgezet. Vertegenwoordigers van organisaties moeten aanspreekbaar zijn voor eilanders. Zij moeten hun gezicht laten zien, aanwezig zijn op vergaderingen, zich in het eiland willen verdiepen. Zij moeten eilanders en hun belangen zichtbaar in de besluitvorming betrekken, in begrijpelijke taal uitleggen wat ze willen en wat het voor het eiland betekent. Het Nationaal Park zal ook de komende jaren informatieavonden en inspraakavonden voor de bewoners organiseren. Daarnaast gaat extra aandacht uit naar een goede terugkoppeling van de resultaten. Als bewoners ondervinden dat hun stem gehoord wordt zullen zij zich meer betrokken voelen bij het beheer en behoud van het Nationaal Park.

Middelen: inspraakavonden, informatieavonden, regelmatige communicatie over beheer, behoud en activiteiten in lokale media, o.a. Dorpsbode.

Borging kwaliteit: door middel van evaluatie en nulmeting.

Draagvlak onder bezoekers

In de kernboodschap van de parken staat verwoord dat de parken toegankelijk zijn. Bezoekers kunnen genieten van de stilte en schoonheid en de prachtige natuur beleven. In het Beheer- en Inrichtingsplan plus van Nationaal Park Schiermonnikoog staat beschreven dat mensen zoveel mogelijk van het eiland moeten kunnen genieten: zo min mogelijk beperkingen in tijd en ruimte, zo min mogelijk hekken en borden.

Strategie: Het park mag gebruikt, maar zeker niet misbruikt worden. Voor de bezoekers moet duidelijk zijn wat er allemaal in het park kan en wat niet. Het accent moet daarbij liggen op wat er wel kan. Daarnaast moet uitgelegd worden waarom bepaalde zaken niet kunnen. Goede communicatie speelt hierin een cruciale rol.

Middelen: gedragsfolder, bebording, publieksinformatie, lezingen

Borging kwaliteit: toezicht, directe dialoog

5.2.4 Vergroten van inzicht in de veranderende vraag in overleg met de doelgroepen

Jaarlijks ontvangt Schiermonnikoog circa 275.000 bezoekers. Een groot deel hiervan heeft het eiland al eens eerder bezocht en komt terug. Op zoek naar de authenticiteit en nostalgie van het eiland. Er komen ook steeds meer nieuwe doelgroepen die op zoek zijn naar andere recreatieve activiteiten in de natuur. Zij willen meer actie en vermaak. Het huidige activiteitenaanbod is niet meer toereikend. Het park dient deze ontwikkelingen nauw te volgen en waar mogelijk hierop in te spelen met innovatieve producten. Het kan natuurlijk ook voorkomen dat bepaalde activiteiten slechts op daartoe aangewezen locaties zijn toegestaan. Dit moet dan duidelijk gecommuniceerd worden aan de bezoeker.

Strategie: Introductie van innovatieve activiteiten en kwaliteitsverbetering van de huidige producten zullen de komende jaren de boventoon voeren. Dat kan het Nationaal Park niet alleen. Er zal intensiever moeten worden samengewerkt met partners op het gebied van beheer en ontwikkeling, maar vooral ook met toeristisch recreatieve organisaties.

Middelen: Onderzoek naar behoeften onder recreanten in samenwerking met ondernemers, ontwikkeling van innovatieve producten, communicatiemiddelen, waarbij aandacht ook gericht wordt op multimediale toepassingen, ontwikkeling van arrangementen in samenwerking met ondernemers

Borging kwaliteit: uitvoering pilot-project alvorens aanbod voor brede doelgroep, directe dialoog, evaluatie en enquête

5.2.5 Uitdragen van de gezamenlijke identiteit van het stelsel Nationale Parken

Zoals eerder in dit hoofdstuk beschreven richt de communicatiestrategie van het SNP zich de komende jaren op het uitdragen van de gezamenlijke identiteit van het stelsel van Nationale Parken. Alle parken zullen hieraan hun bijdrage leveren, zo ook Nationaal Park Schiermonnikoog.

Strategie: In communicatie-uitingen zullen het logo en de huisstijl van het Nationale Parkenstelsel duidelijk zichtbaar zijn. Bij producten of voorzieningen waarbij zowel de beheerder als het Nationaal Park betrokken zijn zal zoveel mogelijk gestreefd worden naar dual branding, dat wil zeggen dat beide logo's op deze producten zichtbaar zijn. Daar waar relevant zullen de collega-parken genoemd worden.

Middelen: logo en huisstijl, website, bebording, brochures, expositie bezoekerscentrum

Borging kwaliteit: bewaking toepassing huisstijl door regelmatige controle.

5.3 Visie

De communicatiedoelen en –strategie zijn uiteengezet. Maar wat is nu de essentie van het communicatiebeleid van het Nationaal Park? Wat ligt eraan ten grondslag? De kernwaarden zijn als volgt geformuleerd:

Samenwerken

Met elkaar, het park, de partners en de ondernemers op het eiland, zorgen we ervoor dat Schiermonnikoog een beleving is van ruimte en rust, afwisseling, ontspannen en genieten, voor nu en in de toekomst.

Betrokken

De mensen die voor en samen met het Nationaal Park werken voelen zich verbonden met het eiland en het park. Ze zijn gemotiveerd en trots op het Nationaal Park, de flora en fauna en de activiteiten.

Vernieuwend

Modern, passend bij deze tijd, de trend volgend. Daarbij wel rekening houdend met de authenticiteit en kleinschaligheid van het eiland.



6. Terugblik meerjarenplan V&E 2006-2010

Het vorige meerjarenplan voorlichting & educatie dateerde van 2006 en had een looptijd van vijf jaar. Het plan diende, evenals het eerste meerjarenplan, als kapstok voor de jaarprogramma's voorlichting en educatie. Het meerjarenplan 2006-2010 nam de verschillende doelgroepen als uitgangspunt voor de daaropvolgende beleidskeuzes en doelstellingen. Deze werden vervolgens vertaald in concrete producten en activiteiten waaraan een tijdsplanning werd gekoppeld. Dit gold voor zowel bestaande producten die continu aandacht behoeften als nieuwe producten die nog ontwikkeld moesten worden.

6.1 Welke doelen zijn bereikt?

Samengevat omvatte het meerjarenplan 2006-2010 de volgende doelstellingen:

1. Beleving van de belangrijkste natuurwaarden: ruimte, rust, afwisseling en massaliteit.
2. Kennis en inzicht verwerven in de belangrijkste grotere concepten: onderlinge verbanden, dynamiek, afweging van belangen in nationale en internationale context.
3. De afstand tussen mens en natuur is zo klein mogelijk.
4. De doelgroepen worden goed geïnformeerd over actualiteiten.
5. De doelgroepen zijn op de hoogte van de in het park geldende gedragsregels.

Er is hard gewerkt om deze doelen te realiseren. Er is ook veel bereikt. Vooral op het gebied van natuurbeleving en het overdragen van kennis en inzicht is sterk ingezet. Er zijn nieuwe programma's ontwikkeld waarin beleving van de natuurwaarden een centrale rol vervullen. Zo laat het Earth Education programma de verschillende doelgroepen op een avontuurlijke manier kennismaken met de verschillende natuurfenomenen die je in de landschappen op het eiland aantreft. Vragen als 'waarom kleurt 's avonds de horizon rood? wie geeft er iedere avond een concert in de duisternis?' en 'waarom liggen er allemaal kleine sliertjes lichter gekleurd zand op het wad?' worden beantwoord door de verschillende zintuigen te gebruiken.

6.2 Wat is er gerealiseerd?

Naast het Earth Education programma is er nog een aantal andere succesvolle voorzieningen en activiteiten gerealiseerd, ondermeer:

– Vogelkijkhut aan de Westerplas: Schiermonnikoog is in 2006 tijdens het NCRV-programma 'De mooiste plek van Nederland' door het publiek verkozen tot winnaar. De prijs bestond mede uit een geldbedrag waarmee de basis kon worden gelegd voor de realisatie van een vogelkijkhut aan de Westerplas. In het voorjaar van 2008 werd de hut geplaatst.

Tijdens vogelexcursies georganiseerd door het bezoekerscentrum wordt ook altijd een bezoek gebracht aan de vogelkijkhut.

– Fiets-ontdektocht 'De 7 schatten van Schiermonnikoog': Speciaal voor gezinnen met kinderen is een ontdektocht samengesteld waarin kinderen op zoek gaan naar de schatten van het eiland en een aantal leuke opdrachten kunnen doen.

– Nieuwe excursies voor kinderen: Omdat er steeds meer vraag kwam naar speciale activiteiten voor kinderen zijn enkele nieuwe excursies ontwikkeld. Het vrijwilligerscollectief geeft in de zomermaanden ondermeer de excursie Bosgeheimen, waarin zij met kleuters het bos en de duinen in gaan. Onderweg komen zij bijzondere duinbewoners tegen en worden de diepste geheimen gedeeld. Voor de 'verzamelaars' in de leeftijd van 7 tot 12 jaar is er de Jutten4kidz. Onder begeleiding van een gids gaan de kinderen met al hun strandvondsten een eigen kunstwerk maken.

– In samenwerking met en onder begeleiding van Vereniging Natuurmonumenten kunnen scholieren en vrijwilligers meehelpen in het beheer op het eiland. Zij kunnen ondermeer zwerfvuil verzamelen en berken trekken. Ook is er veel aandacht uitgegaan naar de communicatie met de bewoners van het eiland en zijn zij geïnformeerd en actief betrokken bij de ontwikkeling van het nieuwe BIP+.

6.3 Wat heeft extra aandacht nodig?

Ondanks alle inzet van de afgelopen jaren zijn ook enkele voornemens niet uitgekomen. Het oprichten van een jeugdnatuurclub is uitgebleven. Daarentegen volgen alle leerlingen van de lokale scholen een scholen-natuurprogramma, waarin zij vier maal per jaar het veld in gaan. Daarnaast moeten we constateren dat het lastig is de dagrecreanten te bereiken. Er is een speciale strandfolder ontwikkeld voor de dagrecreanten en er wordt informatie vertoond op de boot door middel van tv-schermen en het kwartaalblad Lytje Pole. Het is moeilijk meetbaar in hoeverre dit effectief is.

In het vorige meerjarenplan stond vermeld dat de samenwerking met recreatieve ondernemers en verenigingen moeizaam verliep. Ondanks een aantal

inspanningen moeten we constateren dat op het gebied van communicatie, promotie en voorlichting over het eiland en het Nationaal Park nog onvoldoende onderlinge afstemming plaatsvindt en te weinig wordt samengewerkt. In de komende periode zal hier extra aandacht aan besteed worden.

Een belangrijk gegeven is dat er in ieder geval sinds januari 2010 weer een coördinator V&E op het eiland is. Gedurende 2,5 jaar heeft het park gewerkt met een coördinator 'op afstand', die een gering aantal uren beschikbaar had. De basisopdracht beperkte zich tot uitvoering geven aan de lopende zaken. Het gevolg hiervan was dat het jaarplan conform planning werd uitgevoerd, maar dat er slechts weinig tijd beschikbaar was voor vernieuwing van activiteiten.



7. Nieuwe ontwikkelingen

In dit hoofdstuk worden twee actuele ontwikkelingen uitgelicht die een grote impact hebben op de communicatie en educatie van Nationaal Park Schiermonnikoog. Dit zijn het nieuwe Beheer- en Inrichtingsplan en het nieuwe multifunctionele centrum De Promenade.

7.1 Beheer- en Inrichtingsplan plus

Het afgelopen jaar is volop gewerkt aan een nieuw Beheer- en Inrichtingsplan (BIP+) voor Nationaal Park Schiermonnikoog. De 'plus' staat voor onderdelen uit het Natura2000 Beheerplan, die direct worden geïntegreerd in het BIP+. De looptijd van het BIP+ is 12 jaar. Vanuit de visie dat natuurlijke processen het eiland vormen zijn vier deelgebieden benoemd. Elk met een eigen beheerstrategie, van weinig menselijke invloed naar een intensiever beheerd cultuurlandschap rond het dorp. Deze keuzes vormen de basis voor een duidelijke informatievoorziening naar de inwoners en bezoekers van het eiland.

Voorlichting over de beheerstrategie richt zich in eerste instantie op het informeren van de bevolking en andere betrokkenen over de gevolgen van te nemen beheermaatregelen. In begrijpelijke taal wordt verteld wat er onderzocht is of zal worden en welke resultaten dat oplevert. Al tijdens het totstandkomingsproces van het BIP+ is voor de bewoners en andere belangstellenden een aantal voorlichtingsavonden georganiseerd. Hierin is hun verteld wat er allemaal bij een nieuw Beheer- en Inrichtingsplan plus komt kijken en welke maatregelen of onderzoeken voor de komende periode van 12 jaar gepland zijn. Ook in de komende jaren zullen regelmatig informatieavonden gehouden worden en verschijnen artikelen in de lokale pers.

Begrazing, jacht en dynamisch duin- en kustbeheer zijn onderwerpen die in de komende periode de nodige aandacht vragen en een heldere communicatiestrategie vergen. Ook zal in het kader van het BIP+ in de komende jaren nog een aantal beheermaatregelen nader uitgewerkt worden.

7.2 De Promenade en het nieuwe bezoekerscentrum

Voor alle producten en activiteiten geldt dat actualisering en vernieuwing ervan een altijddurende aandacht vragen. Op Schiermonnikoog speelt in dit verband een grote toekomstige ontwikkeling, namelijk die van een 'Bezoekerscentrum Nieuwe Stijl', ook wel genoemd 'De Promenade'. Reeds sinds 1999 leeft de gedachte om een nieuw bezoekerscentrum te realiseren. Inmiddels zijn de plannen ver gevorderd en zal er een multifunctioneel centrum komen waarin diverse eilander organisaties zich zullen vestigen en met elkaar gaan samenwerken. Enerzijds is dit ingegeven doordat de organisaties het op zichzelf financieel niet meer kunnen bolwerken, anderzijds kan door intensieve samenwerking de positie van de organisaties versterkt worden en kunnen gezamenlijke nieuwe, innovatieve projecten ontwikkeld worden.

In de Promenade zal niet alleen getoond worden wat er zich in de natuur afspeelt, maar maken de bezoekers ook kennis met de maritieme geschiedenis en cultuurhistorie van het eiland. Omdat Schiermonnikoog een hoog percentage regelmatig terugkerende gasten kent zullen naast een vaste expositie ook regelmatig wisselende, thematische exposities gehouden worden. Hieraan zullen alle participanten een aandeel in de inhoudelijke invulling leveren.

Bij de ontplooiing van nieuwe activiteiten staat de volgende visie centraal:

- Inspiratie: vanuit rust naar inspiratie
 - Innovatie: modern, toekomstgericht, vernieuwend, ruim en helder
 - Informatief: leerzaam, niet belerend, gericht op het ontdekken van verbanden, van fragmenten naar beelden
 - Interactief: vraaggerichte informatie, over vele sectoren op verschillend niveau en met behulp van de modernste technieken
 - Integratie: één met het landschap, één met het dorp, stimulerend tot samenwerking, voortdurend in beweging.
- Het Nationaal Park is zowel inhoudelijk als financieel als partner betrokken bij de ontwikkeling van de Promenade.

Het park heeft een aantal voorwaarden geformuleerd:

- Het centrum moet hét informatiepunt zijn voor de natuur. Er wordt publieksvoorlichting gegeven, er vinden educatieve programma's plaats en bezoekers kunnen zelf op ontdekkingsstocht gaan in de expositie. Kortom, het is een kenniscentrum over de natuur op Schiermonnikoog.
- De vaste expositie dient een onderdeel over natuur en landschap te omvatten van minimaal 60m². Dit gedeelte is gratis toegankelijk.
- De kernboodschap en identiteit van het stelsel van Nationale Parken moeten duidelijk zichtbaar zijn in zowel de expositie als in diverse communicatie-uitingen.
- De Promenade dient in de zomermaanden een verblijfsvoorziening te treffen voor de leden van het Vrijwilligerscollectief.

De Promenade is voor Schiermonnikooger begrippen een groot en groots project. Naar het zich laat aanzien zal de daadwerkelijke realisatie en invulling ervan in de komende jaren plaatsvinden. Het Nationaal Park is en blijft nauw betrokken bij de ontwikkelingen.



8. Activiteiten

8.1 Basis- en pluspakket communicatie en educatie

Het IVN heeft in 2004 in samenspraak met het SNP een 'Basispakket communicatie en educatie Nationale Parken' ontwikkeld. Het basispakket omvat een gegarandeerd en gelijkwaardig basisaanbod van producten, activiteiten en voorzieningen op het terrein van communicatie, voorlichting en educatie in de Nationale Parken. Het basispakket is een document voor uitvoering door alle partners die zich bezighouden met communicatie, voorlichting en educatie over het eigen park of over het stelsel: coördinatoren V&E, medewerkers V&E, de terreinbeherende organisatie, secretarissen en het SNP.

In 2007 is na een evaluatie een pluspakket toegevoegd. Het pluspakket is facultatief en dient om ruimte en stimulans te geven aan vernieuwing. Na verloop van tijd verschuiven succesvolle en opgeschaalde pilotprojecten vanuit het pluspakket door naar het (dan weer nieuwe) basispakket. In 2010 is het basis- en pluspakket geëvalueerd en op enkele punten herzien (zie bijlage III). De belangrijkste wijzigingen en aandachtspunten in het nieuwe basis- en pluspakket zijn:

- Meer invulling geven aan strategische communicatie: cyclus van planning – uitvoering – evaluatie – herziening
- Meer aandacht voor kwaliteitszorg
- Meer gebruik van nieuwe digitale media
- Accent leggen op aandacht voor lokaal draagvlak, voor een breed publiek en voor omwonenden, minder aandacht voor 'natuurvorsers'.
- Aanscherping educatie onderwijs: elke basisschoolleerling moet tenminste 1x in zijn schoolcarrière hebben deelgenomen aan een scholenprogramma over het Nationaal Park.
- Verwerven van innovatieve landelijke samenwerkingsprojecten die bijdragen aan de naamsbekendheid van de Nationale Parken.

Het nieuwe Basis- en pluspakket communicatie en educatie 2011-2015 vormt de basis van het activiteiten aanbod voor alle parken, zo ook voor Schiermonnikoog. In de activiteitenmatrix (§ 8.4) wordt het aanbod nader uitgewerkt.

8.2 Innovatie en ontwikkeling

Voordat we overgaan naar het totale activiteiten aanbod worden in deze paragraaf nog enkele nieuwe activiteiten en producten nader toegelicht.

8.2.1 Nieuwe media

Een van de speerpunten van de nieuwe strategie van de landelijke Nationale Parken is inspelen op de ontwikkelingen van de nieuwe digitale media. Een gebruiksvriendelijke, duidelijke en fraaie website is een eerste voorwaarde. De huidige website zal in het najaar 2010 een nieuw gezicht krijgen. Een gezicht dat past bij de nieuwe huisstijl van de Nationale Parken. De nieuwe website zal niet alleen voor bezoekers van de site aantrekkelijk en toegankelijk zijn, maar zal ook in het beheer redelijk eenvoudig te bedienen zijn.

De nieuwe website bevat een module die het mogelijk maakt een digitale nieuwsbrief te ontwikkelen en te verspreiden. Een doeltreffend middel om informatie over het Nationaal Park, de activiteitenkalender en nieuws uit de natuur ieder kwartaal bij de doelgroep te krijgen. Social media, zoals twitter, zullen ook onderdeel uitmaken van de vernieuwing. Het park heeft inmiddels een twitteraccount. Actuele waarnemingen, parknieuws, bijzondere activiteiten, lezingen of bijzondere excursies kunnen gedeeld worden via twitter. Belangrijk hierbij wel is dat het medium zeer regelmatig gevoed wordt.

Ook de ontwikkeling van een GPS-route of applicatie voor de PDA zal in de komende periode aandacht krijgen. Daarvoor dient allereerst een inventarisatie plaats te vinden van de reeds aanwezige gedigitaliseerde routes en applicaties.

8.2.2 Beleefnatuur

Natuurbeleving is een van de communicatie doelen van het Nationaal Park. Dit kan op vele manieren. Door het geven van excursies, het organiseren van leuke recreatieve activiteiten, een tocht met de huifkar of een fietstocht door de landschappen. Het bezoekerscentrum organiseert tal van leuke activiteiten om de natuur zelf te ontdekken. Jaarlijks organiseert het Nationaal Park een aantal theatervoorstellingen in de natuur. De voorgaande jaren hebben Kabouter Pierelier en Theater Suer op het programma gestaan. De komende periode zal naast het reguliere programma een pilot-programma plaatsvinden, waarin jongeren die op het eiland verblijven onder leiding van een dramadocent zelf een theatervoorstelling zullen maken en uitvoeren.

Een ander project waarbij het beleven van de natuur gecombineerd wordt met spel is een speelbos. De Stichting Speelbos realiseert in samenwerking met de Vereniging Natuurmonumenten een speelbos op het Hazewetje. Onderhoud en innovatie van het speelbos zullen in de komende jaren blijvend aandacht vergen. In samenwerking met Natuurmonumenten zal het Nationaal Park hierin participeren.

8.2.3 Profilering

De landelijke strategie van de Nationale Parken draait om het uitdragen van het merk Nationaal Park. Alle parken hebben hierin hun aandeel, zo ook Schiermonnikoog. We zullen dat de komende jaren doen door naast naamsvermelding op de huidige producten een aantal nieuwe activiteiten en communicatiemiddelen te ontwikkelen. Onder andere het organiseren van evenementen die aansluiten op de actualiteit. Zo is het in 2011 'Het jaar van de vrijwilliger'. Een mooie gelegenheid om de vrijwilligers van het Vrijwilligerscollectief en de Vereniging Natuurmonumenten te bedanken voor hun inzet in het park. Jaarlijks zal er minimaal één evenement door het Nationaal Park georganiseerd worden.

Vanaf 2011 zal het Nationaal Park Schiermonnikoog, evenals een groot aantal andere parken, een eigen magazine gaan uitgeven. Het streven zal zijn om twee nummers per jaar te laten verschijnen, een in het laagseizoen en een dubbeldik nummer in het hoogseizoen. Het magazine is bedoeld voor alle doelgroepen en bevat ondermeer artikelen over het beheer, actuele ontwikkelingen en bijzondere waarnemingen, informatie over onderzoek, informatie voor bezoekers aan het park, een evenementenagenda en een doepagina voor kinderen. Ondernemers kunnen adverteren in het magazine. Onderzocht zal worden of een verkorte versie van het magazine, inclusief een evenementenagenda, ieder kwartaal als kleurenkatern in de Lytje Pole opgenomen kan worden.

8.2.4 Opschaling projecten andere Nationale Parken

In verschillende Nationale Parken zijn de afgelopen jaren nieuwe projecten gestart die ook op Schiermonnikoog kunnen worden uitgevoerd. In een van deze projecten, Rondje Noordelijke Parken, is Schiermonnikoog al partner. Twee andere projecten kunnen in de komende periode geïntroduceerd worden.

Het project 'Rondje Noordelijke Parken' bestaat uit een route (digitaal en in boekvorm) die de zeven noordelijke Nationale Parken aandoet en zoveel mogelijk de ecologische hoofdstructuur volgt. Ook Nationaal Park Schiermonnikoog is onderdeel van de route. In de parken worden drie wandel-, fiets- of kanoroutes aangeboden en suggesties gedaan voor horeca- en verblijfgelegenheden, die zo veel mogelijk volgens het 'slow-principe' werken. Dit betekent dat het eten goed moet smaken, dat het zonder schade voor de leefomgeving, het dierenwelzijn en de gezondheid is geproduceerd en dat producenten een eerlijke vergoeding krijgen voor hun werk. De route wordt beschreven volgens het concept van een reisverhaal. Niet alleen mensen die daadwerkelijk van plan zijn om (delen van) het rondje te gaan beleven, zullen profiteren van het boek hebben. Ook de doelgroep die het leuk vindt om reisverhalen te lezen zonder daadwerkelijk op pad te gaan kan ervan genieten. Door ook een kinderboek te schrijven zal het gehele concept zeer aantrekkelijk zijn voor de doelgroep gezinnen met (jonge) kinderen. Door de uitstraling die het product zal krijgen, zal het een boek worden dat je moet hebben.

'De kinderen van nu zijn de beslissers van de toekomst'. Om de relatie jeugd en natuur te versterken is het programma 'Woordvoerders van de Natuur' ontwikkeld. Kinderen uit het basisonderwijs, groep 7 en 8, vertellen een verhaal over hun eigen ervaringen in de natuur. Dit doen ze door in de huid te kruipen van een onderzoeker, een activist, een journalist of een andere beroepskracht. Zij ontdekken in deze rol zelf de kwaliteiten van het natuurgebied, ervaren wat het met hen doet en wat zij zelf kunnen betekenen voor het gebied. Vervolgens presenteren ze al hun bevindingen aan hun ouders, leerkrachten en andere belangstellenden. Zij laten hun stem horen. Het project kan desgewenst aansluiten bij een lokaal actueel onderwerp.

Het project 'Nature Dropping' is een competitie tussen scholengemeenschappen en is ontwikkeld voor jongeren van 14 tot 16 jaar. In dit programma worden jongeren gestimuleerd om zelf na te denken over hun eigen rol in de maatschappij. Hoe zorgen we ervoor dat het leven ook in 2050 nog aantrekkelijk is? Dit doen zij aan de hand van een spel waarin natuurbeleving wordt gecombineerd met een eigentijdse web based spelomgeving Missie NTR10. In dit spel worden patrouilles gedropt in verschillende natuurgebieden om op onderzoek uit te gaan en opdrachten

uit te voeren. Daarbij worden denken en doen gecombineerd, met één heldere en verantwoordelijke opdracht: Red de natuur van de ondergang! In de Nationale Parken De Alde Feanen, Lauwersmeer, Dwingelderveld en Drents-Friese Wold vinden in het voorjaar 2011 pilotprojecten plaats. Mocht blijken dat de pilots succesvol zijn, dan zou Nationaal Park Schiermonnikoog in de toekomst ook als 'Nature Dropping'-locatie kunnen dienen.

8.3 2014: 25-jarig Jubileum Nationaal Park Schiermonnikoog
2014, een bijzonder jaar. Het is dan namelijk 25 jaar geleden dat een groot deel van Schiermonnikoog werd uitgeroepen tot Nationaal Park. Schiermonnikoog was ook het eerste park dat deze status kreeg. Dat moet dus groots gevierd worden op een manier die past bij het eiland. De ideeën hiervoor moeten nog uitgewerkt worden. Samen met de partners op het eiland en daarbuiten zal een jubileumprogramma worden uitgewerkt.

8.4 Activiteitenmatrix

Om de in § 5.1 geformuleerde communicatiedoelstellingen te bereiken zal een groot aantal middelen worden ingezet en zullen activiteiten worden ondernomen. Een deel daarvan bestaat reeds en functioneert, soms al jarenlang, naar tevredenheid. Aanvullend zullen de komende tijd nieuwe middelen en activiteiten ontwikkeld worden.

In tabel 8.1 is voor iedere doelstelling een overzicht opgenomen van een aantal in te zetten middelen en activiteiten. Ook het Basispakket communicatie en educatie 2011-2015 biedt het nodige aan input om te werken aan de doelen.

Tabel 8.1: Activiteitenmatrix

Beleid/middel/activiteit	voor wie?	door wie?	hoe?	Planning
Doelstelling 1				
Stimuleren van beleving van natuur- en landschapswaarden				
Excursieprogramma Uitvoering en vernieuwing	recreanten onderwijs	educ.mw., coördinator, TBO, VC	evaluatie en ontwikkeling	uitv: continu eval.: jaarlijks ontw.: jaarlijks
Natuurrecreatief doe-programma voor gezinnen m.b.v. nieuwe digitale media	gezinnen met kinderen	educ.mw., coördinator	ontwikkelen	2012
Wandel-/fietsroutes op kaart i.s.m. VVV en TBO	recreanten	educ.mw., TBO en VVV	actualiseren en herdruk	jaarlijks
Rondje Noordelijke Parken	recreanten	coördinator	introduceren	2012
Natuurtheater	recreanten	coördinator, educ.mw.	vernieuwen aanbod	2011: pilot 'theater maken'
Speelbos	recreanten onderwijs	coördinator i.s.m. TBO	onderhoud en innovatie	jaarlijks
Buitenprogramma voor lokale basisscholen	onderwijs	educ.mw. i.s.m. TBO	ontwikkeling nieuw aanbod (Woordvoerders van de Natuur)	2012: innovatie
Programma of activiteit voor leeftijdsgroep 12-18 jr	onderwijs	educ.mw., coördinator	uitvoeren bestaand programma en ontwikkeling nieuw aanbod (Nature Dropping)	2011-2012: bestaand 2013: innovatie
Excursies voor anderstaligen	recreanten	educ.mw.	vraaggericht aanbod	op aanvraag
Toegankelijkheid minder mobielen	recreanten bewoners	coördinator, TBO	onderhoud en waakzaamheid bij nieuwe projecten	continu

Begrippen:

TBO: Terrein Beherende Organisatie

VC: Vrijwilligerscollectief Schiermonnikoog

Beleid/middel/activiteit	voor wie?	door wie?	hoe?	Planning
Leskisten voor mensen met een verstandelijke beperking	recreanten	educ.mw.	actualiseren en onderhoud	jaarlijks
Cursussen/bijbscholing voor (vrijwillige) gidsen	BC, TBO, vrijwilligers	coördinator, extern	excursie o.l.v. extern deskundige	jaarlijks; 2011: Jaar van de vrijwilliger
Doelstelling 2 <i>Vergroten van kennis, inzicht en bewustwording van de natuurwaarden</i>				
Folders	recreanten	educ.mw.	actualiseren	jaarlijks
Magazine NP Schiermonnikoog	allen	coördinator, educ.mw.	ontwikkelen	2011:lancering 2x per jaar
Expositie, informatiepanelen	allen	coördinator, educ.mw., TBO, secr.	onderhoud bestaande expositie en innovatie in de Promenade	2011-2012
Website met interactieve kaart, min. 1 te downloaden route	allen	coördinator, educ.mw.	webbeheer	continu
Digitale nieuwsbrief en social media (o.a. twitter)	allen	coördinator, educ.mw.	webbeheer en ontwikkelen nieuwsbrief	continu; nieuwsbrief 4x per jr.
Vertaling website EN/DU/Fries	anders-taligen	educ.mw., extern	webbeheer	2011 en daarna continu beheer
Informatiebulletin NP In Lytje Pole	recreanten	coördinator, educ.mw.	ontwikkelen	2011:lancering 4x per jaar
Informatiezuilen	recreanten	coörd., secr.	Plaatsen	2011
Educatiemateriaal voor basisscholen op minimaal 2 niveaus / spreekbeurtenpakket	onderwijs	educ.mw.	actualiseren	jaarlijks
Doelstelling 3 <i>Versterken van het draagvlak onder bewoners en bezoekers</i>				
Inspraak en informatieavonden	bewoners	coördinator, extern i.s.m. secr. en TBO	informatie en inspraak-avonden, artikelen in Dorpsbode	2011 en zodra er aanleiding is (bv. presentatie onderzoeksresultaten)
Omgevingscommunicatie NP over beleid en projecten	bewoners	coördinator	Dorpsbode, lezingen, huis-aan-huis brief	continu
Lezingen voor lokale bevolking	bewoners	coördinator, educ.mw.	lezingen	lezing: 4x per jr
Gedragsfolder	recreanten	coördinator i.s.m. gemeente	zodra BIP+ gereed: actualiseren en verspreiding	2011: actualiseren; jaarlijks verspreiden
Bebording	recreanten	coördinator i.s.m. TBO	boodschap uitleggen, dual branding	bij vervanging of plaatsing nieuwe
Doelstelling 4 <i>Vergroten van inzicht in de veranderende vraag van de doelgroepen</i>				
Behoeftenonderzoek/Monitoring	recreanten	coördinator	enquêtes en interviews	2011: 0-meting 2015: t.b.v. MJP
Arrangementen	recreanten	coördinator i.s.m. ondernemers	in samenwerking ontwikkelen gecombineerd aanbod	2012: pilot
Onderhoud netwerk gastheren/recreatie-ondernemers	recreanten	coördinator	opbouwen, onderhoud en verbreding netwerk	opbouw: 2011 onderhoud/verbreding: continu
Cursussen gastheerschap voor recreatieondernemers	ondernemers	coördinator i.s.m. TBO	huidig aanbod herzien o.b.v. behoeften	voorb.: 2011 uitv.: 2012-2015

Beleid/middel/activiteit	Voor wie?	door wie?	hoe?	Planning
Doelstelling 5 <i>Uitdragen van de gezamenlijke identiteit van het stelsel Nationale Parken</i>				
25-jarig jubileum	allen	coördinator educ.mw., secr.	evenement, publicatie	2013-2014
SNP brochure alle parken	allen	SNP	verspreiden in BC	continu
Naamsbekendheid NP	allen	SNP	in alle communicatie-uitingen	continu
Bewaken huisstijl en logo	allen	secretaris	huisstijlboek	continu

9. Begroting

Toelichting bij begroting:

De budgetten zijn gebaseerd op de huidige uitgaven met daaraan toegevoegd de verwachte kosten voor ontwikkeling van nieuwe activiteiten.

Verklaring nummering:

1. Landelijke opschaling projecten andere Nationale Parken (zie § 8.2.4)
2. In 2011 is het 'Het jaar van de Vrijwilliger'. Er zal extra aandacht uitgaan naar de vrijwilligers die zich voor het park inzetten.
3. Medeafhankelijk van beschikbare capaciteit en middelen
4. Kleurenkatern 4 pagina's in kwartaalblad Lytje Pole
5. Najaar 2011: herzien teksten in verband met maatregelen BIP+
6. Kosten 25-jarig jubileum: zie begroting secretariaat

Activiteit	2011	2012	2013	2014	2015
Doelstelling 1: stimuleren van beleving van natuur- en landschapswaarden					
excursieprogramma	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
natuurrecreatief doeprogramma	0	5.000	1.500	1.500	1.500
wandel-/fietsroutes i.s.m. VVV/NM	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
rondje noordelijke parken (1)	0	5.000	1.000	1.000	1.000
natuurtheater	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
speelbos	500	500	500	500	500
buitenprogramma lokale scholen (1)	400	4.400	1.000	1.000	1.000
programma 12-18 jr. (1)	1.000	1.000	5.000	2.000	2.000
excursies anderstaligen	750	750	750	750	750
toegankelijkheid minder mobiel	500	500	500	500	500
leskisten	400	400	400	400	400
bijscholing (vrijwillige) gidsen (2)	3.200	1.200	1.200	1.200	1.200
Doelstelling 2: vergroten van kennis, inzicht en bewustwording van de natuurwaarden					
Folders	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500
magazine NP Schiermonnikoog (3)	p.m.	p.m.	p.m.	p.m.	p.m.
expositie	1.000	5.000	3.000	3.000	3.000
beheer website	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500
nieuwsbrief en social media	500	500	500	500	500
vertaling website	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400
infobulletin Lytje Pole (4)	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500
infozuilen	250	0	0	0	0
spreekbeurtenpakket	250	250	250	250	250
Doelstelling 3: versterken van het draagvlak onder bewoners en bezoekers					
inspraak en informatieavonden	750	750	750	750	750
omgevingscommunicatie	300	300	300	300	300
lezingen bewoners	600	600	600	600	600
gedragsfolder (5)	1.500	500	500	500	500
bebording	500	500	500	500	500
Doelstelling 4: vergroten van inzicht in de veranderende vraag van de doelgroepen					
behoefteonderzoek /monitoring	10.000	0	0	0	10.000
arrangementen	500	500	500	500	500
onderhoud netwerk gastheren	250	500	500	500	500
curcus gastheerschap	1.250	1.000	1.000	1.000	1.000
Doelstelling 5: uitdragen van de gezamenlijke identiteit van het stelsel Nationale Parken					
25-jarig jubileum (6)	0	0	0	0	0
SNP brochure Nationale Parken	0	0	0	0	0
naamsbekendheid Nat. Parken	2.500	3.000	3.000	3.500	3.500
huisstijl en logo	0	0	0	0	0
Algemene kosten					
V&E	500	500	500	500	500
Onvoorzien	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Totaal	48.800	54.050	45.150	42.650	52.650

Bijlage I: Samenstelling van de Commissie Voorlichting & Educatie

De Commissie Voorlichting & Educatie (V&E) bestaat uit vertegenwoordigers van alle organisaties die een bijdrage willen leveren aan het ontwikkelen van communicatiebeleid en -middelen.

De samenstelling van de Commissie V&E is per 1 november 2010 als volgt:

organisatie	vertegenwoordigd door
VN Consulentschap Fryslân	de heer K. Siderius (voorzitter)
IVN Consulentschap Fryslân	mevrouw M. Michels (secretaris)
Bezoekerscentrum Schiermonnikoog	de heer Th. de Boer (medewerker V&E)
Bezoekerscentrum Schiermonnikoog	mevrouw H. Hellinga
Vereniging Natuurmonumenten	de heer E. Jansen
Webmaster Nationaal Park	de heer E. Augusteijn
Gemeente Schiermonnikoog	mevrouw J. Frijters
Provincie Fryslân	de heer K. Bik
Politie Fryslân	de heer K. Snijder
Natuur- en Vogelwacht	de heer A. Noorman
SOV	de heer G. Vlasma
Vrijwilligerscollectief	de heer N. Brinkman /mevrouw C.
Sürken Stichting Welzijn Schiermonnikoog	de heer G. Vlasma
Jacht- en Wildbeheer	de heer J.B. Bazuin
Onderwijs	vacature
VVV	vacature
Boerenbelang Schiermonnikoog	vacature

Bijlage II: Afsprakenkader zichtbaarheid (SNP, 2006)

Afsprakenkader Zichtbaarheid Terreinbeherende Organisaties en Nationale Parken

Aanleiding

In december 2006 heeft het Samenwerkingsverband Nationale Parken (SNP) in een Strategisch Meerjarenplan haar doelen en strategie voor de komende jaren vastgesteld.

Centraal daarin staan de volgende vijf speerpunten:

- Aantoonbare verbetering van de natuurkwaliteit
- Vergroting van het bewustzijn en de verantwoordelijkheid voor de natuur
- Optimalisering van het natuurgericht recreëren
- Versterking van draagvlak en organisatie, en
- Profilering van het stelsel van Nationale Parken

In de aanloop naar dit Strategisch Meerjarenplan en in het bijzonder bij de discussies over de mogelijkheden van draagvlakversterking en meer profilering, bleek er grote behoefte te bestaan aan duidelijke afspraken over de (wederzijdse) zichtbaarheid van de Nationale Parken en de terreinbeherende organisaties (TBO's). Die behoefte was ingegeven door:

- het besef dat de Nationale Parken op dit moment nog te weinig positieve herkenning bij de Nederlandse bevolking oproepen;
- bestaande onvrede en telkens terugkerende vragen bij medewerkers, van zowel de terreinbeherende organisaties als de Nationale Parken, met betrekking tot zaken op het gebied van de zichtbaarheid;
- het bewustzijn dat de presentatie en zichtbaarheid naar buiten toe thans onder de maat zijn* en dringend verbetering behoeven.

Deze notitie bevat het totaal aan uitgangspunten en afspraken over zichtbaarheid, waarover in december 2006 overeenstemming is bereikt**. Dit 'Afsprakenpakket' maakt het mogelijk om aan alle facetten van zichtbaarheid tegelijk te gaan werken.

Context en achtergronden

Nationale Parken: natuur van topkwaliteit

In de Nationale Parken staat de zorg voor de natuur en verbetering van de natuurkwaliteit voorop, zoals dat ook het geval is bij de speerpunten die het SNP voor de komende jaren heeft geformuleerd (zie boven). Dat betekent dat van alle betrokkenen de ambitie wordt verwacht daadwerkelijk te zorgen voor natuur van hoge kwaliteit en voor optimale voorwaarden om die natuur te kunnen beleven.

* Zie rapport "Hallo Nederlanders, ziet u ons?", in opdracht van het SNP opgesteld door Buro De Graaff Brandmanagement BV, augustus 2006.

** Hoewel deze notitie de uitkomst is van overleg met Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer en De (provinciale) Landschappen, wil het SNP alle (ook particuliere) eigenaren - die terreinen gelegen binnen Nationale Parken beheren - zoveel mogelijk bij de uitwerking betrekken. Met TBO's bedoelen wij dus in principe alle terreineigenaren.

In het Strategisch Meerjarenplan 2007-2010 is dit als volgt omschreven:

Nationale Parken zijn gebieden met een aantoonbaar hoge natuurkwaliteit, die vrij toegankelijk zijn, waar een aansprekend pakket aan educatieve producten aanwezig is en die een infrastructuur hebben waarbij de mens van rust en ruimte kan genieten, zonder daarbij de natuurdoelstelling van het gebied te schaden. Het zijn gebieden waarin terreinbeheerders, overheden en belanghebbende instanties samenwerken om een voorspoedige ontwikkeling van het gebied volgens afspraken in een beheer- en inrichtingsplan te realiseren. Alle partijen voelen zich verantwoordelijk voor het Nationaal Park en zijn er trots op. Ieder park heeft een vorm van bewonersparticipatie.

Nationale Parken bekend bij de Nederlanders

Belangrijke werkgebieden van Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer en De Landschappen liggen binnen Nationale Parken. De drie grote TBO's hebben er alle belang bij dit aan hun leden, (potentiële) donateurs en de Nederlandse samenleving duidelijk te maken. De TBO's willen meewerken aan revitalisering van (het stelsel van) Nationale Parken en een sterk (keur)merk Nationale Parken, omdat het fenomeen Nationale Parken bijdraagt aan een betere bescherming van haar gebieden en omdat dit een prima platform kan zijn om meer mensen te betrekken bij de natuur en bij het werk van de TBO's. Recent onderzoek van de ANWB heeft aangetoond dat vandaag de dag 80% van de Nederlanders het begrip Nationaal Park wel kent, maar vervolgens alleen het Nationaal Park de Hoge Veluwe weet te benoemen. Daar willen we verandering in brengen. Als we kijken naar het buitenland waar het predikaat Nationaal Park garant staat voor topnatuur op het gebied van kwaliteit, diversiteit, beleving en uitgestrektheid, dan hebben we in Nederland nog een wereld te winnen. Nationale Parken kunnen méér dan op dit moment het geval is fungeren als etalage voor de Nederlandse natuur, als een keurmerk voor topnatuur en als podium voor TBO's om zich te profileren.

Wederzijdse afhankelijkheid

Er bestaat een wederzijdse afhankelijkheid tussen de Nationale Parken en de TBO's. De TBO's hebben belang bij zichtbaarheid van hun bijdragen binnen de Nationale Parken, omdat zij in mindere of meerdere mate financieel afhankelijk zijn van lidmaatschapsbijdragen, donaties, legaten en overheidsbijdragen. Omgekeerd hebben de Nationale Parken er belang bij de beheerders in staat te stellen zich mede via de Nationale Parken te profileren, omdat deze organisaties cruciaal zijn voor het beheer van de parken.

De TBO's werken mee aan de Nationale Parken omdat dit een bijdrage levert aan de bescherming van hun natuurgebieden. Enerzijds doordat de status van Nationaal Park er voor gaat zorgen dat dit natuur is die zo bijzonder is in kwaliteit, beleving en uitgestrektheid dat mensen hier respectvol mee omgaan. Anderzijds doordat het fenomeen Nationaal Park eraan gaat bijdragen dat meer Nederlanders dan nu zich gaan realiseren dat Nederland überhaupt bijzondere natuur heeft, vergelijkbaar met het buitenland. In Nederland is er op dit moment nog onvoldoende sprake van dat Nationale Parken bovenstaande rol vervullen.

Doel van dit afsprakenkader

Het doel van dit afsprakenkader is tweeledig:

- Een impuls geven aan de koers om Nationale Parken als fenomeen op de kaart te zetten bij de Nederlanders (revitaliseringproces), zodat het voor de TBO's de moeite waard blijft om hun bijdrage aan NP's te leveren. Goede bekendheid van Nationale Parken biedt voor TBO's kansen om in contact te komen met nieuwe doelgroepen.
- Lopende en sluimerende problemen op het gebied van zichtbaarheid van TBO's oplossen en tot wederzijdse synergie komen. Zodoende bijdragen aan de beoogde revitalisering van (het stelsel van) Nationale Parken, hetgeen per park winst moet opleveren.

Vertrekpunten voor beleidslijnen m.b.t. zichtbaarheid

Het Samenwerkingsverband Nationale Parken aan de ene kant en Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer en De (provinciale) Landschappen aan de andere kant hebben overeenstemming over de volgende vertrekpunten voor een beter en evenwichtig beleid als het gaat om zichtbaarheid:

1. Zowel de TBO's als de Nationale Parken hebben er belang bij dat er duidelijke verbetering wordt gebracht in de manier waarop zij thans "zichtbaar" zijn (uiterst rommelige presentatie, geen consistente toepassing van huisstijlen / beeldmerken en geen consequent gebruik van zichtbaarheidsmaterialen, etc.).
2. Om de Nationale Parken beter verankerd te krijgen in de Nederlandse samenleving en daarmee ook duurzame steun te verzekeren voor het natuurbeschermingswerk van de TBO's, is het gestalte geven aan een sterk merk NP een noodzakelijke voorwaarde. Dit vraagt om aanscherping van de afspraken over het gebruik van het NP beeldmerk en meer consistent gebruik van de overeengekomen huisstijl. De TBO's willen hieraan hun volledige steun geven.
3. De TBO's en de Nationale parken gaan uit van de volgende gemeenschappelijke communicatiedoelstelling:

Nationale Parken staan voor topnatuur en topkwaliteit voor de beleving van deze natuur. De status van Nationaal Park is in de beleving van mensen het hoogste predikaat dat een natuurgebied kan hebben. Voor de TBO's zijn de Nationale Parken de podia bij uitstek waarop zij zich (kunnen) presenteren als organisaties die topnatuur beheren. Binnen x jaar kent y % (nog vast te stellen) van de Nederlanders het fenomeen Nationaal Park als zijnde topkwaliteit en weet dat er 20 Nationale parken zijn. De Nederlandse parken kunnen heel goed een vergelijking aan met het buitenland op de aspecten kwaliteit, diversiteit en beleving.

4. In hun communicatie-uitingen zorgen de TBO's en de Nationale Parken ervoor dat zij elkaar altijd op een positieve wijze in het daglicht stellen. Zij zien elkaar niet over het hoofd, gunnen elkaar hun eigen zichtbaarheid naar buiten toe en streven naar wederzijdse synergie-effecten d.m.v. hun communicatie-uitingen.

5. Als centraal principe voor de uitwerking van de zichtbaarheid kiezen de TBO's en de Nationale Parken ervoor uit te gaan van wat de bezoekers verwachten. M.a.w. zij gaan uit van wat voor de bezoeker logisch is of van wat in het belang van 'de klant' is*.

6. Voor wat betreft één van de hoofdonderdelen van zichtbaarheid, te weten bewegwijzering en bebording, betekent het voorgaande dat het principe van de "3-ringen-benadering" wordt onderschreven. In concreto betekent dit:

– buiten de parken: voorrang merk NP en bewegwijzering door ANWB;

– bij de entrees en bezoekerscentra: duobranding;

– binnen de parken (op eigen terreinen): voorrang voor TBO's, ook NP vermelden

Randvoorwaarden voor de bewegwijzering en bebording zijn: duurzaamheid, kwaliteit en passend bij de natuurlijke omgeving.

7. De TBO's en de Nationale Parken hebben nadrukkelijk de intentie in de jaren 2007-2010 op basis van bovenstaande vertrekpunten een duidelijke verbeterslag aan te brengen en zij zullen daartoe uitwerking geven aan de acties beschreven in dit "Afsprakenkader Zichtbaarheid".

Afspraken over zichtbaarheid

Welke onderwerpen vallen onder dit afsprakenkader?

Onder dit kader vallen alle majeure zichtbaarheidsonderwerpen die tot discussies leiden of recentelijk hebben geleid in 1 of meer parken, te weten:

1. Bewegwijzering buiten de parken

2. Bebording langs wegen aan de grens van het park

3. Transferia, parkeerplaatsen en informatievoorziening bij de Entrees

4. Bezoekerscentra, NAC's en Infopunten van TBO's

5. Excursies en excursieleiders

6. Inforestrekking bij (recreatie)ondernemers en derden

7. Gebruik van websites van partners (SNP, NP's, TBO's en IVN) en derden (zoals ANWB).

8. Gebruik van geschreven media van partners (zie boven) en derden.

9. Bebording en infovoorziening binnen het park

10. Omgaan met sponsors, vrijwilligers en 'vrienden van'

11. Publieksmanifestaties

12. Gebruik van dienstkleding binnen het park (IVN, rangers versus TBO'dienstkleding)

13. Publiciteit en promotie- en educatief materiaal (mediagebruik, persbenadering, merchandising, etc.)

Beleidslijnen m.b.t. deze onderwerpen worden hierachter puntsgewijs uiteen gezet en voorzover nodig toegelicht. Over deze punten is in december 2006 overeenstemming bereikt. De verschillende acties zullen in een Plan van Aanpak verder uitgewerkt moeten worden.

1. Bewegwijzering buiten de parken

Beleidslijn: voorrang voor aanduiding Nationaal Park en bewegwijzering door ANWB.

Toelichting: dit is reeds enige jaren praktijk. Bovendien moet richtinggevend zijn wat voor het publiek het meest klantvriendelijk is. Het publiek wil naar 'NP de Sallandse Heuvelrug' en niet 'wandelen in deelgebied de Noetselenberg of de Sprengenberg'.

* Toelichting: In het algemeen komt een bezoeker naar een gebied en niet naar de betreffende TBO, hoe graag die dat ook zou willen. Het predikaat 'Nationaal Park', mits een sterk (keur)merk, is een unique selling point van een gebied en kan meer mensen aantrekken. Daar moeten we ruimte voor geven. Tegelijkertijd is het in het belang van de beheerders dat wanneer de bezoeker eenmaal in een gebied is, hij ook te gast is bij de betreffende TBO en deze gaat steunen.

Dit betekent ook dat transferia en parkeerplaatsen zo mogelijk worden aangegeven met het NP-beeldmerk. De ANWB is de partij die dit ook het beste kan. Eenheid in bebording zal de bekendheid van gebieden vergroten. Onduidelijkheid over de naamgeving van een Nationaal Park in de bewegwijzering moet worden voorkomen.

In enkele lokale situaties kan het zo zijn dat er al zoveel bezoekers in een gebied komen dat men niet meer bezoekers wil. Hierop kan worden ingesprongen door de bebording minimaal toe te passen, mits het uitgangspunt de bovenbeschreven eenheid in bebording blijft.

NB: Mogelijk is de ANWB niet de enige partij (in de toekomst) als het gaat om bewegwijzering. Wellicht de afspraken met RWS en provincies over verwijzingen vanaf de hoofdwegen herbevestigen / vernieuwen.

2. Bebording langs wegen aan de grens van een park

Beleidslijn: uniform groot bord Nationaal Park '.....' Het betreft hier de borden langs de wegen op de grens van de parken, dus: waar mensen in beweging (auto, fiets) langs komen. De borden hebben ten doel de bezoeker / passant aan te geven dat hij een Nationaal Park in komt.

Toelichting: Een uniform groot bord langs de weg is goed als uniform signaal over heel Nederland. Versnippering van de naamgeving door het gebruik van verschillende borden, of erger nog verschillende namen, aan de grens van de parken doet afbreuk aan de herkenbaarheid van het Nationaal Park en willen we voorkomen.

3. Transferia, parkeerplaatsen en informatievoorziening bij de Entrees

Beleidslijn: hier duobranding afspreken, waarmee bedoeld wordt dat het NP en de TBO op gelijkwaardige wijze zichtbaar zijn (bijvoorbeeld twee logo's gebruiken op één bord).

Toelichting: we streven naar evenwaardigheid op dit soort plekken voor TBO's en NP. De herziene zuil is daarvan een voorbeeld, zo ook bebording met horizontale houten planken waarop op de ene plank de TBO staat en de andere plank het NP. Infopanelen dienen ook duobranding te hebben, dus zowel herkenbaarheid Park als ook herkenbaarheid terreinbeheerder.

Nadere uitwerking van dit punt en het maken van keuzes is nodig. Zie ook punt 9 bebording binnen het park. Wat we niet meer willen is een woud van borden bij de parkeerplaats waarop iedereen zijn eigen boodschap op zijn eigen bord kwijt wil, met als resultaat dat de bezoeker niets meer registreert. Dat betekent o.m. slechts bij hoge uitzondering (beperkte) ruimte voor andere aanbieders.

Op basis van ervaringen in het verleden weten we dat het in de praktijk vaak moeilijk is om dit uitgevoerd te krijgen, vooral omdat situaties per park sterk verschillen. Daarom stellen wij voor om bovenstaand voorstel eerst verder uit te werken aan de hand van de praktijk, dus met concrete situaties, alvorens dit landelijk wordt doorgevoerd. Kortom, verder uitwerken aan de hand van pilots.

Complicatie: Op de Veluwe (zijnde geen NP!) is Veluwebreed voor transferia een eigen huisstijl en logo en marketing afgesproken, zijnde noch des NP's, noch des TBO's! Voor andere Nationale Parken kan dat ook gaan optreden!

4. Bezoekerscentra, NAC's en Infopunten van TBO's

Beleidslijn: ook hier duobranding afspreken. Op de gevel gelijkwaardige zichtbaarheid beheerder/eigenaar en NP (in logo, in vlaggen, in boodschap).

Toelichting: bezoekerscentra zijn kernelement in beleving, aangeboden door TBO en dit moet als zodanig ook zichtbaar zijn. De beleving en service hier moet primair aan TBO gekoppeld worden. In een BC staat wel het gebiedsverhaal met informatie over (de unique selling points van) het hele Nationale Park centraal, met daarbinnen het verhaal welke rol de betreffende TBO hier vervult.

Het NP verhaal is hier dus de kapstok waarbinnen TBO's hun beheerverhaal kunnen vertellen. Daarom moet in de BC's ook informatie over (het stelsel van) Nationale Parken en de (inter)nationale context verkrijgbaar zijn.

In bezoekerscentra wordt soms ook informatie van derden aangeboden. Voorstel is om dit nog maar in zeer beperkte mate te doen en alleen als er goede redenen voor zijn. Voorkomen moet worden dat ook hier weer een woud van informatie ontstaat, dat voor de bezoeker niet meer te onderscheiden en te herkennen valt.

Wat we niet meer willen is een bezoekerscentrum waarin het Nationaal Park geheel ontbreekt, of een bezoekerscentrum waarin de TBO's niet zichtbaar zijn, of oneindig veel ruimte die aan derden wordt geboden zodat TBO's en NP niet meer zichtbaar zijn.

5. Excursies en excursieleiders

Beleidslijn: Een TBO kan uiteraard zelf excursies organiseren en verzorgen, maar excursies binnen een NP geleid door anderen (bijvoorbeeld door IVN-medewerkers of 'park rangers' in park dienstkleding) moeten ook mogelijk zijn, mits deze excursieleiders het verhaal van de betreffende TBO enthousiast vertellen.

Toelichting: Ook nu werken TBO's geregeld met externe excursieleiders, ook nu zijn er b.v. Veluwerangers, en vanuit de klant gezien wil je wandelen in het Dwingelderveld, en niet bij een TBO. Maar als je wandelt, wil je wel van de Parkranger een goed verhaal over NM, SBB of DL horen die met haar beheer immers voor de ondergane 'experience' zorgt en waar je mogelijk direct lid van wilt worden of op wiens magazine je je wilt abonneren. Excursieleiders die in hun verhaal helemaal voorbij gaan aan de rol van de beheerder(s) passen niet in het beeld dat ons voor ogen staat.

Wat nog uitwerking behoeft: verschillen in beleid tussen TBO's onderling en tussen het Nationaal Park. TBO's hebben op dit onderwerp vaak al beleid, waar het Nationaal Park haar voordeel mee kan doen, maar op sommige plaatsen is het omgekeerde het geval. Het is daarom wenselijk om landelijk richtinggevende afspraken te maken over zaken als kwaliteitszorg voor excursies, uitstraling van excursieleiders, tarieven e.d.. Deze zouden dan moeten gelden voor alle NP partners. In dit verband ook kijken naar de kwaliteitsnormen en -procedures die het IVN voor excursies heeft ontwikkeld.

6. Inforestrekking bij (recreatie)ondernemers en derden

Beleidslijn: gestimuleerd wordt dat ondernemers samenwerken met zowel park als aanliggende TBO op basis van evenwaardigheid.

Toelichting: Inzet is goede inforestrekking over park en TBO. In dit verband kan gedacht worden aan cursussen 'natuurlijk verantwoord gastheerschap', waarin ondernemers meer leren over natuur, natuurbeheer en verantwoorde natuurgerichte recreatie, om zo in staat te zijn hun gasten / klanten beter te informeren.

Uitwerken: een gecertificeerde status voor ondernemers als Vriend van het Park, waarbij ondernemer op verschillende wijzen bijdraagt aan het park, waartegenover zijn gasten kunnen deelnemen aan een belevingsaanbod, (excursies, arrangementen, experiences). Dat moet per park en niet per terreinbeheerder (vanuit de klant en de marketing gezien).

7. Gebruik van websites partners (SNP, NP's, TBO's, IVN) en derden (zoals ANWB).

Afgesproken wordt dat op websites over park of natuurgebieden altijd zowel Park als TBO zichtbaar zijn.

Toelichting: Op SNP en NP websites zijn in hoge website lagen onmiddellijk doorklik-opties naar de TBO's aanwezig, idem vanuit TBO's naar SNP en Parken. Idem vanuit IVN en ANWB in de website laag waarin het over parken gaat. Bij inhoudelijke info over parken dient de rol van de beheerders TBO's voldoende belicht te worden.

8. Gebruik van geschreven media van partners (zie boven) en derden.

Bij TBO-uitingen over eigen natuurgebieden in NP's dient ook het NP goed genoemd te worden.

Om de revitalisering van de NP's kracht bij te zetten is het voorstel te streven naar een serie artikelen over NP's in alle grote magazines (Kampioen, Natuurbehoud, Onverwacht Nederland en de magazines van DL, IVN, etc). E.e.a. is zowel een communicatieoffensief alsook best practice over hoe TBO en NP-aandacht elkaar kunnen versterken. Het maken van duidelijke afspraken met o.m. de ANWB is op dit punt nodig.

9. Bebording en infovoorziening binnen het park

Binnen de parken heeft elke TBO zijn eigen huisstijl bebording. In het rapport van Buro de Graaff "Hallo Nederlanders, ziet u ons?" staat een creatief voorstel om tot duobranding te komen door het gebruik van een uniforme, oranje-groene 'Venetië' paal*.

De TBO's vinden de gedachte op zich goed, maar de uitwerking niet smaakvol. Afgesproken is daarom dat ander creatief voorstel zal worden uitgewerkt. De 'keurmerk' gedachte van NP moet voldoende ruimte krijgen zonder de huisstijl van de beheerder of SNP aan te tasten. Het uitgangspunt is dat voor de bezoeker duidelijk en zichtbaar moet zijn dat hij of zij in een Nationaal Park is en tegelijkertijd in het gebied

* Consequente toepassing hiervan kan de eenheid in de verscheidenheid tot uitdrukking brengen en de bezoekers er steeds aan herinneren dat zij zich in een Nationaal Park bevinden.

van Natuurmonumenten, SBB, De Landschappen of beheerder X of Y.

Naast bovenstaande afspraak, gelden de volgende uitgangspunten voor bebording:

- Zo weinig mogelijk losse en verschillende bebording in het terrein. Deze zoveel mogelijk concentreren langs de grens van het park en bij de zgn. Toegangspoorten of Entrees (zie principes Drents Friese Wold).
- Terugdringing wildgroei aan routes. Per locatie onderzoeken in hoeverre uniforme toegangsregels gehanteerd kunnen worden, want dit scheelt bebording binnen het gebied. Bij verschil van mening behoudt de beherende organisatie altijd het recht zich voor te staan op de toegangsregels binnen het eigen gebied.
- Wat betreft routeborden binnen de gebieden: wanneer het de gebiedsgrenzen van TBO's overstijgt, zoveel mogelijk aansluiten bij landelijke bebording van lange wandelroutes / fietsroutes, etc. Vanuit de bezoeker gezien zijn dit type landelijke routes het aantrekkelijkst en de bezoeker weet toch al in welk gebied hij/zij is, door de overige bebording.

10. Omgaan met sponsors, vrijwilligers en “vrienden van”

Beleidslijn: Werving zowel via TBO's als via het park mogelijk maken, ervan uitgaande dat het resultaat ten goede komt aan het gezamenlijke werk (en dat is vaak terreinbeheer door TBO). Drie jaar pilots afspreken en evalueren.

Toelichting: Als NP echt een (keur)merk wordt, werkt het simpelweg soms het beste als sponsors, vrijwilligers en vrienden worden geworven onder de naam NP. Iemand uit Hellendoorn wil bijdragen aan het NP Sallandse Heuvelrug of het Korhoenbeheer, en niet perse alleen aan SBB of NM. Maar hij krijgt vervolgens wel begeleiding van NM-of SBB boswachters met bijbehorend verhaal.

Anderzijds als de TBO een bijzondere actie wil doen moet ook eigen activiteit op dit vlak kunnen. In alle gevallen wordt e.e.a. afgestemd en gecommuniceerd binnen het NP. De verhouding tussen actie TBO of actie park kan mede bepaald worden door de eigendomsverhoudingen (als de TBO voor 90% eigenaar is zal vaak de TBO sponsors en vrijwilligers werven, als de TBO maar voor 10% eigenaar is, of er zijn meerdere grote eigenaren ligt NP-werving meer voor de hand).

In de praktijk is tot nu toe gebleken dat afstemming op deze onderwerpen lastig is en dat ieder voor zich zelf iets lijkt op te willen zetten. Om dit in de toekomst te voorkomen stellen wij de volgende uitgangspunten voor:

- Landelijk worden afspraken gemaakt op strategisch niveau gemaakt.
- Per Nationaal park worden afspraken opgesteld over deze thema's, waarbij het beleid dat door de partners al is ontwikkeld (dus: vrijwilligersbeleid, sponsorbeleid, donateursbeleid) als uitgangspunt geldt. Dit punt moet verder uitgewerkt worden aan de hand van de praktijk, er moet eerst een inventarisatie komen en op basis daarvan worden exacte afspraken gemaakt.
- Wat betreft sponsoring, giften, etc. kunnen de TBO's zich het recht voorbehouden om niet mee te doen als zij het er niet mee eens zijn. Zij moeten hun goedkeuring geven over de projecten waarvoor geld wordt ingezameld, bij wie en onder welke vlag.

11. Publieksmanifestaties

Beleidslijn: Organisatie van publieksmanifestaties kan zowel door de TBO als het park worden gedaan. Van belang is vooral goede en open communicatie binnen het betreffende Park.

Toelichting: NP Wieden Weerribben moet een Otterfestival kunnen organiseren (met goede zichtbaarheid NM en SBB), maar NM en / of SBB moeten ook zelf een Wiedendag of Weerribbenfestival kunnen organiseren, te vinden op de kalender van het NP.

12. Gebruik van dienstkleiding binnen het park (IVN, rangers, dienstkleiding TBO)

De gedachte om ook hier duobranding (zie o.m. 3, 4 en 9) toe te passen wordt sympathiek gevonden, maar uitwerking in de praktijk zou wel eens lastig kunnen zijn. Daarom eerst de (on)mogelijkheden op in dit vlak nader op een rij te zetten om daarna tot eventuele uitwerking over te gaan.

13. Publiciteit en promotie- en educatief materiaal (afspraken over mediagebruik, persbenadering en merchandising)

Beleidslijn: cultuur van duobranding nastreven (zie ook punt 3. en 9.). TBO's noemen NP, NP's noemen TBO's (in positieve zin uiteraard). Voor promotiemateriaal, educatief materiaal IVN en bijv. merchandising aan de hand van concrete praktijksituaties en goede voorbeelden nadere afspraken maken.

Overige afspraken

Goede communicatie permanent aandachtspunt

Essentieel voor het bereiken van voortdurende synergie is goede communicatie van TBO's naar NP's (zie NP's toch een beetje als DB van de beheereenheid) en omgekeerd (zie de TBO als onmisbare grootaandeelhouder van het NP).

Op lokaal niveau kan dit op verschillende manieren vorm krijgen, onder meer via de werkgroepen Voorlichting en Educatie. In de landelijke Werkgroep Communicatie worden hiervoor de kaders uitgezet. Die Werkgroep coördineert verder de uitwerking van de acties die uit dit Afsprakenkader voortvloeien. Alle partners zijn doordrongen van het belang van elkaar steeds goed te informeren en zullen eventuele knelpunten tijdig op de juiste plaats aan de orde stellen.

Evaluatie NP beeldmerk

Vastgesteld moet worden dat het huidige NP beeldmerk, en in het verlengde daarvan de NP huisstijl, volstrekt niet consequent en systematisch wordt toegepast (zie o.m. de vertrekpunten 1 en 2). Als gevolg hiervan is eenheid in de presentatie naar buiten ver te zoeken. Dit wordt nog versterkt doordat alle parken ook hun eigen beeldmerk/logo hebben en dit gewoonlijk voorop stellen, waarbij van een grote diversiteit sprake is. Deze situatie valt niet te verenigen met het streven om samen een sterk merk “Nationaal Park” neer te zetten.

Daarom is voorgesteld de mogelijkheden, consequenties en kostenplaatjes van de volgende drie alternatieven nader te onderzoeken:

1. Huidige NP beeldmerk vasthouden (eventueel met ondergeschikte kleurwijziging). Parken laten hun eigen beeldmerk volledig los en voeren alleen hun naam ter onderscheiding;
2. Als 1, maar de beeldmerken van de parken worden gerestyled vanuit één concept dat past in de NP huisstijl. Ieder park houdt zo dus een eigen logo binnen één landelijk concept;
3. Er wordt een nieuw NP beeldmerk ontwikkeld (wellicht ook leidend tot veranderingen in huisstijl) dat alle parken gaan toepassen. Zoals bij 1 onderscheiden zij zich dan alleen door hun naam.

Ondanks bedenkingen op voorhand m.b.t. de haalbaarheid van alternatief 3, heeft het Algemeen Bestuur (“Voorzittersoverleg”) van het SNP zich in december 2006 voor deze evaluatie uitgesproken en verzocht de resultaten daarvan zo mogelijk op korte termijn voor te leggen.

Den Haag, 25 januari 2007

Samenwerkingsverband Nationale Parken

Bijlage III: Voorstel Basis- en Pluspakket 2011-2015

Voorstel Basis- en Pluspakket 2011- 2015 communicatie en educatie Nationale Parken

1. Inleiding

Het Samenwerkingsverband Nationale Parken (SNP) heeft het IVN gevraagd het lopende ‘Basis- en Pluspakket communicatie, voorlichting en educatie 2007-2010’ te herijken en een nieuw voorstel te schrijven om ter besluitvorming voor te leggen aan het Algemeen Bestuur van het SNP.

Het IVN heeft daartoe – met inbreng vanuit de praktijk van de coördinatoren in de werkgroepen en van wensen van het SNP – in maart een eerste bespreekvoorstel geschreven. Dit bespreekvoorstel is in de periode april-juli 2010 in alle parken binnen de werkgroepen communicatie en educatie ter bespreking voorgelegd. Leden die niet aanwezig konden zijn, zijn in de gelegenheid gesteld om individueel te reageren. Ook de leden van de werkgroep Communicatie SNP (Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer, bureau SNP en secretaris NP) hebben hun opmerkingen en suggesties doorgegeven, die zijn verwerkt.

Het SNP bespreekt dit bijgestelde voorstel in het secretarissenoverleg van september en bevordert dat de overlegorganen van de parken er kennis van nemen, zoals eerder is afgesproken. Gestreefd wordt door het SNP dat de bestuurlijke besluitvorming door het Algemeen Bestuur van SNP van oktober kan plaatsvinden. Daarna stuurt het SNP het nieuwe Basis- en Pluspakket 2011-2015 (in de NP huisstijl) naar de Nationale Parken.

Naast de over het algemeen genomen vele positieve reacties, waren de opmerkingen en suggesties voor aanscherping van het bespreekvoorstel in grote lijnen als volgt.

- a. Over rollen/helderheid/afspraken over communicatie en educatie:
 - rol van de terreinbeherende organisaties moet duidelijker naar voren komen (is nu opgenomen)
 - termen coördinator IVN en coördinatie uitvoering en trekker geven verwarring (is veranderd)
 - samenwerking coördinator en secretaris komt te weinig naar voren (is nu opgenomen)
 - rol IVN overnemen uit Strategisch communicatieplan SNP (is gebeurd)
 - intermediaire rol IVN wordt gewaardeerd, maar mogelijk niet ‘coördinator’ noemen (nog geen passende naam voor)
 - wat gebeurt er als een park iets niet heeft? (wat vindt SNP?)

b. Over Inhoud doelgroepen/activiteiten/producten etc.

- voorstel vond men soms ambitieus, ook gezien mogelijke bezuinigingen; anderen vonden het te weinig ambitieus.
- activiteit voor 12-18 jarigen niet voor iedereen op die termijn haalbaar (voorstel om dat wel als streven te handhaven binnen de 5 jaar, maar nader bij evaluatie te bekijken/ besluiten)
- meer digitale middelen zijn goed, maar vergeet niet papierenmiddelen voor recreanten (is opgenomen)
- waarom staat een bezoekerscentrum niet als middel in het Basispakket? (lang niet alle parken hebben/willen een bezoekerscentrum, is dus niet verplicht)
- waardering voor focus op lokale bevolking, basisonderwijs en op breed publiek (niet de natuurvorsers)

Gebruikmakend van al deze opmerkingen en suggesties - en aansluitend bij het inmiddels definitieve Strategisch Communicatieplan SNP - heeft het IVN voorliggend bijgestelde voorstel voor het Algemeen Bestuur SNP geschreven.

2. Leeswijzer

Achtereenvolgens gaat dit voorstel hierna in op:

- Basispakket en Pluspakket: algemene afspraken
- Evaluatie van het oude Basis- en Pluspakket 2007-2010
- Wijzigingen/vernieuwingen in grote lijnen
- Rol van het IVN
- Samenwerking en rollen van de andere partners
- Voorstel Basispakket 2011-2015: beleid, middelen en rollen
- Voorstel Pluspakket 2011-2015
- Evaluatie in 2015

3. Basispakket en Pluspakket: algemene afspraken

Het 'Basispakket communicatie, voorlichting en educatie Nationale Parken' is een met alle partners gemaakte afspraak over een gegarandeerd en gelijkwaardig minimaal basisaanbod - uitgevoerd door meerdere partners - van producten, activiteiten en voorzieningen op het terrein van communicatie, voorlichting en educatie in de Nationale Parken. Doel is een gezamenlijk helder profiel. De Parken zijn vrij om daarnaast een eigen extra aanbod aan te bieden afhankelijk van de eigen specifieke situatie. Dat valt dus buiten de afspraken voor dit gezamenlijke basispakket.

In 2004 is het eerste 'Basispakket communicatie, voorlichting en educatie' voorgesteld door het IVN en vastgesteld en ingevoerd door SNP. In 2006 vond een evaluatie plaats. Op basis daarvan heeft het IVN in overleg met de partners en met SNP het Basispakket bijgesteld en ook een zogeheten Pluspakket toegevoegd. Dit resulteerde in 2007 in het vastgestelde document 'Overzicht afspraken SNP-IVN Basis- en Pluspakket 2007-2010'.

Het onderdeel Pluspakket is facultatief en dient volgens eerdere afspraken speciaal om ruimte en stimulans te geven aan vernieuwing. Na verloop van tijd 'schuiven' desgewenst

succesvolle opgeschaalde pilotprojecten vanuit het Pluspakket door naar het (dan weer nieuwe) Basispakket. Dat is ook nu, in dit voorstel voor de periode 2010-2015, gebeurd. Het Basispakket is nadrukkelijk een document voor uitvoering door alle partners die zich bezighouden met communicatie, voorlichting en educatie over het eigen Nationaal Park X of over het stelsel van Nationale Parken. Die partners zijn: coördinatoren communicatie en educatie Nationale Parken (IVN), educatief medewerkers Nationale Parken (in dienst van IVN of van terreinbeherende organisatie of bezoekerscentrum), terreinbeherende organisatie, secretarissen en SNP. De afspraken in dit document over de rollen van de diverse partners zijn algemene richtlijnen. In overleg kunnen per park over specifieke items en rollen andere afspraken worden gemaakt.

De terreinbeherende organisaties en bezoekerscentra voeren zelf ook een scala van eigen communicatieve en educatieve activiteiten uit vanuit de eigen organisatie over de eigen terreinen die in het park liggen. Het Basispakket richt zich nadrukkelijk op communicatie en educatie die alleen gaan over verplichte activiteiten met een label Nationaal Park. Overlap, samenwerking en wederzijdse versterking gebeuren altijd in overleg.

Het Basis- en Pluspakket gelden voor bijna alle Nationale Parken. Er zijn vooralsnog 3 uitzonderingen:

- Het Nederlands-Belgische Grenspark De Zoom-Kalmthoutse Heide kent, een heel andere organisatie, en valt hier vooralsnog niet onder.
- Nationaal Park Veluwezoom (Natuurmonumenten) kent een andere ontstaanswijze en structuur en heeft geen Overlegorgaan, IVN coördinator en secretaris en heeft dus in principe hiervoor geen extra middelen.
- Het Nationaal Park De Hoge Veluwe kent ook een heel andere ontstaanswijze, structuur en werkwijze met een duidelijk eigen, speciaal op het specifieke park gericht pr- en communicatiebeleid. Sinds 2009 heeft De Hoge Veluwe een IVN coördinator, die zich speciaal op onderwijs richt. Dit betekent dat de Hoge Veluwe zich alleen gebonden acht aan het onderdeel educatie met een accent op onderwijs, voor zover dat niet in strijd is met het eigen pr- en communicatiebeleid.

4. Evaluatie document 'Afspraken Basis- en Pluspakket 2007-2010'

Bijna alle onderdelen genoemd in het document 'Afspraken Basis- en Pluspakket 2007-2010' zijn inmiddels in alle parken gerealiseerd, zo is medio 2009 door alle coördinatoren geconstateerd.

a. Nog niet gerealiseerd zijn:

- Het marketingcommunicatieplan over het stelsel is nog niet gerealiseerd. Dit is door SNP meegenomen in de uitwerking van het Strategisch communicatieplan.
- Afspraken in SNP-verband over kwaliteitszorg voor alle partners zijn er nog niet. IVN hanteert wel dergelijke afspraken intern en biedt aan om die geschikt te maken voor alle partners.
- Niet in elk park is er een expliciet communicatieplan per park, met aandacht voor zowel externe als interne communicatie. Parken vermelden dat de afspraken over externe communicatie zijn vaak opgenomen in een Meerjarenplan.
- De landelijke huisstijl is nog niet in al zijn facetten ingevoerd door nog een aantal ontbrekende formats van SNP.
- Niet elk park heeft of wil een bezoekerscentrum. Daarover is in 2007 afgesproken dat dit geen verplichting kan zijn, en is daarom toen al uit het Basispakket gegaan.

b. Conclusies evaluatie:

Vooraf heeft het IVN via de IVN coördinatoren (met informatie en ervaring vanuit de werkgroepen communicatie en educatie in de parken) en via gesprekken binnen SNP, het oude Basis- en Pluspakket geëvalueerd. Op verzoek van SNP is die evaluatie beperkt gehouden tot de belangrijkste aandachtspunten die voor de herijking hierbij naar boven kwamen.

De belangrijkste conclusies zijn:

- Er is behoefte aan meer aandacht voor strategische communicatie: d.w.z. regelmatige draagvlak- en behoeftenonderzoeken en aansluiten bij beleid en behoeften partners en bij maatschappelijke thema's. Bijvoorbeeld een 4/5 jarige cyclus van: evaluatie/onderzoek/behoeftenpeiling meerjarenplan en jaarplannen aansluitend bij behoeften, beleid partners/overheden/SNP en maatschappelijke thema's uitvoering evaluatie/onderzoek etc.; in tijd aansluitend bij de herzieningen van het Beheer en inrichtingsplan.
- Het mag hier en daar wel wat ambitieuzer, het oude pakket was nog te 'basic'.
- Een aantal onderdelen kunnen waar mogelijk meer 'smart' worden benoemd. Toch moet daarbij ook weer voldoende ruimte zijn om inhoud, bereik, frequentie per park zelf te kunnen invullen.
- Er is de laatste jaren in de praktijk een spanning tussen doorgaande, lopende activiteiten en ruimte voor vernieuwing. Er is behoefte aan meer ruimte voor coördinatie en opzet van vernieuwing (bijvoorbeeld voor meer digitale media) en minder 'uitvoering' door coördinatoren.
- De term 'voorlichting' is voor de parken te beperkt, gepleit wordt voor de term communicatie in de naamgeving van het Basispakket.
- De afspraken over wie waar verantwoordelijk voor is (trekker/initiator of uitvoerder) van

alle betrokken partners stonden niet vermeld in het oude Basispakket. Daar is wel behoefte aan. Helder moet ook zijn wat de inhoud van de termen coördinator, trekker etc. is.

- Het Pluspakket heeft als concept en als stimulans goed gewerkt voor het op touw zetten van grotere landelijke projecten. Een voorbeeld is het initiatief van het IVN voor de cursussen Gastheerschap en het project Rondje noordelijke parken. In alle parken zijn of starten nu inmiddels cursussen Gastheerschap, zodat dit concept kan worden opgenomen in het Basispakket.

De conclusies zijn meegenomen in dit nieuwe voorstel.

5. Wijzigingen/vernieuwingen voor 2011-2015 in grote lijnen

Op basis van de evaluatie en van gesprekken o.a. met SNP stellen wij in grote lijnen de volgende belangrijkste wijzigingen of vernieuwingen voor:

a. Beleid:

- Strategische communicatie krijgt meer invulling: invoeren van een cyclus van onderzoek –plan– uitvoering– onderzoek, aansluitend bij wensen doelgroepen, beleid partners, overheden en bij het 'Strategisch communicatieplan' van SNP.
- Elke coördinator zorgt in 2011 voor overeenstemming met haar/zijn werkgroep, educatief medewerker en secretaris over welke onderdelen van jaarlijks doorgaande activiteiten mogelijk stopgezet kunnen worden of met een verminderde intensiteit kunnen/moeten. Zodat er ruimte komt voor meer inzet voor strategische communicatie, nieuwe projecten en voor meer gebruik van nieuwe digitale media in natuurgerichte recreatie, communicatie en educatie.
- Kwaliteitszorg (meten van tevredenheid gebruikers/intermediaren) door alle partners krijgt invulling.
- De naamgeving Basispakket 'Communicatie, voorlichting en educatie' veranderen in Basispakket 'Communicatie en educatie'. De eenzijdig gerichte en wat ouderwetse term voorlichting niet meer expliciet benoemen maar zien als onderdeel van de (meer tweezijdige) communicatie.

b. Middelen/activiteiten/doelgroepen/rollen:

- In de vernieuwing van middelen van educatie en communicatie expliciet aandacht voor meer gebruik van nieuwe digitale media. Zoveel als mogelijk ook overgaan van informatie op papier naar digitale informatie. Jaarlijkse gedrukte natuurrecreatiekranten voor zowel omwonenden als bezoekers/toeristen worden wel als een belangrijk medium gezien.
- Zoveel mogelijk accent leggen op aandacht voor lokaal draagvlak, voor een breed publiek en voor omwonenden, aansluitend bij hun behoeften en wensen wat betreft omgevingscommunicatie. Minder aandacht voor 'natuurvorsers'.
- Vanuit het belang van lokaal draagvlak en voor de opbouw van het merk Nationaal Park wordt het onderdeel educatie onderwijs aanscherpt tot: elke basisschoolleerling van de aangrenzende gemeenten moet ten minste 1x in zijn schoolcarrière deel hebben genomen aan een speciaal programma over het Nationaal Park voor lokale scholen. Daarbij wordt ook gestreefd naar presentaties van het geleerde door

leerlingen aan ouders/bewoners.

Verwerving van nieuwe en vernieuwende landelijke samenwerkingsprojecten voor parken die daaraan mee willen doen, die ook bijdragen aan het opbouwen van het merk Nationaal Park, vanuit o.a. opschaling van pilotprojecten uit het Pluspakket, krijgt prioriteit. Accent ligt daarbij op maatschappelijke thema's en beleid en op het verder uitwerken van het concept Gastheerschap in samenwerking met lokale ondernemers en lokale bevolking.

– Verwijderen van de volgende minder relevante of niet voor iedereen te verplichten onderdelen uit het oude Basispakket: mobiele informatiepanelen, folders van buurparken, nieuwsbrieven op papier, methodieken/activiteiten voor beleidsbetrokkenen/bestuurders, natuurstudieruimte.

6. Rol en taken van het IVN

In het Strategisch Communicatieplan SNP is de rol van het IVN in algemene zin als volgt omschreven:

“Het IVN heeft van het ministerie van LNV de taak gekregen om de voorlichting en educatie in de nationale parken, een van de vier kerntaken, inhoudelijke te ondersteunen en te coördineren. IVN levert daartoe binnen elk park een coördinator Voorlichting & Educatie (V&E). In een aantal parken heeft de coördinator ondersteuning van een medewerker V&E voor de uitvoering van educatieve taken. De coördinator V&E werkt nauw samen met de secretaris en voorzitter van elk nationaal park. Het IVN heeft t.a.v. de communicatie en educatie (C&E) de verantwoordelijkheid voor:

- het opstellen van een meerjarenplan C&E;
- het uitwerken van het meerjarenplan in jaarplannen;
- de coördinatie en advisering van de uitvoerders van het C&E aanbod;
- ondersteuning van de uitvoering en ontwikkeling van het C&E aanbod;
- het adviseren over de kwaliteit van het C&E aanbod.

De basis voor het communicatieve en educatieve aanbod en de voorzieningen in elk park wordt gevormd door het basis- en pluspakket V&E dat het IVN voor alle parken heeft ontwikkeld en door het SNP is vastgesteld.”

De rol van het IVN is daarmee een intermediaire rol: van (kennis)regisseur, verbinder en initiator.

Het IVN is in de functie van de coördinator Communicatie en Educatie (C&E) overall verantwoordelijk voor coördineren en initiëren van communicatie en educatie over het Nationaal Park zoals dat met elkaar in een park is afgesproken in meerjarenplan en jaarplannen. De coördinator is de spin in het web op het terrein van communicatie en educatie, waar het gaat over het Nationaal Park. Inventariseren van en aansluiten bij behoeften van partners en signaleren van mogelijkheden en omissies voor beleid en in de uitvoering staan daarbij centraal.

De term coördinator is hierbij soms verwarrend. Ook terreinbeherende organisaties, (educatief) medewerkers coördineren bepaalde onderdelen van het jaarplan. Wat betreft de coördinator IVN gaat het om de algemene coördinatie in grote lijnen van uitvoering/

coördinatie van onderdelen in meerjarenplan en jaarplan.

De belangrijkste taken van de coördinator IVN zijn:

- inventariseren van en aansluiten bij behoeften partners en signaleren van mogelijkheden en omissies
- in samenwerking met partners opstellen van meerjarenplan en jaarplan communicatie en educatie
- algemene coördinatie jaarplan: toezien op realisatie jaarplan door (educatief) medewerkers Nationaal Park en partners
- uitvoering van enkele onderdelen van jaarplan
- initiëren interne communicatie over uitvoering beleid communicatie en educatie met voorzitter, secretaris en terreinbeherende organisatie
- coördinatie werkgroep/commissie communicatie en educatie
- adviseren van partners over kwaliteit aanbod
- initiëren van nieuwe projecten voor het eigen park of samen met andere parken

Het IVN verzorgt de aansturing van de coördinatoren C&E en de (educatief) medewerkers (in 9 parken in dienst van IVN) en verzorgt ook kwaliteitsbewaking en opleiding.

IVN regiodirecteuren hebben vaak zitting in de overlegorganen en spelen een rol in Commissies C&E per park. IVN directie vervult een adviesrol in het Algemeen Bestuur SNP en in het secretarissenoverleg.

7. Samenwerking en rollen van de andere, belangrijkste partners

Secretaris Nationaal Park

De coördinator IVN werkt intensief samen met de secretaris Nationaal Park, samen vormen zij een echte ‘tandem’ voor de complete coördinatie van Nationaal Park beleid. Zij informeren elkaar over en weer en werken nauw samen.

De secretaris informeert de coördinator bij beleid, ontwikkelingen en projecten van het Nationaal Park, zeker als die op enigerlei wijze van belang kunnen zijn vanuit het oogpunt van communicatie en educatie. Soms voert de secretaris afgesproken onderdelen van het jaarplan uit.

Terreinbeherende organisatie en bezoekerscentrum

De terreinbeherende organisaties en (hun) bezoekerscentra voeren zelf ook een scala van eigen communicatieve en educatieve activiteiten uit vanuit de eigen organisatie over de eigen terreinen die in het park liggen. Zij zijn dan ook een belangrijke partner, met ook veel kennis en ervaring, met wie de coördinator regelmatig afstemt over ontwikkelingen, behoeften, innovaties, initiatieven en lopende activiteiten. Om zo overlap te voorkomen en aansluiting en versterking van elkaar (terreinbeherende organisatie en Nationaal Park) te bewerkstelligen.

De terreinbeherende organisatie en het bezoekerscentrum (als aanwezig) informeren de coördinator over relevante zaken in het eigen terrein of over nieuwe ontwikkelingen en activiteiten die ook van belang kunnen zijn voor communicatie over het Nationaal Park. De terreinbeherende organisatie neemt in alle gebiedsbeleidsplannen een

paragraaf over communicatie op, zodra dit ook het Nationaal Park betreft en stemt dit van te voren af met de coördinator IVN.

De coördinator werkt nauw samen met de (educatief) medewerker (of soms coördinator communicatie) van het Nationaal Park, in dienst van terreinbeheerder, bezoekerscentrum of IVN. De educatief medewerker voert afgesproken onderdelen uit van het jaarplan op het vlak van educatie als ook van communicatie voor het Nationaal Park.

De terreinbeherende organisatie en het bezoekerscentrum coördineren en voeren daarnaast ook activiteiten uit in het kader van of in samenwerking met het Nationaal Park, volgens afspraken binnen het jaarplan communicatie en educatie Nationaal Park.

Leden van de werkgroepen/commissies communicatie en educatie

In bijna alle parken werkt de coördinator IVN samen met de relevante partners in de werkgroep communicatie en educatie (of met een verwante naam). In de werkgroepen zijn de terreinbeherende organisatie(s) vertegenwoordigd, het bezoekerscentrum (als park een bezoekerscentrum heeft), communicatiemedewerkers/coördinatoren, educatief medewerkers en overige partners zoals recreatiesector, vrijwilligers. De coördinator IVN coördineert de werkgroep.

De werkgroepleden nemen actief deel aan de vergadering, brengen ideeën in, voeren afgesproken taken uit, en brengen als werkgroep gevraagd en ongevraagd advies uit aan het Overlegorgaan op terrein van communicatie en educatie.

Samenwerkingsverband Nationale Parken (SNP)

Het IVN adviseert het SNP over Basispakket, additionele projecten, kwaliteitszorg en communicatie en educatiebeleid. Het IVN is lid van de werkgroep communicatie SNP en participeert als waarnemer in het secretarissenoverleg.

Het SNP heeft een faciliterende rol ten aanzien van huisstijl, website, zichtbaarheid, strategische communicatie, marketing conform de afspraken in Strategisch Communicatieplan SNP.

Ministerie van LNV

Directie IVN stemt op regelmatige basis af met het ministerie van LNV en op meer uitvoerend niveau is contact met LNV o.a. via bilateraal overleg en via de werkgroepen van SNP.

Het LNV heeft een faciliterende rol ten aanzien van financiering en ten aanzien van informatievoorziening algemeen over het stelsel van Nationale Parken. LNV verzorgt o.a. de algemene brochure Nationale Parken in Nederland.

8. Voorstel Basispakket Communicatie en educatie 2011-2015

Bovenstaande resulteert in het volgende voorstel voor de meer specifieke en concrete invulling van het nieuwe basispakket: beleid, middelen, activiteiten, voorzieningen en de bijbehorende rollen van IVN en andere partners.

De afspraken over de rollen zijn algemene richtlijnen vanuit SNP. In overleg kunnen per park andere afspraken worden gemaakt over coördinatie en uitvoering.

Items met 1 ster komen uit het oude Basispakket maar zijn duidelijker omschreven.

Items met 2 sterren zijn helemaal nieuw.

De overige items stonden ook al als zodanig in het oude Basispakket en alle parken voldoen daar inmiddels aan.

De afkortingen e.d. in het onderstaande overzicht zijn:

- * = Anders: stond in het oude Basispakket, is nu duidelijker omschreven.
- ** = Nieuw
- IVN co = IVN algemeen coördinator
- Secr. = secretaris
- TBO = terreinbeherende organisatie
- Educ mw = educatief medewerker voor het Nationaal Park van IVN, TBO of bezoekerscentrum
- Vrijw = vrijwilligers
- SNP= Samenwerkingsverband Nationale Parken
- LNV = ministerie van LNV
- Extern = inhuur van externe uitvoerder/adviseur

Zie volgende pagina voor bijhorende tabel.

Tabel bij bijlage III punt 8

Beleid/middel/activiteit/voorziening:	algemene coördinatie en/of initiator	projectcoördinatie en/of uitvoering
Afspraken/activiteiten Beleid communicatie en educatie		
1*. IVN Coördinator communicatie en educatie heeft initiërende en coördinerende rol voor beleid en uitvoering van communicatie en educatie	IVN co	IVN co
2**. Draagvlakonderzoek en wensen bezoekers/bewoners 1x per 4 jaar om juist ook de wensen van het brede publiek, niet alleen natuurvorschers, en van omwonenden in beeld te krijgen.	IVN co/TBO/secretaris	TBO/secretaris/extern
3*. Strategisch Meerjarenplan communicatie en educatie, dat aansluit op resultaten draagvlak- en wensenonderzoek en bij natuur- en educatie/communicatiebeleid en behoeften van terreinbeheerders, bij het Strategisch Communicatieplan SNP, het BIP, de Kwaliteitsimpuls en andere actuele beleidszaken of maatschappelijke thema's, zoals Natura 2000, biodiversiteit, maatschappelijke stages, landschap	IVN co	IVN co/extern
4. Communicatie/educatie is een hoofdstuk in elk overkoepelend / parkbreed project- of beleidsplan.	IVN co/TBO/secretaris	alle partners
5*. Beleid kwaliteitszorg en monitoring	IVN co	alle partners
6*. Vrijwilligersbeleid: afstemming voorwaarden met partners	IVN co	alle partners
7*. Strategische communicatie en marketing communicatie NPstelsel	SNP	SNP
8**. Zichtbaarheidskader	SNP	alle partners
Middelen Communicatie/voorlichting algemeen/breed/bewoners:		
1**. Websites zijn waar mogelijk hét communicatiemiddel, waarbij aansluiting is bij nieuwe digitale media: * interactieve kaart op de homepage, centraal regelen/financiering * minimaal 1 downloadbare route * beheer website * digitale nieuwsbrief	IVN co	educ mw/SNP
2. Inspraak- en informatiebijeenkomsten bij herziening Beheer- en Inrichtingsplan	IVN co ism secretaris/TBO	divers
3**. Omgevingscommunicatie NP over beleid en projecten	IVN co	IVN co/ TBO/secretaris
4. LNV brochure eigen Nationaal Park	IVN co	IVN co/ secretaris
5. LNV Brochure over alle parken	LNV	LNV
6. Koepelsite, beheer inhoudelijk en technisch	SNP	SNP
7*. Communicatie middelen/activiteiten voor laden merk NP voor bestuurders en landelijk algemeen publiek	SNP	SNP
8. Landelijke coördinatie, regie en beschikbaarheid sjablonen huisstijl	SNP	alle partners
9**. Handhaving toepassing huisstijl per park	secretaris	alle partners

Middelen/activiteiten Natuurgerichte recreatie:		
1. Excursieprogramma Nationaal Park	IVN co	educ mw/TBO/vrijw
2*. Natuurrecreatief doe-programma/product (onbegeleid) voor gezinnen, ook met gebruik van nieuwe digitale media	IVN co	educ mw
3*. Recreatie/informatiekrant (papier), 1x per jaar in seizoen	IVN co	educ mw
4**. Onderhouden netwerk Gastheren-recreatieondernemers met initiatieven voor vernieuwing en projecten natuurgerichte/duurzame recreatie en coördinatie Gastheerschap: monitoring, voortgang	IVN co	IVN co / educ mw
5.* Informatiezuilen	SNP	IVN co/ secr
6. Informatiepanelen en observatiepunten met terreinvoorlichting	TBO	TBO
7. Ten minste 1 route/pad fysiek geschikt voor rolstoelen	TBO	TBO
8. Toegankelijkheid van algemene voorzieningen voor minder validen	TBO	TBO
9. Gedrukte wandel- en fietsroutes op kaart	TBO	TBO
Middelen/activiteiten Educatie:		
1*. Buitenprogramma voor lokale basisscholen: elke basisschoolleerling van aangrenzende gemeenten moet ten minste 1x in zijn schoolcarrière in het NP zijn geweest met een speciaal programma over het Nationaal Park. Streven naar presentaties van het geleerde door leerlingen aan ouders/bewoners.	IVN co	educ mw/ vrijw
2*. Educatiemateriaal (begeleid of onbegeleid) voor op basisscholen voor ten minste 2 niveaus, deels te gebruiken voor buitenschools.	IVN co	educ mw/vrijw
3*. Programma of activiteit voor leeftijdsgroep 12-18 jaar (bijvoorbeeld maatschappelijke stages, juniorrangiers, PDA)	IVN co	educ mw / vrijw / TBO
4. Cursussen/activiteiten voor lokale bevolking over het NP, jaarlijks 1x	IVN co	educ mw / IVN co
5. Cursussen/bijscholing voor vrijwillige gidsen/contactbijeenkomsten	IVN co	educ mw/TBO
6*. Cursussen Gastheerschap voor recreatieondernemers	IVN co	educ mw/TBO
Intern: afspraken Coördinatie, samenwerking en kwaliteitszorg:		
1*. Centrale rol coördinator voor alle NP partners voor coördinatie van communicatie en educatie van overkoepelende / parkbrede zaken/ projecten	IVNco ism secretaris	alle partners
2. Coördinatie en secretariaat werkgroep communicatie en educatie	IVN co	IVN co/ edu mw
3*. Deelname aan werkgroep communicatie en educatie	alle partners	alle partners
4*. Communicatieprotocol interne en externe communicatie: wie communiceert wat, waar, wanneer, hoe en waarom; dit is ook onderdeel van strategisch meerjarenplan.	IVN co	alle partners
5. Kwaliteitszorg en evaluaties communicatie, voorlichting en educatie door alle partners	IVN co	alle partners

De afkortingen e.d. in het bovenstaande overzicht zijn:

- * = Anders: stond in het oude Basispakket, is nu duidelijker omschreven.
- ** = Nieuw
- IVN co = IVN algemeen coördinator
- Secr. = secretaris
- TBO = terreinbeherende organisatie
- Educ mw = educatief medewerker voor het Nationaal Park van IVN, TBO of bezoekerscentrum
- Vrijw = vrijwilligers
- SNP = Samenwerkingsverband Nationale Parken
- LNV = ministerie van LNV
- Extern = inhuur van externe uitvoerder/adviseur

9. Voorstel Pluspakket 2011-2015

Algemeen

Het Pluspakket is facultatief en dient zoals eerder afgesproken om ruimte en stimulans te geven aan de ontwikkeling en implementatie van vernieuwingen op een niet-verplichte manier. Parken zijn soms voorloper, soms volger. Een voorloper kan een voorbeeldproject starten, in sommige gevallen met een financiële bijdrage van SNP en verplicht zich in het kader van het Samenwerkingsverband min of meer om de ervaringen over te dragen naar andere parken die daarvoor belangstelling hebben.

Het Pluspakket is in feite niet meer dan een aantal globaal benoemde thema's die richtinggevend zijn voor vernieuwing en voor medesubsidiëring door SNP en andere partners/sponsors.

Maar is daarmee is het Pluspakket niet minder belangrijk als stimulans voor vernieuwing en zeker ook voor het vinden van nieuwe financieringsbronnen.

Pluspakket 2007-2010

In het Pluspakket 2007- 2010 zijn destijds de volgende prioritaire thema's benoemd om eventuele pilotprojecten in aanmerking te laten komen voor medesubsidiëring door SNP:

1. Routes/games met PDA en andere digitale middelen
2. Product cultuur- en landschapshistorie
3. Verantwoorde grotere natuurrecreatieve attracties
4. (Opschaalbaar) onderzoek naar wensen van recreanten voor natuurrecreatief aanbod
5. (Opschaalbaar) onderzoek voor draagvlak lokale bevolking
6. Vernieuwende participatie activiteiten voor lokale bevolking
7. Projecten voor lokale basisscholen met presentaties aan lokale bevolking
8. Samenwerkingsmodellen en cursus Gastheerschap en informatiemap voor recreatieondernemers
9. Producten/activiteiten voor jongeren
10. Producten/activiteiten voor allochtonen

Ervaring 2007-2010

In de periode 2007-2010 heeft het IVN voor de concrete invulling van het Pluspakket een voorstel gemaakt voor SNP op basis van bovenstaande 10 items.

Uiteindelijk is in deze periode door SNP gekozen voor de volgende pilotprojecten:

- Opschaling en uitrollen van de Cursussen Gastheerschap. Alle parken doen hier met veel succes inmiddels aan mee en dat betekent dat dit onderdeel naar het Basispakket is verhuisd.
- Rondje Noordelijke Nationale Parken: pilotproject i.s.m. de provincie Friesland op het terrein van 'slow tourism'. Oplevering voorstel en mogelijke financiering in 2010.
- Draagvlak- en recreatieonderzoeken zijn inmiddels in enkele parken uitgevoerd, niet als pilot, maar de ervaringen, o.a. in de provincie Drenthe, kunnen als voorbeeld worden gebruikt van dergelijke onderzoeken.
- In enkele parken zijn activiteiten (geen pilotprojecten) voor en met allochtonen georganiseerd (Loonse en Drunense Duinen en Biesbosch). Andere parken hebben

hiervoor nog geen belangstelling getoond.

Voorstel Pluspakket 2010-2015

Het IVN stelt voor om voor de periode 2011-2015 de volgende prioriteiten te benoemen:

- Projecten die met gebruikmaking van vernieuwende, digitale middelen, zoals PDA e.d.
- Projecten die aanhaken bij actuele thema's en beleid en bij daarmee verbonden extra subsidiemogelijkheden: klimaat, energie, water, biodiversiteit, voeding, gezondheid, biodiversiteit, Natura 2000, EHS.
- Projecten die gebruik maken van de verdere uitnutting en verbreding van het concept Gastheerschap voor recreatieondernemers: zoals duurzame recreatie, bijzondere arrangementen, mogelijke opschaling van 'Rondje noordelijke parken'.
- Projecten voor lokale bevolking gericht op draagvlak en opbouw van het merk Nationaal Park.

10. Evaluatie in 2015

Hoewel enkele parken vraagtekens hebben gezet bij de mogelijk te hoge ambitie, zoals mogelijk onvoldoende capaciteit en middelen voor een programma voor 12-18 jarigen, stellen wij toch voor een en ander er in te laten staan. De parken krijgen 5 jaar de tijd voor de implementatie, (beperkte) vorm en inhoud staan vrij.

Het IVN stelt voor om in 2015 de implementatie te evalueren en het Basis- en Pluspakket dan weer te herijken op basis van de ervaringen, inzichten en ontwikkelingen van 5 jaar.

Heiloo, 6 september 2010,

Ans Vos, IVN Programmaleider

Literatuur

Braat, C.

Beheer en inrichtingsplan Nationaal Park Schiermonnikoog 2010-2022 (derde concept). Werkgroep Beheer Nationaal Park Schiermonnikoog, Schiermonnikoog, september 2010.

Jansen, E.

Meerjarenplan Voorlichting & Educatie Nationaal Park Schiermonnikoog 2006-2010. Commissie V&E Nationaal Park Schiermonnikoog, Schiermonnikoog, oktober 2005.

Loosdrecht, M. van

Strategisch Communicatieplan 2010 – 2014, in opdracht van het Samenwerkingsverband Nationale Parken. Bureau Vanloosdrecht, Amsterdam, maart 2010.

Vos, A.

Voorstel Basis- en Pluspakket 2011- 2015 communicatie en educatie Nationale Parken, in opdracht van het Samenwerkingsverband Nationale Parken. IVN, Heiloo, september 2010.

Colofon

Uitgave

Nationaal Park Schiermonnikoog

Tekst en redactie

Mia Michels

Fotografie

Cynthia Borrás

Druk

provincie Fryslân

Ontwerp

Sythe | Grafische vormgeving, www.sythe.nl

Meer info?

www.np-schiermonnikoog.nl

schiermonnikoog@nationaalpark.nl