

Verlag Klankbordgroep Natuurvisie De Wieden maandag 5 oktober 2015

Aanwezig: Petra Wagenaar, Jacqueline Jonkers, Meindert v.d. Berg, Jeroen Bredenbeek, Dick Versluis, Johan Knol, Bea Claessens, Rosalie Martens, Bernadette Haverkort, Dominique Bokeloh, Broer Blaauwbroek, Michiel Purmer (gast) en Annemieke Vesseur
Afwezig: Teun Boxum, Leanne Spans, Alice Hulshof, Pleun van 't Hoog

Presentatie cultuurhistorie (Michiel Purmer)

Michiel Purmer presenteert in het kort de uitkomsten van een omvangrijk onderzoek dat zijn collega Iris van Veen heeft gedaan naar de cultuurhistorie van De Wieden. Het gaat daarbij om het culturele erfgoed in de vorm van gebouwen, archeologie, landschapselementen en cultuurlandschap.

In het tweede deel van zijn presentatie laat Michiel aan de hand van een aantal voorbeelden in andere gebieden van Natuurmonumenten zien hoe we cultureel erfgoed zichtbaar en beleefbaar kunnen maken voor de bezoekers van De Wieden.

Reacties op de presentatie:

- Haal op tijd de verhalen over het verleden op bij de mensen die ze kunnen vertellen (oral history). Dat vraagt een goed geplande en doordachte aanpak en gespecialiseerde interviewers. Samenwerken met de historische vereniging? Samen met de leden daarvan kunnen we vaststellen welke verhalen we aan de bezoekers willen vertellen.
- Om de vaak complexe informatie over het culturele erfgoed over te brengen, moet je wel de context uitleggen. Tegelijkertijd willen we waken voor teveel borden in het natuurgebied. Creatieve oplossingen daarvoor bedenken. Leren van oplossingen die andere organisaties hebben bedacht (Landschap Overijssel, Staatsbosbeheer, Rijksdienst Cultureel Erfgoed e.d.) We kunnen ook werken met een app.
- Gaan we alleen in/voor De Wieden cultureel erfgoed beleefbaar maken, of pakken we dat in het hele NP Weerribben-Wieden op? We concluderen dat dit goed past binnen nationaal park en dat we vooruitlopend op nationaal park nieuwe stijl de samenwerking hierin zoeken met Staatsbosbeheer.

Werkessie: concept hoofdlijnen van de Natuurvisie

Op basis van het participatietraject van de afgelopen maanden (3 Klankbordgroep-bijeenkomsten, 5 visievaartochten met omwonenden/leden, werksessie met beheerteam en medewerkers bezoekerscentrum, werksessie met vrijwilligers) heeft de projectgroep concept-hoofdlijnen geformuleerd voor de Natuurvisie. De aanwezige leden van de Klankbordgroep gaan daarover in gesprek met elkaar en met de projectgroep en geven hun opmerkingen en aanvullingen mee.

NATUUR

1. Het ingezette beheer van De Wieden als natuurrijk cultuurlandschap zetten we voort: weidevogelbeheer, cyclisch beheer, streven naar compleet ecosysteem met trilveen, riet- en hooiland en moerasbos.
2. Oorspronkelijke cultuurhistorische kenmerken zoals open of half open landschap bepalen mede de beheerkeuzes.
3. Om op schema te blijven maken we een inhaalslag in het omzetten van bos naar open water (doel: 90 ha in de komende 12 jaar).

Opmerkingen:

Bij 1:

- Ja. Maar geef ook aan door wie? Mobiliseer vele handen. Adoptie van een bepaald gebied. Met vrijwilligers, vanwege betrokkenheid en vanuit oogpunt van kosten.

- Cyclisch beheer (= lange termijn, 50 – 150 jaar) én het ‘gangbare’ beheer (= middellange termijn, 10 – 40 jaar). Onduidelijk.
- We missen hier zaken die uit de Droomsessie (1^e bijeenkomst Klankbordgroep) zijn gekomen: robuustheid, grote dieren.

Bij 2:

- Ja. Maar dit is wel ingewikkelder dan alleen openheid. Bijv. perceelsgrenzen en -vormen.
- Natuur gaat voor, maar de mate van uniekheid van de cultuurhistorie speelt mee in de keuze bij een dilemma.

Bij 3:

- Ja, er mag best minder bos. Het bos zit vooral in het kraggengebied. Is daar vanzelf in gekomen en mag ook wel weer weg. Maak petgaten in bos, niet in rietland e.d.
- Wel oppassen voor verlies van het afwisselende en verrassende landschap. Belangrijk voor de beleving en voor de soortenrijkdom. Bosvogels in struweel en oerbos: hoge leeftijd, ongestoord ontwikkeld.
- De term “op schema” vereist uitleg.
- Tips: Ga op zoek naar / investeer in kostenefficiëntere manier om petgaten te graven. En boor (nieuwe) geldbronnen aan voor specifiek beheer. Geef in de Natuurvisie streefbeelden weer met behulp van plaatjes. Dat verheldert.

CULTUURHISTORIE

1. We maken de geschiedenis van het landschap zichtbaar en beleefbaar.
2. Het “Verdronken dorp Beulake” maken we tot icoon van De Wieden.

Opmerkingen:

Bij 1:

- Natuur is leidend / kader stellend.

Bij 2:

- Goed gekozen, maar hoever ga je?
- Leg daarbij een relatie met het verhaal van de vervening.
- Wat betekent dit voor het beheer? En verder nog?
- Hoe uitgebreid? Wat is er dan zichtbaar?
- Uitleg is belangrijk

Overig:

- De grootte van het gebied maakt het lastig.
- Wat willen we herstellen en behouden? En voor wie?
- Laat het soms ook mysterieus zijn (niet alles uitleggen)
- We hebben de intentie om op dit gebied samen te werken met Staatsbosbeheer / de Weerribben. Bijv. een cultuurhistorische fietsknooppuntenroute!
- We missen aandacht voor het verhaal van de vervening (zie bezoekerscentrum SBB)
- Ook aandacht voor jonge cultuurhistorie: bebossing van jaren '50 en nieuwe landschappen, (moeras), droogmakerijen (waterveiligheid).
- Dijk bij Beulake (Spaanse tijd)
- (Inter)nationale belang van De Wieden: daarop ook keuzes maken. Mensen warm maken.
- Kennis, inhoudelijk & social media.
- Verhalen. Mooi verhaal is belangrijk -> trots.

BELEVING

1. We maken op korte termijn een gebiedsmarketingplan voor De Wieden, in samenhang met het NP Weerribben-Wieden nieuwe stijl.

2. Op enkele locaties maken we kwetsbare natuur beleefbaar, met creatieve, innovatieve middelen.
3. In ons aanbod van natuurbelevingsactiviteiten spelen we in op actualiteit, exclusiviteit (bieden van unieke ervaringen) en kwaliteit.

Opmerkingen:

Bij 1:

- Niet wachten op NP, maar NU beginnen met partners.

Bij 2:

- Beleefbaar betekent niet altijd toegankelijk. Maar soms wel!

Bij 3:

- Toevoegen: authenticiteit (wat echt bij De Wieden hoort)

Overig:

- Beleefbaarheid van landschapsarchitectuur.

VRIJWILLIGERSWERK

1. Samen met de bestaande vaste vrijwilligers werken we aan verjonging van het vrijwilligersbestand.
2. We gaan door met het ontwikkelen van zelfsturende vrijwilligersgroepen.
3. We faciliteren/organiseren de overdracht van professionele kennis aan vrijwilligers en uitwisseling van kennis en ervaring tussen de vrijwilligers(groepen) onderling.
4. We bieden mogelijkheden aan voor omwonenden (onder wie onze leden) om zich incidenteel in te zetten in De Wieden.

Opmerkingen:

Bij 1:

- In de jeugd al mensen warm maken voor vrijwilligerswerk.

Bij 2:

- Term "zelfsturend" uitleggen: hoe ver ga je?
- Adopteren

Bij 4:

- Schrijf ook bedrijven aan.
- Werkzoekenden inzetten voor vrijwilligerswerk / diensten.
- Mensen eenmalig mee laten lopen met de vrijwilligersgroepen.
- Bied de mensen iets aan: gratis excursie bijvoorbeeld a la de visievaartochten. Dan kun je EN vrijwilligers werven EN leden werven.

BETREKKEN OMGEVING

1. De Wieden is een onlosmakelijk onderdeel van de gemeente Steenwijkerland: Natuurmonumenten is permanent in dialoog met alle betrokken partijen.
2. We bouwen aan "communities" (gebiedsgroepen), waarmee we communiceren over thema's die spelen in De Wieden, nu en in de toekomst.
3. We zoeken steeds de samenwerking met relevante partners om deze Natuurvisie te realiseren.

Opmerkingen:

Bij 1:

- Aanvulling: De Wieden, met zijn 6250 ha + de daarin liggende dorpen / bewoners / gebruikers.
- Gebruikers: rietlandbeheerders, pachters, ondernemers. NM als werkgever.

Bij 2:

- Vertellen wat je doet.
- Twee richtingen: geven en nemen.

- Dus ook van buiten naar binnen denken
- Bij 3:
 - Te abstract, te vrijblijvend. Wie zijn die partijen? Bijv. ook de bank? Ondernemers? Wetland Wonen, waterschap, Gemeente, Dorpsbelangen.

Overig:

- Uitgangspunt is wel de natuur. De natuur is leidend.
- Is betrekken een doel of een middel? Doel is onze omgeving aanspreken op mede-eigenaarschap, verantwoordelijkheid.
- Werk gunnen aan lokale ondernemers
- SBB heeft als slogan "Thuis zijn in de streek". Wat leeft er. Wat kan NM daarin betekenen.
- Samenwerking zoeken met gemeente om mensen met uitkering werk te laten doen
- Niet teveel alleen maar praten, ook doen.
- Ieder heeft eigen belang. Zoeken naar gezamenlijk belang.
- Hoe leden werven? Niet door betaalde studenten, maar door enthousiaste vrijwilligers en bijv. een gratis vaartocht.

Vervolg traject Natuurvisie

Natuurmonumenten gaat nu aan het schrijven. Circa januari 2016 is de concept-Natuurvisie klaar. Die willen we graag bespreken met de mensen die we hebben geconsulteerd. De Klankbordgroep wil het concept graag lezen en de gelegenheid krijgen erop te reageren. Daarvoor hoeft geen aparte Klankbordgroep-bijeenkomst georganiseerd te worden. Prima als de leden van de Klankbordgroep worden uitgenodigd bij een andere bijeenkomst (bijv. met het beheerteam en team bezoekerscentrum).

Johan Knol stelt voor om een presentatie van de visie te geven aan de riettelersvereniging

Betrokkenheid Klankbordgroep nadat visie klaar is (uitwerkingsfase)

Alle aanwezige leden van de Klankbordgroep vinden het leuk om t.z.t. door Natuurmonumenten te worden benaderd om mee te denken over de uitwerking van (onderdelen van) de visie. Daarnaast is het een goed idee dat Natuurmonumenten 1x per jaar de leden van de groep uitnodigt te voor een bijpraat-bijeenkomst.

Evaluatie

Iedereen geeft een "top" en een "tip" over de 4 Klankbordgroepsessies.

Dick Versluis: Top was de betrokkenheid van iedereen (ook bij de visievaartritten). Tip: maak de groep groter vanuit ieders eigen netwerk.

Jeroen Bredenbeek: Top was de brede raadpleging. Tip: de gebruikers hadden nog wat meer vertegenwoordigd mogen zijn.

Johan Knol: Top was dat de sessies voor mij heel informatief waren. Tip: presenteer de visie pas aan de rietsnijders als hij duidelijk is.

Jacqueline Jonkers: Top vond ik de diversiteit in de Klankbordgroep. Tip: de groep had nog wel iets groter mogen zijn.

Petra Wagenaar: Veel tops! Dat er een Klankbordgroep is! De diversiteit daarin, de informatieve presentaties, de leuke werkvormen. Tip: rol van de Klankbordgroep vanaf het begin wat duidelijker definiëren. Zijn we nu klankbord of denken we mee? Klopt de naam van de groep dan?

Meindert v.d. Berg: Top was de aanpak en de goede structuur. Tip: meer professionele marketing-denkkraft vereist. Scherper maken, focussen. Ook het bevorderen van morele verantwoordelijkheid bij 'de omgeving' kun je doen met marketing.