

Reisverslag Studiereis Noord Engeland, 4-7 November 2009

Organisatie van de studiereis

De studiereis was een gezamenlijk initiatief van de Stichting Recreatie Innovatie & Ruimte (STIRR) en het Kenniscentrum Recreatie. Het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) was medefinancier.

Doel van de studiereis

Doel van de studiereis was inspiratie opdoen voor de innovatieopgaven waar recreatieondernemers voor staan, namelijk het creëren van een recreatief aantrekkelijk landschap en de ontwikkeling van regionale beeldverhalen. De bestemming Noord Engeland was specifiek uitgekozen, omdat hier het UNESCO Werelderfgoedgebied van Hadrian's Wall ligt. Deze verdedigingsmuur, die in de Romeinse tijd is gebouwd, vormt nu de basis voor een regionaal beeldverhaal. De muur loopt van Newcastle in het Oosten, naar Carlisle in het Westen. De muur met de toeristische infrastructuur eromheen, is nu dé attractie van de regio en trekt meer dan 1 miljoen bezoekers. Daarnaast staan in deze regio duurzaamheid, samenwerking en de kwaliteit van het landschap hoog in het vaandel.



Deelnemers

De groep bestond uit een gemêleerd gezelschap van recreatieondernemers, vertegenwoordigers van diverse organisaties en medewerkers van provincies en rijksoverheid uit Nederland. Er waren 25 deelnemers. In bijlage 1 vindt u de deelnemerslijst.

Programma van de reis

Het programma van de reis was een mix van bezoeken aan initiatieven en bedrijven met rondleidingen en presentaties. Daarnaast vond ook een seminar plaats.

Inhoud van het programma

Op donderdagochtend begon het programma met een seminar geleid door Deidre Jakobs, directeur van het Kenniscentrum Recreatie. De deelnemers kregen door een aantal presentaties en paneldiscussie een beeld van de regio en de belangrijkste partijen die zich bezighouden met toeristische ontwikkeling van het gebied. Linda Tuttiet, CEO (president-directeur) van Hadrian's Wall Heritage Ltd verzorgde de opening van de dag. Hadrian's Wall Heritage Ltd is een managementorganisatie die de economie van de Hadrian's Wall-regio op een duurzame manier ontwikkelt en het werelderfgoed beheert. Linda vertelde dat samenwerking met andere belangenorganisaties essentieel is in het ontwikkelen van een regio.

STIRR

Jan van Roekel gaf uitleg aan de Engelse deelnemers wat STIRR is en wat deze organisatie wil bereiken. Het InnovatieProgramma Recreatie & Ruimte streeft naar een systeeminnovatie in de recreatiesector. Dit heeft tot doel dat de recreatieondernemers een duurzaam rendement halen uit hun bedrijfsvoering door als medeproducent wezenlijk bij te dragen aan de kwaliteit van de leefomgeving en aan de ontwikkeling van gebieden.



Het Innovatieprogramma is publiek-privaat gefinancierd. De ruggengraat van het programma zijn pilotprojecten; innovatieve projecten van recreatieondernemers. Vanuit een innovatiefaciliteit vindt de regie plaats op deze projecten. Andere onderdelen van het programma zijn competentieontwikkeling, kennisverspreiding en het initiëren van onderzoek. Tijdens de STIRR presentatie werd ook dieper ingegaan op het pilotproject 'Dijk van een Delta' door recreatieondernemer Erna Kruitwagen. 'Dijk van een Delta' vertelt het verhaal van de invloed van water op het Nederlandse landschap. Dit project is volop in ontwikkeling. Dijk van een Delta heeft tot doel recreatieondernemers te binden aan het thema en een regionaal beeldverhaal te ontwikkelen door middel van product/marktcombinaties, stimuleren van regionale samenwerking, ontwikkelen van een inspirerend project plan. Hierbij liggen vooral ook vragen op het gebied van het exploiteren van verhalen uit de regio, hoe recreatieondernemers kunnen bijdragen aan ruimtelijke kwaliteit en hoe marketing eruit moet zien.

Natural England

Adrian Vass vertelde hoe Natural England samenwerkt om natuurgebieden te beschermen. Adrian Vass is team leader van regio West Northumberland bij Natural England. Natural England geeft advies aan de overheid over de staat van de natuurlijke omgeving en zet zich in voor het behoud van het Engelse landschap. De organisatie werkt met zeer verschillende organisaties samen om dit doel te bereiken. Zo werkt ze met boeren, terreinbeheerders, bedrijven en industrie, planners en ontwikkelaars, overheden, belangenbehartigers en de lokale bevolking. Area Tourism Partnerships¹ zorgen ervoor dat verschillende doelgroepen met elkaar in contact treden.

Dit gebeurde ook toen er plannen waren om een belangrijk gebied waar veel trekvogels bivakkeren toeristisch te ontwikkelen om de economie een impuls te geven. Veel vogelaars waren tegen deze ontwikkeling. Natural England ging samen met ATP stakeholders de discussie aan met deze groep en heeft plannen verduidelijkt en hiermee meer begrip gekweekt voor de ontwikkeling van duurzaam toerisme. Er is constant een spanningsveld tussen menselijke impact

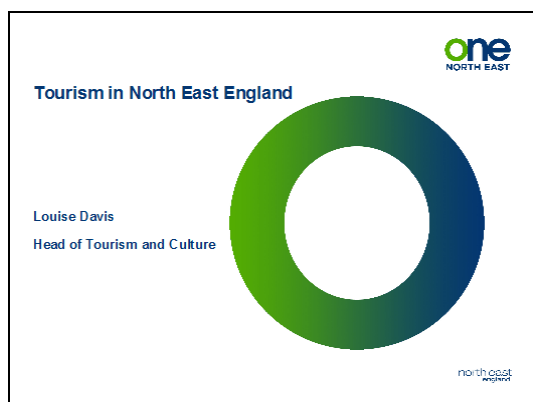
¹ Een Area Tourism Partnership is een lokaal publiek-private samenwerking die het Area Tourism Marketing Plan ontwikkelt, uitvoering ervan aanstuurt en monitoring verzorgt. Dit doet de ATP met alle stakeholders in de regio, waarbij de gemeenten zeer belangrijk zijn. Ook marketing taken en vertegenwoordiging van de regio op alle niveaus behoort tot de taken van de ATP. (zie ook <http://www.tourismnortheast.co.uk/site/tourism-network-north-east/network-documents> en klik op regional framework)

en natuur en landschap. Natural England probeert hier als intermediair op te treden tussen partijen. Dit was ook het geval toen wandelroutes uitgezet werden op boerenland en de boeren hier niet zo enthousiast over waren. Adrian Vass vertelt ook over een interessante samenwerking tussen huisartsen en zorgverzekeraars. Zij bevelen mensen met overgewicht wandelroutes aan om op een gezonde manier gewicht te verliezen. De thema's recreëren, landschap en gezondheid zijn hier gecombineerd.

ONE North East

Vervolgens was het podium voor Louise Davies. Zij werkt voor ONE North East. Dit is een van de 9 ontwikkelingsmaatschappijen in Engeland die door de overheid gefinancierd worden. ONE North East is tegelijkertijd ook het regionaal bureau voor toerisme. Mond en Klauwzeer schudde de regio wakker om vier belangrijke veranderingen door te voeren in 2003.

- een betere verbinding was nodig met regulier economische ontwikkelingen
- de private sector moet sterker betrokken worden bij prioriteren en besluitvorming
- concurrentie en kopiëren van toeristische initiatieven moest verminderen tussen lokale organisaties
- meer middelen moeten beschikbaar komen voor internationaal toerisme.



Een van de acties was het opzetten van een toerisme netwerk voor de regio. In 2003 werden daartoe One NorthEast, vier Area Tourism Partnerships en Hadrians Wall Heritage Ltd. opgezet. Deze partijen moesten het Noordoosten op de kaart gaan zetten. One Northeast heeft een budget van zo'n 3,5 miljoen pond per jaar en dertig man in dienst. De organisatie organiseert netwerk bijeenkomsten, monitort de resultaten van eigen werkzaamheden en zet ook resultaten af tegen de strategische doelen die zijn vastgesteld op toeristisch vlak, zoals

bijvoorbeeld de Regional Tourism Strategy. (zie: <http://www.tourismnortheast.co.uk/site/tourism-network-north-east/network-documents>). Daarnaast maakt One Northeast actieplannen en managet toerisme-investeringen om kansen in de toerisme-industrie maximaal te benutten en bekijkt ze alle grote toeristische investeringsprojecten. One Northeast heeft ook een aansturende rol in de kwalitatieve ontwikkeling van toerisme industrie. Dit doet zij middels o.a. een team van adviseurs, trainingstrajecten en accreditatie voor duurzame bedrijven. Marketing inspanningen richten zich vooral op de UK en buurlanden. De organisatie levert een bijdrage aan thematische en grootschalige campagnes om bezoekers naar de regio te trekken. One Northeast werkt hierbij samen met de ATP's en Hadrian's Wall Heritage Ltd.

Paneldiscussie

Na de presentaties volgde een paneldiscussie waaraan verschillende stakeholders van de Northeast regio deelnamen:

- Adrian Vass (Natural England)
- Louise Davies (One Northeast)
- Linda Tuttiet (Hadrian's Wall Heritage Ltd.)
- Bryan Scott (Hadrian's Wall Heritage Ltd.)
- Catriona Mulligan (Northumberland National Park)
- Verona Woodhouse (BH& HPA, de Engelse equivalent van RECRON)

Discussieleider Hans Hillebrand bracht de discussie op gang door te vragen hoe de verschillende partijen met duurzaam toerisme aan de slag gaan. Hieruit kwam vooral naar voren dat er aandacht is voor alle drie de P's: people, planet, profit. Lokale ondernemers worden met subsidies aangespoord om vooral duurzaam te ondernemen (vooral gericht op gebruik van alternatieve energie en lokaal voedsel).

Toerisme is de drijvende kracht achter de lokale economie en het belang van de natuurlijke en cultuurhistorische omgeving wordt door alle stakeholders beaamd. Het Local Development Framework (LDF) zorgt dat het beleid ontwikkelingen versterkt en zorgt voor draagvlak onder de bevolking. Op deze manier wordt bijvoorbeeld één beeldverhaal van Hadrian's Wall naar buiten gebracht. Samenwerking is hier essentieel, ook m.b.t. het behalen van schaalvoordeel. Kleine ondernemers kunnen meeliften op grote publiciteitscampagnes. Hadrian's Wall is inmiddels een sterk merk. Dit maakt dat veel partijen, waaronder kleine ondernemers ook graag willen samenwerken. De kennisinfrastructuur op toeristisch gebied is vrij goed ontwikkeld. Er is nog niet veel samenwerking met universiteiten, maar veel cijfers en feiten over de impact van toerisme op de regionale economie zijn goed ontsloten voor alle stakeholders. Het multipliereffect van toeristische bestedingen is hier duidelijk in kaart gebracht. Daarnaast wordt ook de cursus 'know your Hadrian's country' gegeven aan ondernemers. Dit is een vergelijkbaar initiatief als dat van IVN in Nederland, dat de cursus 'gastheerschap' aanbiedt aan recreatieondernemers die nabij Nationale Parken opereren. Deze cursus vergroot de kennis van het landschap en natuur, die dan weer kan worden doorgegeven aan bezoekers.



De panelleden gaven aan dat er eigenlijk geen wettelijke beperkingen zijn die de ontwikkeling van de toerisme sector beperken. Wel zijn er spanningen tussen verschillende belangengroepen (natuur-toerisme) maar het besef dat economie het landschap kan versterken is groeiende. De private en publieke partijen nemen beide initiatieven om ervoor te zorgen dat de landschappelijke kwaliteit niet ten koste gaat van toerisme ontwikkelingen. Toch is het wel zo dat de publieke sector momenteel hevig investeert in de private sector. Doel is echter dat de private sector op den duur op eigen benen gaat staan. Toerisme is nu nog een jonge sector in deze regio en nog niet iedereen gelooft in deze sector als belangrijke economische kracht. Toekomstige bedreigingen voor de

een duurzame toerisme sector zijn volgens het panel: de publieke opinie tegenover de toeristische sector, het niet verkrijgen van draagvlak bij de lokale economie, de invloed van klimaatverandering op Hadrian's Wall, de recessie en daarmee samenhangende politieke prioriteiten die nu niet bij landschap en milieu liggen en de samenwerking tussen publieke en private partijen die tijd nodig heeft en waarin kennis moet worden opgebouwd.

De Nederlandse deelnemers nemen van deze sessie vooral mee: dat er nieuwe manieren van publiek-private samenwerking (PPS) mogelijk zijn; dat de toeristische sector veel sterker vanuit de overheid wordt ondersteund in Engeland (ook financieel); dat netwerken hier op regionaal niveau zijn georganiseerd en er ook daadwerkelijk samenwerking is tussen sectoren. Ze staan niet op zichzelf zoals in Nederland meer het geval is. Met deze conclusies sloot de discussieleider het seminar af.

Battlesteads hotel/restaurant

In de middag werd een bezoek gebracht aan het Battlesteads hotel/restaurant. Oorspronkelijk was de Battlesteads een boerderij, nu is het gebouw uit 1747 veranderd in een hotel/restaurant. De eigenaar Richard Slade kocht het pand 3 jaar geleden en heeft het inmiddels tot een van de groenste hotels gemaakt in het Verenigd Koninkrijk. Uit pure noodzaak moest de eigenaar op zoek naar alternatieve energiebronnen want het reguliere energienetwerk was maximaal benut. Richard Slade heeft van de nood een deugd gemaakt. Hij is fervent voorstander van een duurzame bedrijfsvoering. Hij gebruikt in het hotel alleen spaarlampen, heeft een biomassa-boiler die draait op hout dat 2 kilometer verderop wordt gekapt. Deze boiler verwarmt het gehele pand en zorgt voor warm water. Daarnaast gebruikt hij het teveel aan warmte om polytunnels te verwarmen, waarin hij sla en kruiden op biologische wijze teelt. In het restaurant gebruikt hij zoveel mogelijk streekproducten, zodat de ecologische voetafdruk ook daar minimaal is. De ommuurde tuin is met speciale planten en struiken ingericht zodat het wildlife aantrekt. De tuin wordt bewaterd met regenwater. De eigenaar gebruikt duurzaamheid als unique selling point en dat werpt zijn vruchten af. Zelfs in deze economisch zware tijd is zijn bezettingsgraad goed; veel hoger dan die van zijn concurrenten. Hij heeft zelfs



een ander hotel in het dorp als overflow-locatie overgenomen. De investeringen die de eigenaar moest doorvoeren om duurzaam te werken zijn gedeeltelijk gefinancierd uit subsidies, o.a. van Northumberland National Park en van de EU.

Northumberland National Park

Catriona Mulligan gaf ons 's middags een presentatie over Northumberland Nationale Park. Zoals velen in de regio, is ook de leiding van Northumberland National Park (NNP) door de Mond- en Klauwzeer wakker geschud en besefte toen dat toerisme een belangrijke nieuwe economische drager kon worden voor de regio. NNP draagt hier ook zijn steentje aan bij door de lokale recreatieondernemers met advies en subsidies te ondersteunen om duurzaam toerisme te ontwikkelen. Een speciaal aangesteld team van adviseurs binnen NNP gaat langs bij ondernemers en spoort hen aan om aan de slag te gaan met duurzaam ondernemerschap. De grond van NNP is in handen van lokale eigenaren. Er is geen collectief waaronder alle Nationale Parken vallen en Nationale Parken zijn erg afhankelijk van de lokale landeigenaren wanneer zij zaken gedaan willen krijgen. Subsidies kunnen daar dan goed bij helpen, maar ook door ondernemers nauwer te betrekken bij strategische plannen kan je draagvlak creëren. Dit doet NNP dan ook. Door ondernemers bij het managementplan te betrekken probeert NNP ook voor hen belangrijke zaken aan te kaarten. Dit zijn: lokale duurzaamheid, samenwerking, stimuleren van ondernemerschap en afstemmen van financieringsstromen. NNP kijkt ook buiten haar grenzen. Daar is veel aandacht voor agrariërs en de wijze waarop zij met het landschap omgaan. Wanneer zij het landschap goed onderhouden kunnen zij hier middels subsidies geld mee verdienen. Ook zijn steeds meer Engelse agrariërs bezig met multifunctionele landbouw activiteiten. NNP was voorheen een onbekend nationaal park en bezoekerscentra werden slecht bezocht. Het park had duidelijk een imagoprobleem. Door betere promotie en communicatie is dit verbeterd.



Bellingham Caravan & Campsite

Aan het einde van de eerste dag brachten we een bezoek aan Bellingham Caravan & Campsite. Dit recreatiebedrijf ligt in Northumberland National Park en vlakbij Hadrian's Wall. Dit maakt deze camping een gewilde uitvalsbasis. Barry en Carole Howard namen de camping in 2006 over en voerden maatregelen door om de camping te verduurzamen (vooral op energiegebied) en zette ecologische houten trekkershutten neer die lokaal gemaakt zijn. Dit werd mede mogelijk gemaakt door subsidie van Northumberland National Park. Een belangrijke zet die de eigenaren maakten was om lid te worden van de camping en caravanning club. Het aantal overnachtingen ging hierdoor omhoog van 2.500 in 2006 naar 9.000 in 2008. Campinggasten zijn voornamelijk leden van deze club. De eigenaren weten precies wat hun gasten economisch bijdragen aan de lokale economie. Per dag geeft iedere campinggast 28 pond uit bij lokale ondernemers. Het bedrijf is daarmee van grote betekenis voor de lokale economie. Samenwerking met andere recreatieondernemers bijvoorbeeld door aanbieden van arrangementen, maakt de regio interessanter voor de bezoeker, aldus de eigenaren.

Hadrian's Wall Heritage Ltd.



In de ochtend van dag twee bezocht de groep Hadrian's Wall Heritage Ltd. (HWHL) en vertelde Nigel Mills over de organisatie daarvan. Noord Engeland zet zich op de kaart met Hadrian's Wall. Deze muur is het langste (100 km) en grootste stuk UNESCO Werelderfgoed van Engeland en kent 107 verschillende landeigenaren. Hadrian's wall Heritage Ltd (HWHL), opgericht in 2004, is een managementorganisatie die de economie van de Hadrian's Wall regio ontwikkelt. De organisatie zet zich in voor het beschermen van archeologie, landschap en omgeving, naast het vergroten van de

openstelling van het gebied voor bezoekers en educatie. De missie van HWHL is om zoveel mogelijk bij te dragen aan sociaal, economisch en ecologisch herstel en vernieuwing van de lokale en regionale bevolking door duurzame toeristische ontwikkeling. HWHL is gesubsidieerd door vier partijen, te weten One North East, North West Development Agency, English Heritage and Natural England. Een belangrijke attractie is het Hadrianus wandelpad, dat de muur volgt. Het pad is officieel in 2003 geopend en is een groot succes, zowel bij de Britten als bij het internationale publiek. HWHL is destijds opgezet omdat bezoekersaantallen terugliepen en de muur vrij onbekend was bij het publiek. Ook werd er slecht samengewerkt en was er weinig samenhang in gezamenlijke communicatie en promotie rondom Hadrian's Wall. HWHL heeft hier verandering in gebracht door coördinerend management en regionale samenwerking. Daarnaast coördineert HWHL ook de communicatie en marketing in binnen en buitenland. Een onlangs uitgevoerd onderzoek naar naams- en merkbekendheid liet zien dat deze sterk zijn verbeterd. Er is geen nauwkeurig overzicht van herkomst en aantallen bezoekers aan Hadrian's Wall, omdat niet alle bezoekers attracties bezoeken waarvoor betaald moet worden. Wel is bekend dat 600.000 betalende bezoekers de musea Vindolanda en Roman Army Museum bezochten en dat jaarlijks zo'n 7.500 mensen het volledige HW-trail lopen. Geschat wordt dat meer dan 1 miljoen bezoekers het gebied jaarlijks aandoen. De veerverbindingen van Newcastle met de rest van Europa zijn belangrijk in de aanvoer van toeristen.

HWHL wil het Werelderfgoed versterken met kapitale ontwikkelingen langs de gehele muur om zo de bezoekersbeleving te vergroten en de rol van de historische omgeving bij stad en landherstel te versterken. Het productontwikkelingsprogramma bestaat uit een verhalende benadering waarbij unieke producten een bijdrage leveren aan een samenhangend geheel. Het verhaal van de muur wordt op verschillende plaatsen langs de muur, bij de attracties, verteld. Iedere attractie belicht een ander stuk zodat een aantrekkelijk divers product ontstaat en verschillende doelgroepen worden aangesproken. Ondernemers sluiten zich graag aan bij het succesvolle merk 'Hadrian's Wall'. Nu zijn het nog vooral bestaande ondernemers die de aansluiting zoeken. De intentie van HWHL is dat over enkele jaren ook nieuwe ondernemers zich gaan vestigen in de regio en marktpartijen de trekkende rol gaan overnemen van de overheidsgerelateerde HWHL-organisatie.

De accommodatieverschaffers in het HW-gebied kennen een hoge bezettingsgraad van 80%. Kwaliteit van de accommodaties is nog wel een aandachtspunt, hoewel hier al een grote slag is gemaakt sinds 2004. De duurzame toeristische ontwikkeling komt o.a. tot uiting in de toegankelijkheid van het gebied. Er is een speciale trein waarin fietsen gemakkelijk meegenomen kunnen worden en er is een Hadrian's Wall bus die door 30-40% van de internationale bezoekers wordt gebruikt om het gebied in te gaan. Dit voorkomt files en drukte van auto's bij de 12 attracties langs de muur. Ook zijn er speciale cursussen waarbij recreatieondernemers leren over de natuur en cultuur in het gebied waarin zij opereren, de 'know your Hadrian's Wall country'-cursus en stimuleert HWHL de ontwikkeling van streekproducten.

Hadrian's Wall werkt nog niet veel samen met andere gebieden, naast andere World Heritage sites. Er is wel goed contact met de Jura coast (een World Heritage site in het Zuiden van Engeland) en onlangs is contact gezocht met de Limes in Nederland, de Duitse en de Antonin Wall.

Housesteads

Na de presentatie van HWHL brachten we een bezoek aan het gebied en bezochten Housesteads. Andrew Poad, van English Heritage vertelde dat Hadrian's Wall is gebouwd om controle te krijgen over de stammen die binnen het Romeinse Rijk leefden. Housesteads was een fort en maakte onderdeel uit van Hadrian's Wall. Het volgende kasteel lag zeven miles (een dag lopen) verderop. Destijds waren er in Housesteads 800 soldaten gestationeerd. Buiten het fort leefden de families en toeleveranciers/serviceverleners. In totaal was er sprake van een gemeenschap van zo'n 2000-3000 mensen.

In de huidige tijd is Housesteads een populaire bezoekersattractie. Housesteads is eigendom van de National Trust (3,7 miljoen leden) en wordt gemanaged door de English Heritage. Northumberland National Park bezit en managet de parkeerplaats. Het is duidelijk dat goede samenwerking nodig is tussen de drie partijen om zaken vloeiend te laten verlopen.

Housesteads is één van de faciliteiten die verder ontwikkeld moet worden. Wat mist is een bezoekerscentrum. De subsidie om een bezoekerscentrum te ontwikkelen is helaas niet toegekend. Er zijn voor Housesteads een aantal verbeterpunten, namelijk:

- De toegang richting Housesteads is niet optimaal (de zichtlijnen kunnen beter als je er naar toe wandelt).
- De attractie is niet goed toegankelijk bij slecht weer omdat er geen overdekt deel is, zeker als je met kinderen bent, is de attractie dan minder geschikt.
- Om de site aantrekkelijker te maken, wordt gedacht aan de inzet van nieuwe communicatiemiddelen als GPS e.d. Hierdoor hoort de bezoeker het verhaal en wordt de beleving ingetrokken.

Het centrale thema wordt 'muur' om dat vervolgens vanuit het verleden te plaatsen in het heden (Berlijnse Muur, Gaza, muur op de Westbank). De bedoeling is dat iedere attractie in Hadrian's Wall gebied een ander thema aansnijdt, maar samenhang tussen de thema's is wel essentieel. Noot: veel Nederlandse deelnemers waren niet zo onder de indruk van de attractie zoals

die nu is. De locatie is prachtig maar de plek kent weinig attractiewaarde en wordt onvoldoende economisch uitgenut. Het verhaal is momenteel niet goed zichtbaar. Hier is duidelijk een impuls nodig. Dit wordt bemoeilijkt door English Heritage dat vrij conservatief is met betrekking tot het ontwikkelen van de site, zij houden eerder vast aan behoud dan ontwikkeling.

Koeien en schapen begrazen het landschap en houden het zo in stand. Na de MKZ van begin 2000 is gekozen voor traditionele rassen. Het gebied rondom Housesteads is een interessant internationaal veenweidegebied (peatland).

Vindolanda

We bezochten Roman Vindolanda, een andere toeristenattractie waarbij alles in het teken staat van de Romeinen. Vindolanda heeft twee lokaties, het Roman Army Museum en het Chesterholm museum. Op de locaties van Vindolanda bevonden zich in Romeinse tijden een fort en een leefgemeenschap. Fiona Watson vertelde dat de Vindolanda Stichting in 1970 werd opgericht door de familie Birley om opgravingen te doen op deze locaties met het doel om de archeologische vondsten te behouden en tentoon te stellen. Bij het Chesterholm Museum vinden nog steeds opgravingen plaats. De archeologische vondsten (en kopieën daarvan) kunnen bekeken worden in het museum. Heel bijzonder is dat het Romeinse leven in kaart is gebracht tot aan de vondsten van brieven van soldaten aan hun families toe. Jaarlijks trekt deze attractie zo'n 100.000 bezoekers. Dit zijn vooral veel gezinnen met kinderen. De bezoekers mogen de opgravingen gadeslaan. Interessant is dat vrijwilligers tegen betaling een week of langer kunnen meewerken aan de archeologische opgravingen. Ondanks dat vrijwilligers hiervoor moeten betalen, staan mensen in de rij om deel te nemen. Ook onder buitenlanders is het vrijwilligerswerk populair. Zo zijn er regelmatig Chinezen, Japanners maar ook Nederlanders bij. Tijdens de opgravingen staan de vrijwilligers bezoekers te woord om uitleg te geven over de vondsten. De ondernemer van Vindolanda stimuleert de vrijwilligers ook om dit te doen. Deze interactie maakt het bezoek aan Vindolanda extra interessant.

Vindolanda heeft net een groot subsidiebedrag van 4 miljoen pond binnengehaald van de Heritage Lottery Fund ter verbetering van de faciliteiten en de toegankelijkheid en om meer opgravingen te kunnen doen. Eén van de co-financiers is One North East Regional Development Agency.



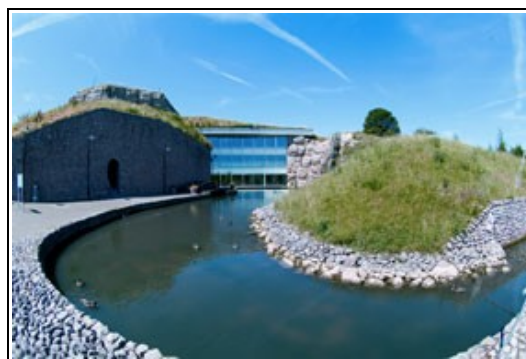
BH& HPA

Aan het eind van de middag van de tweede dag gaf Henry Wild informatie over de British Holiday & Home Parks Association (BH& HPA), een soort RECRON. Henry Wild is directeur van de Cumbria region, beter bekend als het Lake District. Naast deze baan is Henry ook eigenaar van een caravan park, Skelwith Fold. Dit park ligt midden in het Lake District en heeft 350 caravan plekken en 150 kampeerplekken. Het grootste deel van de gasten woont op twee uur rijden van de camping. Als directeur van BH&HPA wil hij overheden kennis laten maken met de caravansector. Door onwetendheid bij de overheid worden

namelijk veel besluiten op overheidsniveau gemaakt die ongunstig uitpakken voor de camping en caravan sector. Deze sector wordt vaak, ten onrechte, niet voor vol aangezien. Terwijl deze sector juist erg duurzaam en milieugericht werkt en geld in het laatje brengt voor de lokale economie. De natuurlijke omgeving is het selling point van de parken en daarom staat behoud ervan voorop. Een strategische zet die BH&HPA maakte is het aanstellen van een bekende Engelse natuurbeschermer als voorzitter, David Bellamy. Deze professor bleek een belangrijke ambassadeur voor de caravan en camping sector. Dit geeft aan dat natuur en recreatie en toerisme elkaar uitstekend kunnen aanvullen. In kleine groepjes wisselden de Nederlandse delegatie kennis uit met een aantal Engelse ondernemers.

Westmorland Ltd.

Op zaterdagochtend vertelden Sarah Dunning en haar vader John over hun familiebedrijf Westmortland Ltd. Veel recreatieondernemers in Engeland hebben echt oog voor het landschap en voelen zich betrokken bij de lokale bevolking. Een uitmuntend voorbeeld is dat van de familie Dunning. Westmorland Ltd. omvat o.a. een hotel, twee benzinestations en een bezoekersattractie. Kwaliteit en duurzaamheid en oog voor de lokale bevolking staan hier echt op nummer 1 en dat zie je terug in hun toeristisch product en de missie van het bedrijf. Het familiebedrijf startte in de jaren zeventig met Tebay Services, het enige lokaal beheerde benzinestation langs de snelweg. Het bedrijf is nu uitgegroeid tot een miljoenen bedrijf (jaarlijkse omzet van meer dan 40 miljoen) met meer dan 500 mensen in dienst. Ondanks dat ze nu zo groot zijn, hebben ze nog steeds oog voor de lokale bevolking. Zo promoten en verkopen zij streekproducten van kleine ondernemers die anders niet konden bestaan. Dit is een positieve ontwikkeling voor het landschap, want die kleine boeren kunnen nu het zo typische agrarische Engelse landschap in stand houden, waardoor verrommeling en kwaliteitsverlies wordt tegengegaan. Westmorland Ltd. subsidieert daarnaast lokale scholen, speelgroepen en cultuur. Ook in Engeland werken ministeries in zuilen, dit maakt het lastig voor individuele ondernemers om functies in het landelijke gebied te combineren, zoals toerisme en landbouw, omdat je dan al snel met bureaucratie te maken krijgt. De Dunnings hebben hier ook mee te maken gehad toen zij een slachterij opzetten om in eigen vleesaanvoer te voorzien voor hun restaurants en winkels. Tebay is een voorloper op het gebied van aanbieden van streekproducten. Grote projectontwikkelaars die op andere plekken benzinestations runnen, bieden vaak een uniform product. Toch zie je nu wel dat andere benzinestations dit concept proberen te kopiëren, want er is bewezen dat de benzinestations van Rheged wel degelijk een hogere stopping rate hebben dan de reguliere benzinepompen langs de snelweg. Helaas stimuleren EU-regels eerder grootschaligheid en kapitaalcrachtigheid dan kleine lokale initiatieven, aldus de familie Dunning. Het laatste grote project van de Dunning familie is de prijswinnende indoor bezoekersattractie voor de bezoekers van het Lake District, Rheged. Rheged heeft Europa's grootste grasdak en is ontworpen als een Lakelandheuvel. Het heeft een 3d filmzaal, 10 gespecialiseerde winkels met streekproducten



en er worden workshops en culturele evenementen georganiseerd en is er een toeristisch informatiecentrum.

Op de vraag hoe het komt dat het bedrijf zo succesvol is geworden geeft Sarah Dunning, CEO van Westmorland Ltd, een belangrijke tip: "richt je budget voor 80% op kwaliteit en 20% op marketing". Met andere woorden een goed product verkoopt zich met minimale marketing inspanning. Westmorland Ltd. krijgt erg veel free publicity o.a. door de prijzen en keurmerken die ze binnen sleept op gebied van duurzaam ondernemen. Passie is essentieel in ondernemerschap. Grote winstmarges moeten niet het uitgangspunt zijn.

Evaluatiesessie

Aan het einde van de reis gaven de deelnemers in een evaluatiesessie aan wat zij persoonlijk hebben geleerd en wat STIRR aan tips kan meenemen.

Een samenvatting van de meest genoemde individuele leerpunten:

- het sterke besef en de aandacht voor het belang van de regionale identiteit en het kenmerkende landschap als unique selling point en drager van de economie
- aandacht voor lokale economie vanuit ondernemers (MVO) en samenwerking tussen branches, publieke en private sector
- cijfers over belang van recreatie en toerisme voor economie boven water halen
- duurzaamheid als motor voor landschap en economie
- bedrijfsfilosofie met focus voor omgeving

De deelnemers gaan met deze leerpunten aan de slag in hun eigen organisatie of bedrijf.

Na de individuele sessie ging de groep uiteen in kleine groepen en werden tips voor STIRR verzameld. Hieronder volgt een samenvatting van de meest genoemde tips:

- kennis en communicatie over STIRR verbreden naar verschillende groepen ook buiten recreatie/toerisme branche en ondernemersnetwerk vergroten
- samenwerking met andere branches en lokale bevolking bewerkstelligen
- met feiten en cijfers laten zien wat recreatie en toerisme voor de (locale) economie betekenen. Grote investeringen van publieke sector kunnen dan ook gerechtvaardigd worden.
- lokale inbedding regionale beeldverhalen zorgt voor kennis van en passie voor de regio vanuit de lokale stakeholders en versterkt de relatie met de lokale economie

STIRR gaat met deze actiepunten aan de slag.

De deelnemers waren zeer tevreden over de inhoud en organisatie van de reis en zien graag een herhaling over twee jaar naar een andere locatie en een tegenbezoek van de Engelsen.

Tanja Emonts en Rob Berkers, Stichting Kenniscentrum Recreatie

Bijlage: Deelnemers en contactgegevens

Naam	Organisatie
dhr. G. Berkelmans	Landgoed De Groene Kamer BV
dhr. R. Berkers	Innovatiefaciliteit recreatie en ruimte
dhr. N. Beun	InnovatieNetwerk
dhr. K. Blokland	Projectbureau Nieuwe Hollandse Waterlinie
dhr. H. Boeschoten	Staatsbosbeheer
dhr. M. Borgstein	Innovatiefaciliteit recreatie en ruimte
dhr. H. Boschloo	VROM
mw. A. Bruins	LNV
mw. J. Caalders	Bureau Buiten
dhr. R. de Graaff	Innovatiefaciliteit recreatie en ruimte
dhr. N. de Kruyff	Saxion Hogeschool
dhr. E. Droogh	RGV Holding BV
mw. T. Emonts	Kenniscentrum Recreatie
dhr. N. Hazendonk	Innovatiefaciliteit recreatie en ruimte
dhr. H. Hillebrand	Habitura
mw. D. Jakobs-Coolen	Kenniscentrum Recreatie
mw. E. Kok-Hendriks	Taskforce Multifunctionele Landbouw
mw. E. Kruitwagen-Hajenius	Recreatieoord de Panoven
dhr. R. Northolt	Scheldeoord
dhr. J. Strous	Landgoed Lemmenhof
dhr. J. Thönissen	RECROON
mw. J. van der Ham	Provincie Noord-Brabant
mw. M. van Kleef	Provincie Gelderland
dhr. J. van Roekel	St. Innovatie Recreatie en Ruimte
dhr. M. Vastenhout	Stichting werk aan de linie, Fort Vechten



Contactgegevens Engelsen

Bryan Scott, sustainable access officer	Hadrian's Wall Heritage Ltd.	0044-1434611785	bryan.scott@hadrianswallheritage.co.uk
Linda Tuttiet, CEO (p.a. Sarah Martin)	Hadrian's Wall Heritage Ltd.	0044-1434 609700	linda.tuttiett@hadrianswallheritage.co.uk
Colin Earnshaw, Community enterprise officer	Northumberland national Park	0044-1434 611512	colin.earnshaw@nnpa.org.uk
Catriona Mulligan, Operations Director	Northumberland national Park	0044-1434 605555	catriona.mulligan@nnpa.org.uk
Louise Davies, Head of Tourism & Culture (p.a. Nicola Dixon)	ONE Northeast Development agency	0044-191 229 6825	nicola.dixon@onenortheast.co.uk
Sarah Dunning, CEO (p.a. Fiona Willan)	Westmorland Ltd.	0044-1539 711314	fiona.willan@westmorland.com
Adrian Vass, teamleader West Northumberland	Natural England	0044-300 0600971	adrian.vass@naturalengland.org.uk
Richard Slade, owner	Battlesteads	0044-1434 230209	info@battlesteads.com
Barry & Carole Howard, owners	Bellingham Camping and Caravanning Club	0044-1434 220175	
Andrew Poad, Property manager	Housesteads	0044 1434 344218	andrew.poad@nationaltrust.org.uk
Fiona Watson, Finance and information officer	Vindolanda	0044 1434 344 277	vindolandatrust@btinternet.com
Henry Wild, owner Skelwith Fold caravan park	BH&HPA, director Cumbria branch	0044-7831394533	Henry@skelwith.com
John Stephenson, owner Bradleyburn caravanpark	BH&HPA, director Northumberland branch	0044-1388 527285	jps@bradleyburn.co.uk
Verona Woodhouse, owner Allendale caravanpark	BH&HPA soon to be director Northumberland branch	0044 1434 683362	

Enkele foto's van de reis

