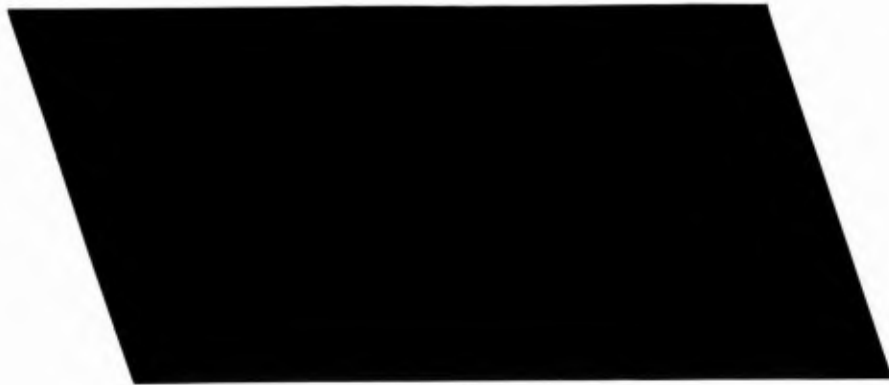


Boekmanstichting - Bibliotheek
Herengracht 415
1017 BP Amsterdam
Tel. 6243739

M E D I A R A A D



Boekmanstichting - Bibliotheek

Herengracht 415 - 1017 BP Amsterdam
telefoon. ~~24 37 36~~ / ~~24 37 37~~ / ~~24 37 38~~ / 24 37 39

De uitleentermijn bedraagt een maand. Mits tijdig
aangevraagd is verlenging met een maand moge-
lijk, tenzij de publikatie inmiddels is besproken.

De uitleentermijn is verstreken op:

--	--	--

Nr 92/773-III-C-1

ADVIES INZAKE DE TOEKOMST
VAN DE WERELDOMROEP

Boekmanstichting - Bibliotheek
Herengracht 415
1017 BP Amsterdam
Tel. 6243739

Den Haag, 29 september 1992

Mediaraad
Lange Voorhout 19
2514 EB DEN HAAG

Lange Voorhout 19
2514 EB s-Gravenhage
Tel: (070) 361 59 35
Fax: (070) 360 09 01



MEDIARAAD

Aan mevrouw de minister van
Welzijn, Volksgezondheid en
Cultuur,
Sir Winston Churchilllaan 366
Rijswijk

Ops. kenmerk	Onderwerp	Uw brief van	s-Gravenhage,
Nr. 92/773-III-C-1	Advies inzake de toekomst van de Wereldomroep	17 maart 1992 MLB/OP-92.516	29 september 1992

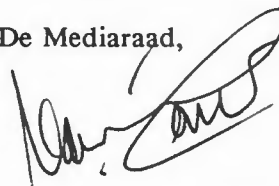
Geachte mevrouw,

Bij brief van 17 maart 1992 (MLB/OP-92.516) heeft u de Mediaraad gevraagd u van advies te dienen inzake het 'Europaplan' van de RNWO. Bijgaand doet de Mediaraad u dat advies toekomen, waaraan hij de titel heeft gegeven ' de toekomst van de Wereldomroep'.

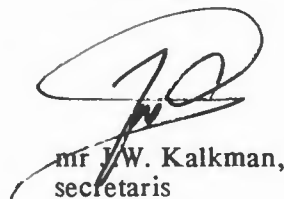
Ter voorbereiding van het onderhavige advies heeft de Raad gesprekken gevoerd met de Wereldomroep en organisaties en personen die werkzaam zijn op of zich bezighouden met het onderhavige beleidsterrein.

Een afschrift van dit advies is tevens gezonden aan uw ambtgenoten van Buitenlandse Zaken, Ontwikkelingssamenwerking en Economische Zaken. U wordt geacht het advies tevens in uw hoedanigheid als beleidsverantwoordelijke voor cultuur te hebben ontvangen.

De Mediaraad,



André van der Louw,
voorzitter,



mr J.W. Kalkman,
secretaris

Boekmanstichting - Bibliotheek
Herengracht 415
1017 BP Amsterdam
Tel. 6243739

INHOUDSOPGAVE:

SAMENVATTING EN ADVIES

1. INLEIDING

2. DE WERELDOMROEP IN KORT BESTEK

3. VERANDER(EN)DE OMSTANDIGHEDEN

3.1 Nederland en een verander(en)de wereld

3.2 Nederlanders en het buitenland

3.3 Veranderingen in de media

3.4 Veranderingen in overheidsbeleid

3.5 Veranderingen bij de RNWO

4. DE DOELGROEPEN

4.1 Nederlanders in den vreemde

4.2 Buitenlanders in eigen land

5. OVERWEGINGEN

5.1 Beleidskaders

5.2 Wegingsfactoren

5.3 Mogelijke beleidskeuzes

5.4 Evaluatiemechanisme

5.5 Fasering

6. DRIE ASPECTEN VAN DE ADVIESAANVRAAG

6.1 Een toekomstgerichte taakhoud van de Wereldomroep in samenhang met de binnenlandse omroep

6.2 De behoefte aan cultureel gerichte informatie bij een publiek in Europa

6.3 De concrete voorstellen van de RNWO voor een Europees programma

BIJLAGEN

- Adviesaanvraag van de minister van WVC
- Brief van de RNWO inzake Europaplan
- De Stichting Radio Nederland Wereldomroep

Boekmanstichting - Bibliotheek
Herengracht 415
1017 BP Amsterdam
Tel. 6243739

SAMENVATTING EN ADVIES

Sinds de oprichting van de Wereldomroep in 1947 zijn de omstandigheden waarin deze informatievoorziening functioneert in veel opzichten gewijzigd. Zo neemt Nederland een andere positie in de wereld in en zijn de overzeese gebiedsdelen verzelfstandigd. Ook is in de mobiliteit van de Nederlandse bevolking verandering opgetreden en zijn er voor de emigratielanden van na de Tweede Wereldoorlog nieuwe bestemmingen in de plaats gekomen. Voorts zijn het aantal en de soorten beschikbare communicatiemiddelen sterk gegroeid. Door deze ontwikkelingen zijn er nieuwe doelgroepen voor een uit Nederland afkomstige informatievoorziening aan te wijzen en is het belang van de voorziening voor de 'oude' doelgroepen gewijzigd.

Naar de mening van de Raad sluiten de werkzaamheden van de Wereldomroep niet meer op de huidige situatie aan. Het takenpakket en de te bedienen doelgroepen van de Wereldomroep dienen dan ook in het licht van de veranderende omstandigheden te worden herzien. De Raad constateert dat het tot op heden echter ontbreekt aan kaders en wegingsfactoren op grond waarvan het beleid inzake de Wereldomroep, en dus de besluitvorming over een toekomstige takenpakket, vorm gegeven moet worden.

De Mediaraad is van mening dat bij de besluitvorming over die toekomstige taakhoud van de Wereldomroep de ministers betrokken dienen te zijn die verantwoordelijk zijn voor de verschillende beleidsterreinen waarbinnen de werkzaamheden van de Wereldomroep zich afspelen. In de huidige situatie strekken die werkzaamheden zich uit over het mediabeleid, buitenlands beleid, ontwikkelingssamenwerking en cultuurbeleid.

Er zal vastgesteld moeten worden voor welke doelgroepen het in de huidige omstandigheden zinvol is dat zij door de Wereldomroep worden bediend en welke middelen daarvoor moeten worden ingezet. Daarbij zullen prioriteiten moeten worden gesteld en zal een afweging plaats moeten vinden aan de hand van de vraag of het in te zetten middel wel in verhouding staat tot het na te streven doel. Het gaat daarbij onder meer om vergelijking met al bestaand aanbod, de omvang van de doelgroep en om financiële en programmatische aspecten. De uitkomsten hiervan zijn afhankelijk van de op basis van politieke overwegingen gelegde accenten.

Indien het resultaat is dat de Wereldomroep in de toekomst werkzaamheden zal verrichten ter ondersteuning van doelstellingen van verschillende beleidsterreinen, zullen daaruit consequenties voortvloeien voor de onderlinge verdeling van (financiële) verantwoordelijkheden voor de Wereldomroep tussen de desbetreffende ministers.

Aangezien de omstandigheden waarin de Wereldomroep functioneert zullen blijven veranderen zal er een periodieke evaluatie van de taakhoud van de Wereldomroep dienen plaats te vinden.

De Raad is van mening dat bij de vaststelling van de toekomstige taakhoud rekening moet worden gehouden met enkele zwaarwegende belangen. Eén van die belangen ligt naar de mening van de Raad bij de in het buitenland verblijvende Nederlanders voor wonen, werk of vakantie. Ook van belang acht de Raad een voorziening voor de (vroegere) overzeese gebiedsdelen waarmee Nederland staatkundige betrekkingen heeft of had alsmede voor die landen waar informatie ontbreekt of waar de informatievoorziening door de overheid gecontroleerd wordt.

In hoeverre samenwerking tussen de Wereldomroep en de binnenlandse omroep mogelijk is is afhankelijk van de vast te stellen taakhoud van de Wereldomroep. De Raad acht samenwerking in ieder geval mogelijk ten aanzien van op Nederlanders in het buitenland gerichte programma's, waarbij de Wereldomroep van de programma's van de binnenlandse omroep gebruik kan maken. Ook zouden programma's van de Wereldomroep benut kunnen worden door de binnenlandse omroep.

Om te bevorderen dat samenwerking ook daadwerkelijk tot stand komt kan aan de Wereldomroep en de binnenlandse publieke omroep de verplichting worden

opgelegd een gezamenlijk op te stellen Meerjarenplan ter goedkeuring aan de eerstverantwoordelijke minister voor te leggen. De goedkeuringsbevoegdheid zou betrekking moeten hebben op samenwerking als zodanig en niet op de wijze van samenwerking.

In beginsel staat de Raad positief tegenover een cultureel gericht Europees programma van de Wereldomroep. Een antwoord op de vraag of een dergelijk programma voorziet in behoeften kan eerst gegeven worden indien er duidelijkheid bestaat over die behoeften en het luistergedrag van het te bereiken publiek. Nu bovendien is gebleken dat de door de RNWO in zijn voorstel van 16 december 1991 gedane voorstellen nog nader uitgewerkt moeten worden en enige bijstelling behoeven, acht de Raad een Europees programma vooralsnog niet zinvol.

De Mediaraad adviseert de minister van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur:

1. in overleg te treden met de ministers die verantwoordelijk zijn voor de beleidsterreinen ter ondersteuning waarvan de Wereldomroep in de huidige situatie functioneert, en in gezamenlijk overleg aan de hand van de aangegeven wegingsfactoren te komen tot een toekomstige taakinhoud van de Wereldomroep;

2. te bevorderen dat voorzover noodzakelijk wetgeving tot stand wordt gebracht, waarin wordt vastgelegd:

- een aangepaste taakstelling van de Wereldomroep;
- de eventuele betrokkenheid van de andere ministers;
- de verplichting tot het tezamen met de binnenlandse omroep opstellen van een Meerjarenplan, dat de goedkeuring van de eerstverantwoordelijke minister behoeft;
- een instrument voor periodieke evaluatie.

1. INLEIDING

De Mediaraad is bij brief van 17 maart 1992 door de minister van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur gevraagd advies uit te brengen over o.m. het Europaplan van de Wereldomroep. Het bestuur van de Stichting Radio Nederland Wereldomroep (RNWO) had in december 1991 aan de minister een nota aangeboden, die ingaat op de vraag hoe Nederland zich cultureel in een verder integrerend Europa wil manifesteren en de rol van de Wereldomroep daarin¹.

De minister verzoekt de Mediaraad te adviseren over:

1. een toekomstgerichte taakinhoud van de Wereldomroep in samenhang met de binnenlandse radio-omroep;
2. de visie van het bestuur (van RNWO) ten aanzien van de behoefte aan cultureel gerichte informatie bij een publiek in Europa en de gewenste rol van het medium radio bij het structureel voorzien in een mogelijke behoefte;
3. de concrete voorstellen van de RNWO voor een Europees programma m.b.t. de programmering, samenwerking, distributie en financiering.

De adviesaanvraag van de minister is een uitvloeisel van haar in de Nota Publieke omroep in Nederland² opgenomen voornemen de positie en het functioneren van Radio Nederland Wereldomroep te betrekken bij het onderzoek naar een grotere samenhang tussen de publieke radiostations op de verschillende niveaus. In het kader van dat onderzoek noemde zij daarbij de mogelijke nauwere bestuurlijke en organisatorische banden tussen de nationale en internationale radiovoorziening, een grotere samenhang op het programmatisch vlak en op het distributievraagstuk van de Wereldomroep. Dit voornemen sluit aan bij het advies van de Mediaraad inzake de toekomst van de omroep (2) van 20 februari 1990, waarin de Raad heeft gewezen op het nut te onderzoeken of en in hoeverre de Wereldomroep bij de herstructurering van de NOS betrokken zou kunnen worden.

In een brief van 15 april jl. aan de voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal over mediabeleid³ geeft de minister aan dat een meer definitieve gedachtenvorming op politiek niveau dient plaats te vinden over de taak en de omvang van de Wereldomroep. Zij kondigde aan mede aan de hand van het door de Mediaraad hierover uit te brengen advies voorstellen terzake te zullen formuleren.

Bij de behandeling van de hem voorgelegde vragen is de Raad gestuit op een aantal fundamentele aspecten die verbonden zijn aan het bestaan van een vanuit Nederland op de wereld gerichte informatievoorziening, waarvan hij bespreking noodzakelijk acht voor de formulering van een advies.

Hierna volgt allereerst een korte uiteenzetting over het ontstaan en de huidige taak en werkzaamheden van de Wereldomroep. Daarna wordt aangegeven hoe de omstandigheden sindsdien zijn veranderd. Vervolgens worden de verschillende doelgroepen besproken. Daarna worden overwegingen gegeven alsmede de implicaties voor de onderwerpen van de adviesaanvraag.

¹ Een kopie van de adviesaanvraag is als bijlage 1 bij dit advies gevoegd

² Tweede Kamer 1990-1991, nr 22147, nr 1

³ Idem, nr 22

2. DE NEDERLANDSE WERELDOMROEP IN KORT BESTEK⁴

De Nederlandse Wereldomroep is voortgekomen uit een door Philips in de jaren twintig gestart experiment van uitzendingen via een korte golf-zender naar het toenmalige Nederlands-Indië. Deze uitzendingen werden langzamerhand uitgebreid naar andere delen van de wereld. Er ontstond een geschil tussen deze op nationale leest geschoeide wereldomroep en de particuliere omroeporganisaties, die ook werelduitzendingen wilden verzorgen. Uiteindelijk koos de overheid er voor een 'verzuilde' wereldomroep op te richten, waartoe in 1940 een wetsontwerp werd ingediend. Door het uitbreken van de Tweede Wereldoorlog werd de behandeling van dit wetsontwerp echter doorkruist. Na de oorlog werd uiteindelijk besloten dat de wereldomroep en de binnenlandse omroep twee aparte organisaties zouden zijn. De binnenlandse uitzendingen zouden door de in de Nederlandse Radio Unie verenigde omroepen worden verzorgd. Voor de werelduitzendingen werd op 15 april 1947 een nieuwe stichting opgericht: de Stichting Radio Nederland Wereldomroep (RNWO).

De Nederlandse Wereldomroep is een bij wet ingestelde journalistieke informatievoorziening gericht op het buitenland. De Wereldomroep is redactioneel onafhankelijk en kan binnen de wettelijke taakstelling autonoom bepalen welke doelgroepen en doelgebieden met inzet van welke middelen worden bediend. De minister van WVC is de eerstverantwoordelijke minister voor de Wereldomroep. De taak en organisatie van de Wereldomroep zijn vastgelegd in de Mediawet; de Wereldomroep wordt gefinancierd uit de omroepmiddelen. De Wereldomroep is een publieke omroep, die los van de binnenlandse omroep functioneert. Dat geldt ook voor de financiering: de Wereldomroep ontvangt jaarlijks een eigen bijdrage uit de omroepmiddelen. In 1992 ontving hij een bedrag van ca. f70 miljoen.

In tegenstelling tot de binnenlandse omroep, die voor het uitzendgereed maken van programma's gebruik maakt van de faciliteiten van het NOB en van audiovisuele producenten, beschikt de Wereldomroep over eigen technisch personeel en studio's. Met de NOS wordt samengewerkt op het gebied van arbeidsvoorwaarden.

Bij de Wereldomroep is ook het Radio Nederland Training Centre ondergebracht, waar in het kader van ontwikkelingssamenwerking buitenlandse journalisten, presentatoren en technici worden opgeleid. Dit Training Centre wordt niet uit de omroepmiddelen gefinancierd, maar voor 95% door het ministerie van Buitenlandse Zaken en voor 5% door Philips.

De Wereldomroep heeft een tweeledige taak: het bedienen van Nederlanders die in het buitenland verblijven en het verzorgen van programma's voor de plaatselijke bevolking in het buitenland. Ter uitvoering van die taak zendt de Wereldomroep niet alleen zelf programma's uit, maar ook stelt zij programma's ter beschikking aan buitenlandse stations om door hen ter plekke te worden uitgezonden (transcriptie).

Door de Wereldomroep worden verschillende soorten programma's voor verschillende doelgroepen en gebieden verzorgd. Dagelijks worden werelduitzendingen in het Nederlands en het Engels uitgezonden. In deze programma's worden het internationale nieuws en actualiteiten gebracht en wordt verslag gedaan van belangrijke Nederlandse gebeurtenissen of evenementen. Ook wordt daarin aandacht besteed aan de Nederlandse cultuur. In de Nederlandstalige programma's wordt daarnaast tevens verslag gedaan van belangrijke sportevenementen en wordt bijvoorbeeld in tijden van verkiezingen informatie gegeven over de programma's van de verschillende politieke partijen. Ook wordt er wekelijks een programma uitgezonden om het contact tussen luisteraars en de Wereldomroep te bevorderen.

De Wereldomroep verzorgt ook een speciaal op Europa gericht Nederlandstalig

⁴

Voor een uitgebreid overzicht van de taak en werkzaamheden van de RNWO wordt verwezen naar bijlage 3

programma in twee edities: de Nieuwslijn Europa-uitzendingen. Naast nieuws- en actualiteiten-programma's (waaronder sportverslaggeving) is daarin ruimte voor service-programma's, zoals het Europees weerbericht, oproepen van de ANWB-alarmincentrale, een dagbladenoverzicht en een financieel economisch overzicht met de belangrijkste beurskoersen. Bovendien wordt van bepaalde sportevenementen, zoals de Tour de France, rechtstreeks verslag gedaan.

Naast de wereld- en Europa-uitzendingen worden programma's verzorgd die zijn gericht op bepaalde gebieden. Behalve nieuws en sport wordt daarin ook op die regio gerichte actualiteiten en informatie gebracht. Er worden ook muziekprogramma's uitgezonden, waarin muziek van zowel Nederlandse als buitenlandse componisten en uitvoerende musici wordt gebracht. Zo wordt er in het Caribisch gebied bijvoorbeeld een verzoekplatenprogramma uitgezonden en bevatten de op Afrika gerichte uitzendingen wekelijks een programma rondom een plaatselijk bekende muzikant.

De Wereldomroep werkt met het ministerie van Buitenlandse Zaken samen op het gebied van het produceren van televisieprogramma's en de verspreiding van door de afdeling Programma-Export van de Wereldomroep vervaardigde programma's. Deze verspreiding vindt plaats via de Nederlandse ambassades.

De programma's van de Nederlandse Wereldomroep worden via de korte golf uitgezonden. Met die uitzendingen wordt bijna de hele wereld bereikt. Daarnaast zendt de Wereldomroep sinds kort ook via een communicatiesatelliet uit. De via deze satelliet uitgezonden programma's zijn te ontvangen in het Caribisch gebied en Midden-Amerika. Die uitzendingen kunnen door de plaatselijke stations worden opgevangen en heruitgezonden via middengolf of FM.

3. VERANDER(EN)DE OMSTANDIGHEDEN

De taken en werkzaamheden van de Nederlandse Wereldomroep zijn ontstaan en gegroeid in omstandigheden die sindsdien in veel opzichten zijn gewijzigd. Hierna zullen enkele van die veranderingen worden aangestipt, voorzover zij in het kader van de advisering van belang zijn en zonder dat de Raad de pretentie heeft daarin volledig te kunnen zijn.

3.1. Nederland en een verander(en)de wereld

Sinds de tijd waarin de Wereldomroep is opgericht heeft zich een proces van internationalisering voltrokken. De transportmogelijkheden van goederen en personen zijn toegenomen, waardoor de wereld als het ware "dichterbij is gekomen". Men is niet meer alleen georiënteerd op zijn eigen land. Veelal kan men beschikken over produkten uit de gehele wereld en via de media kan men kennismaken van andere landen en hun bevolking. Ook is de groep mensen die meerdere talen beheersen gegroeid.

Voorts zijn er internationale verbanden ontstaan voor afstemming van beleid op diverse terreinen. Aan die verbanden neemt ook Nederland deel, zij het dat het daarin gezien zijn omvang en het aantal inwoners een bescheiden plaats inneemt. Tevens is er in toenemende mate sprake van vestiging van buitenlandse instellingen, bedrijven en personen in andere landen. Daardoor vindt er een verschuiving plaats in het belang dat landen hebben voor andere landen, en dus ook voor Nederland en de Nederlandse bevolking. In dit verband kan in het bijzonder gewezen worden op de vestiging van arbeidskrachten vanuit mediterrane landen in Nederland.

Voorts is in Europa een proces tot staatkundige eenwording in gang gezet, waar ook Nederland deel aan heeft. De steeds verder gaande integratie binnen Europa heeft voor Nederland en de andere Lid-Staten verstrekkende gevolgen op economisch, sociaal en cultureel gebied.

Tot slot is de positie van Nederland in de wereld ook gewijzigd door de verzelfstandiging van de overzeese gebiedsdelen. Alleen met de Antillen bestaan nog staatkundige betrekkingen.

3.2. Nederlanders en het buitenland

Na de Tweede Wereldoorlog is er sprake geweest van een zogenaamde emigratiegolf. Veel Nederlanders vertrokken naar Canada, Australië en Nieuw Zeeland om daar een nieuw bestaan op te bouwen. Aan deze emigratiegolf is inmiddels een einde gekomen. Deze emigranten zijn ouder geworden en hebben mogelijk een mindere binding met Nederland; dit geldt nog meer voor de tweede generatie. Voorts zijn door de verzelfstandiging van de overzeese gebiedsdelen de inwoners van die gebieden voor Nederland buitenlanders geworden.

Daartegenover staat dat de Nederlanders door het internationaliseringsproces mobieler zijn geworden. Voor de 'oude emigranten' is een nieuw soort emigranten in de plaats gekomen, die zich vooral in het zuiden van Europa hebben gevestigd. In dat gebied bevindt zich ook een steeds groeiende groep Nederlandse overwinteraars.

In het kader van de hierboven al genoemde vestiging van bedrijven in het buitenland is er ook sprake van een toegenomen arbeidsmobiliteit. Het tijdelijk werkzaam zijn in een ander land is binnen Europa vergemakkelijkt door de vrije vestiging en het vrije verkeer van diensten.

Tevens is het vakantiegedrag van de Nederlanders gewijzigd. Vroeger werd de vakantie veelal in het eigen land doorgebracht. Nu gaat een groot deel van de Nederlandse bevolking (46%) minstens één keer per jaar naar het buitenland op vakantie. Voor het leeuwendeel van die vakantiegangers (96%) ligt de bestemming

binnen Europa⁵.

3.3. Veranderingen in de media

Het aantal en de soorten beschikbare communicatiemiddelen zijn sterk toegenomen. Daardoor zijn de mogelijkheden voor burgers om zich te informeren verruimd. Het uitwisselen van informatie is een stuk simpeler geworden en dus is het contact tussen Nederland en de rest van de wereld gemakkelijker geworden. Zo kan men in veel landen kiezen uit diverse binnenlandse en buitenlandse televisiestations en radiozenders, welke laatste veelal via AM of FM te ontvangen zijn. Bovendien is het aanbod en de beschikbaarheid van persorganen toegenomen en is een snelle informatie-uitwisseling mogelijk via telefoon, fax en datatransmissie. Technologische ontwikkelingen in de informatiedistributie hebben er bovendien voor gezorgd dat het media-aanbod van een steeds betere kwaliteit is geworden. De omvang van het media-aanbod en de kosten ervan verschillen per regio.

3.4. Veranderingen in overheidsbeleid

Tengevolge van de aangegeven verander(en)de omstandigheden hebben zich ook in het overheidsbeleid op verschillende terreinen wijzigingen voorgedaan. Zo zorgen de internationale ontwikkelingen en de in internationaal verband gemaakte afspraken, maar ook wijzigende binnenlandse politieke verhoudingen voor een voortdurende verschuiving in aandachtsgebieden bij het buitenlands beleid. Ook internationale afspraken aangaande de media en met name die in het kader van de Europese Gemeenschap zijn daarbij van belang. Daarnaast kan in het mediabeleid ook worden gewezen op de verschuiving van de aandacht voor de publieke naar de private sector. Aangezien aannemelijk is dat veranderingen zich zullen blijven voordoen, zal ook het mediabeleid in beweging blijven.

3.5. Veranderingen bij de RNWO

Bij de oprichting van de Wereldomroep was met name het bedienen van (ex-) Nederlanders in de overzeese gebieden het uitgangspunt van de uitzendingen. In dat opzicht heeft de RNWO bij zijn aanvang voornamelijk gefunctioneerd als een dienst voor landgenoten in de overzeese gebieden. In de loop der tijd zijn daar taken, doelgroepen en doelgebieden bijgekomen.

De doelgebieden van de Nederlandse uitzendingen zijn door de grote emigratiegolf van na de tweede wereldoorlog uitgebreid met Canada, Australië en Nieuw-Zeeland. Daarnaast heeft de RNWO zich meer en meer ontwikkeld tot een internationaal station: het is in andere talen gaan uitzenden om ook de plaatselijke bevolking in verschillende delen van de wereld te bereiken. De Nederlandse Wereldomroep staat daarin niet op zichzelf. Ook de wereldomroepen van andere landen hebben die ontwikkeling doorgemaakt. Deze ontwikkeling heeft een politiek-ideologische achtergrond: de uitzendingen van de wereldomroepen pasten in de buitenlandse politiek van de verschillende nationale overheden. Dat wil niet zeggen dat de wereldomroepen voor wat betreft die taak door de nationale overheden als instrument van buitenlandse politiek worden ingezet. Zoals eerder aangegeven is de Nederlandse Wereldomroep, net als bijvoorbeeld de BBC-Worldservice, een zelfstandige organisatie waarvan weliswaar de taakstelling is vastgelegd, maar die overigens onafhankelijk van de politiek functioneert.

Gaandeweg zijn in de loop der tijd de doelgebieden van de RNWO uitgebreid met Amerika en de Arabische wereld (voor Nederland in economisch opzicht van belang) en de ontwikkelingslanden in Afrika en Azië (om handelsbetrekkingen te bevorderen, maar met name ook als steun voor deze landen). Anders dan de meeste wereldomroepen is de Nederlandse Wereldomroep zich na afweging van

5

Deze gegevens zijn afkomstig uit een in opdracht van de RNWO door de afdeling KLO van de NOS verricht onderzoek "Nederlandse vakantiegangers en het luisteren naar de Wereldomroep", van november 1991.

de kosten en het nut van de uitzendingen niet gaan richten op Oost Europa en de (voormalige) Sovjet Unie. De uitzendingen van de RNWO zijn daar dan ook, met uitzondering van de grensstreken, niet te ontvangen.⁶

Ook met betrekking tot de distributie van de uitzendingen hebben zich ontwikkelingen voorgedaan. De uitzendingen van de Wereldomroep vonden in eerste instantie alleen plaats via de korte golf. Het is echter steeds drukker geworden op de korte-golfband en op dit moment is er sprake van een wereldwijde overbezetting. Hierdoor zijn de ontvangstresultaten matig geworden. Bovendien is het aantal korte-golfluisteraars met name in de gebieden waar geen strenge censuur is sterk teruggelopen. Er is immers een groot aanbod van uitzendingen via AM en FM, waarvan de geluidskwaliteit een stuk beter is dan die van de korte-golf. Om die reden is de Wereldomroep ook gaan uitzenden via een communicatiesatelliet.

6

Zie Donald R. Browne, 'International Radio Broadcasting, The limits of a Limitless Medium, Praeger Publishers, 1982, p. 198 ev.

4. DE DOELGROEPEN

Van oudsher heeft de Wereldomroep zich gericht op Nederlanders in den vreemde en buitenlanders in hun eigen land. De hiervoor aangegeven verander(en)de omstandigheden duiden erop dat de omvang, de samenstelling en de aard van de doelgroepen ook aan veranderingen onderhevig zijn.

4.1. Nederlanders in den vreemde

Anders dan vroeger is de groep Nederlanders die in het buitenland verblijft te onderscheiden in mensen die permanent uit Nederland zijn vertrokken, zij die tijdelijk in het buitenland verblijven en zij die daar incidenteel verblijven. Het belang van een Nederlandstalige informatievoorziening kan voor ieder van deze categorieën verschillend zijn.

4.1.1. Permanent verblijf in het buitenland

Met deze groep wordt bedoeld op de Nederlanders die zich in het buitenland hebben gevestigd met het doel om niet meer terug te komen. Sommigen van hen behouden wel de Nederlandse nationaliteit. Het belang van deze groep Nederlanders bij een Nederlandse informatievoorziening zal met name liggen in de mogelijkheid een band met het moederland te houden. Ook het feit dat de informatie in de Nederlandse taal plaatsvindt kan daarbij een rol spelen.

Deze groep (ex-)Nederlanders is mogelijk op den duur niet meer geheel op de hoogte van alle specifieke ontwikkelingen in Nederland; verdedigd zou kunnen worden dat de berichtgeving een tamelijk globaal karakter kan hebben.

4.1.2. Tijdelijk verblijf in het buitenland

Zij die bijvoorbeeld tijdelijk in het buitenland werken hebben er belang bij om tijdens dat verblijf kennis te kunnen blijven nemen van de ontwikkelingen in Nederland, zodat men zonder kennisachterstand in Nederland kan terugkeren. Door de berichtgeving in het Nederlands te laten plaats vinden wordt bovendien de taal 'levend gehouden'. Aangezien deze groep voor een niet al te lange periode uit Nederland is vertrokken, kan de berichtgeving een meer specifiek en actueler karakter hebben dan de berichtgeving bestemd voor degenen, die permanent uit Nederland zijn vertrokken.

4.1.3. Incidenteel verblijf in het buitenland

Bij deze groep kan worden gedacht aan vakantiegangers en mensen die voor zakelijke doeleinden kort naar het buitenland gaan. Deze groep heeft eenzelfde belang bij informatie over Nederland als voor de tijdelijk in het buitenland verblijvende Nederlanders. Naast specifieke en actuele berichtgeving over Nederland, zal deze groep echter tevens belang hebben bij de serviceberichten, zoals de oproepen van de ANWB-alarmcentrale.

4.2. Buitenlanders in eigen land

4.2.1. Gebrek aan informatie

Voor de plaatselijke bevolking in andere delen van de wereld kan een informatievoorziening vanuit Nederland van belang zijn, indien andere informatie ontbreekt of omdat de wél verstrekte informatie door media gebracht wordt die door de overheid beheerst worden en aanvulling verdient. De identiteit van het zendende land is voor de bevolking daarbij alleen van belang om te weten of de informatie objectief is. Voor de vraag of de bevolking al over de informatie kan beschikken dient niet alleen gekeken te worden naar de inhoud, maar ook naar de vorm en de taal waarin het beschikbaar is. De berichtgeving door andere internationale voorzieningen vindt immers niet altijd in de eigen taal van het land plaats. Berichtgeving over Nederland zal slechts van belang zijn voor

diegenen die een speciale interesse voor Nederland hebben.

4.2.2. Buitenlands beleid

Buitenlanders in eigen land kunnen ook doelgroep zijn voor de realisering van bepaalde doeleinden van Nederlands buitenlands beleid. Daarbij kan worden gedacht aan het uitdragen van de Nederlandse cultuur (in de brede zin van het woord), promotie van Nederland op economisch gebied, het onderhouden van betrekkingen met landen waarmee Nederland historische banden heeft, en het geven van voorlichting in het kader van ontwikkelingssamenwerking.

4.2.3. Europa

Speciale vermelding verdient hier nog dat door de Europese integratie niet alleen de economische grenzen wegvallen, maar er ook een grote informatiestroom ontstaat tussen de Lid-Staten. Die informatiestroom is ook van belang voor de inwoners van de Lid-Staten. Men kan op die wijze kennis nemen van de politieke en maatschappelijke standpunten en de verschillende culturen van de bevolkingen van de andere landen, die deel uitmaken van het staatkundige geheel waartoe zij ook zelf behoren. In dat kader zou het voor de Europeanen ook van belang kunnen zijn kennis te nemen van de Nederlandse cultuur en politieke stellingname.

5. OVERWEGINGEN

In de vorige hoofdstukken is aangegeven dat de omstandigheden waarbinnen de Wereldomroep functioneert zijn veranderd en dat dit gevolgen heeft voor de omvang, samenstelling en de aard van de verschillende doelgroepen.

De RNWO zelf heeft zich in de loop der tijd in zoverre aan de veranderende omstandigheden aangepast dat initiatieven zijn ontplooid om de bestaande doelgebieden zo goed mogelijk te kunnen blijven bedienen door betere distributie en nieuwe werkzaamheden. Het is daarbij steeds gegaan om een uitbreiding van werkzaamheden; er zijn geen taken, doelgroepen of doelgebieden afgestoten. Ook het nieuwe initiatief tot het brengen van een Europees programma wordt voorgesteld als een uitbreiding van de reeds bestaande taken.

De overheid heeft in haar beleid ten aanzien van de Wereldomroep niet kunnen inspelen op veranderingen, omdat duidelijke beleidskaders en criteria tot op heden ontbreken.

5.1. Beleidskaders

In de huidige situatie draagt de minister van WVC de uitsluitende verantwoordelijkheid voor de Wereldomroep. Niettemin zijn er verschillende terreinen van overheidsbeleid die kunnen raken aan het werk van de RNWO.

5.1.1. Terreinen van beleid

Eén van die terreinen is *mediabeleid*; de grondslag voor dat beleid ligt in het algemeen in de communicatievrijheid. Instelling en instandhouding van een informatievoorziening voor in het buitenland verblijvende Nederlanders kan haar grondslag daarin vinden, indien die voorziening wordt beschouwd als een verlenging van de 'public service'-gedachte. Het gaat dan om de functie die de media in het algemeen vervullen om het voor de bevolking mogelijk te maken zich een mening te vormen op velerlei terreinen. In dat kader is te verdedigen dat Nederlanders die voor enige tijd in het buitenland verblijven en in Nederland stemgerechtigd blijven, ook in het buitenland in hun eigen taal op de hoogte worden gehouden van de ontwikkelingen in Nederland. Aangezien een voorziening voor dat doel een kostbare aangelegenheid is en de doelgroep beperkt is, is het niet aannemelijk dat het particulier initiatief een dergelijke voorziening zal verzorgen. Als de overheid vindt dat een dergelijke voorziening er moet zijn, dan dient zij daar dus zelf waarborgen voor te scheppen. Deze dienen dan zodanig te zijn dat de informatievoorziening ook de mogelijkheden tot meningsvorming bevat.

De overheidsbemoeyenis houdt voorts verband met het gebruik van de ether, waartoe in internationaal verband (ITU) afspraken zijn gemaakt. Deze raken zowel toestemming, toewijzing en gebruik van de korte-golffrequenties, als het gebruik van satellieten. Het betreft dan *infrastructureel beleid*.

Voor zover het gaat om *buitenlands beleid*, kan gedacht worden aan ontwikkelingssamenwerking, internationale handelsbetrekkingen en internationaal cultuurbeleid. De media worden in dat kader ingezet als middel om doelstellingen van buitenlands beleid te realiseren. Ook kan het feit dat Nederland staatkundig onderdeel is geworden van Europa een basis vormen voor overheidsbeleid op dit punt. In verband met de Europese integratie wordt ook een vrije informatie-uitwisseling tussen de Lid-Staten bevorderd. Het gaat dan evenwel meestal om de uitwisseling van niet-wereldomroepprogramma's. Wel kan instelling van een dergelijke voorziening zijn grondslag vinden in *cultuurbeleid*, waarbij het uitdragen van de Nederlandse cultuur een doelstelling vormt.

5.1.2. Informatie of voorlichting?

In de huidige situatie heeft de Wereldomroep een informerende en een voorlichtende taak, hetgeen verband houdt met het feit dat er verschillende beleidsdoelstellingen aan ten grondslag liggen. Beide taken behoren nu tot de exclusieve verantwoordelijkheid van de Wereldomroep zelf; van directe

overheidsbemoeyenis is geen sprake. Dit laatste is echter niet vanzelfsprekend, indien de Wereldomroep zou dienen om doelstellingen van buitenlands beleid te ondersteunen. Bepaalde werkzaamheden zoals het geven van voorlichting, bijvoorbeeld over de problemen in de regio met betrekking tot gezondheid of milieu, kunnen ook door de overheid zelf worden verricht. De overheid heeft dan zelf in de hand welk materiaal wordt verzorgd voor welke doelgroepen of doelgebieden en kan zich dan tevens met de inhoud bemoeien.

5.2. Wegingsfactoren

Een te herijken takenpakket kan niet los gezien worden van veranderingen in omstandigheden en doelgroepen. Binnen de gegeven beleidskaders zal daarom in het licht van die veranderingen afgewogen moeten worden voor welke doelgroepen wat voor voorziening ingesteld of in stand gehouden moet worden. Het gaat daarbij enerzijds om het stellen van prioriteiten inzake de te bedienen doelgroepen en anderzijds om de vraag of er een redelijke verhouding bestaat tussen middel en doel (proportionaliteitsvraag). De prioriteitsstelling gaat aan de proportionaliteitsafweging vooraf: eerst moet worden vastgesteld tot welke groep men zich wil richten. Vervolgens blijkt dan uit de behandeling van de proportionaliteitsvraag of en in hoeverre bediening van die doelgroep wel mogelijk is.

5.2.1. Prioriteiten

Bij de vaststelling van een toekomstgerichte taakinhoud van een op het buitenland gerichte informatievoorziening vanuit Nederland zal een afweging moeten worden gemaakt in te bedienen doelgroepen en doelgebieden. Niet de hele wereld kan immers tot de achtertuin van Nederland worden gerekend. In dit kader zal daarom vastgesteld moeten worden aan welke soort voorziening en welke doelgroepen het grootste belang wordt gehecht ('first things first'). Aangezien de omstandigheden zullen blijven veranderen zullen deze prioriteiten steeds opnieuw gesteld moeten worden.

5.2.2. Proportionaliteit

Bij beantwoording van de proportionaliteitsvraag spelen verschillende aspecten een rol, welke tegelijkertijd en in onderling verband een rol spelen.

Vergelijkbare voorzieningen

Nederland is niet het enige land dat via een eigen omroep de wereld van bepaalde informatie wil voorzien. Op dit moment bestaan er zo'n 80 wereldomroepen, die door nationale overheden worden ondersteund en die de meeste gebieden van de wereld bedienen met eigen uitzendingen. Sommige landen hebben door hun omvang en beschikbare middelen, maar ook door de eigen taal, veel meer mogelijkheden voor een goed functionerende voorziening en een groot bereik van hun uitzendingen dan andere, kleinere landen. Een eigen voorziening zal dus een meerwaarde moeten hebben.

Omvang doelgroep

Aangezien doelgroepen zich niet in gelijke mate in de verschillende verzorgingsgebieden bevinden, is het van belang vast te stellen of er zich in dat gebied een concentratie van de doelgroep bevindt. In dat geval zou bediening van die doelgroep de voorkeur verdienen.

Geschikt middel

Rechtstreekse radio-uitzendingen vanuit Nederland zijn snel en aktueel en kunnen grote afstanden overbruggen; in voorkomende gevallen is het ter beschikking stellen van radio- en televisieprogramma's aan plaatselijke stations een alternatief. Ook is het soms mogelijk beeld- of geluidsdragers of drukwerk aan doelgroepen te verstrekken. De keuze voor het middel is mede afhankelijk van omstandigheden ter plaatse, het overige media-aanbod (in welke vorm, taal

en tegen welke prijs) waarover de doelgroep al kan beschikken en het mediagedrag van die doelgroep.

Financiële aspecten

Bij een laag bereik weegt de financiële inspanning vaak niet op tegen het resultaat. Bovendien zijn andere, minder kostbare middelen soms effectief en wordt al door andere media (kranten bijv.) in behoeften voorzien. Ook de mogelijkheden van financiering uit verschillende bronnen is relevant, als er verschillende doelstellingen (van mediabeleid en van buitenlands beleid) worden nagestreefd. Tevens zal de omvang van de ter beschikking staande middelen niet altijd toereikend zijn om de gewenste taken uit te voeren. Het zou immers een onjuiste inschatting zijn van het algemeen overheidsbeleid als uitgegaan zou worden van onbegrensde financiële mogelijkheden.

Programmatische aspecten

De verschillende belangen die de verschillende doelgroepen bij een op hen gerichte informatievoorziening hebben en de verschillende doelstellingen die met de voorziening worden nagestreefd brengen in beginsel met zich dat voor elke doelgroep een ander soort berichtgeving/programma zou moeten worden verzorgd. Hierin zijn keuzen mogelijk, evenals bij de omvang van het aanbod (bijvoorbeeld de hoeveelheid uitzendingen).

Organisatie

Het verrichten van taken kan aan een aparte organisatie worden overgelaten; ook denkbaar is om uit efficiency-overwegingen gebruik te maken van bestaande organisaties en voorzieningen. In dat kader komt de mogelijke samenwerking met de binnenlandse publieke omroep, maar ook die met andere wereldomroepen aan de orde.

5.3. Mogelijke beleidskeuzes

De minister van WVC heeft het initiatief genomen tot politieke besluitvorming over de toekomstige taakinhoud van de Wereldomroep. Met het voorgaande heeft de Mediaraad getracht materiaal aan te reiken op basis waarvan politieke besluitvorming terzake kan plaatsvinden.

Zoals de Raad eerder al heeft vastgesteld heeft het tot nu toe ontbroken aan kaders en wegingsfactoren op grond waarvan besluitvorming tot stand kan komen. Voor wat betreft de beleidskaders wees de Raad er op dat indien er meerdere soorten beleid betrokken zijn bij het werk van de Wereldomroep besluitvorming in overleg zal moeten plaatsvinden met de desbetreffende ministers. Uit de mate van betrokkenheid zullen consequenties voortvloeien voor de onderlinge verdeling van verantwoordelijkheden tussen de betrokken ministers en de wijze waarop daaraan vorm gegeven moet worden.

De resultaten hiervan maken duidelijk of in het kader van de huidige taakstelling veranderingen kunnen worden aangebracht dan wel of die taakstelling zelf wijziging behoeft. Het intact laten van de huidige wettelijke regeling impliceert dat de Wereldomroep onafhankelijk en zelfstandig invulling geeft aan zijn taken. Indien zulks onwenselijk geacht wordt kunnen door middel van de wet meer specifieke opdrachten worden verstrekt, óf kan een basis worden verschaft voor het geven van richtlijnen door één of meer bewindslieden, óf kan een goedkeuringsbevoegdheid aan één of meer ministers worden verleend met betrekking tot Meerjarenplannen van de Wereldomroep, waarin ook de activiteiten zijn opgenomen. Tot hoever de bevoegdheid van de overheid strekt is afhankelijk van de keuze die gemaakt wordt met betrekking tot het soort voorziening: een informatieve/journalistieke of een voorlichtende of een combinatie. Tevens kan de omvang van de werkzaamheden door de beschikbaarstelling van infrastructurele voorzieningen en financiële middelen worden beïnvloed. Bij dit alles zij aangetekend dat hoe de opdracht aan de Wereldomroep ook luidt hijzelf evenmin zal kunnen ontkomen aan een regelmatige weging.

Voor wat betreft de toekomstige taakinhoud van de Wereldomroep zijn vier varianten denkbaar:

- a. afbouw taak Wereldomroep
- b. inkrimping taak Wereldomroep
- c. handhaving taak Wereldomroep
- d. uitbreiding taak Wereldomroep

Een keuze voor één van deze varianten kan naar de mening van de Raad nooit het uitgangspunt vormen, maar moet integendeel worden gezien als het resultaat van de hiervoor genoemde afwegingen van proportionaliteit en prioriteit. De uitkomsten hiervan, die in principe een oneindig aantal varianten kent, zijn afhankelijk van waar de accenten door de verantwoordelijke minister(s) op basis van politieke overwegingen worden gelegd.

Aan de keuzes die op grond van deze wegingsfactoren worden gemaakt zijn echter wel consequenties verbonden voor de vraag welke terreinen van overheidsbeleid bij het functioneren van de Wereldomroep betrokken zijn. Zo houdt de keuze om slechts voor de in het buitenland verblijvende Nederlanders een informatievoorziening in stand te houden in dat het gaat om louter mediabeleid. Financiering uit uitsluitend de omroepmiddelen is dan te rechtvaardigen. Wordt er gekozen voor het voorzien in berichtgeving voor meer of andere doelgroepen, dan zijn verschillende beleidsterreinen bij de voorziening betrokken en is er sprake van een gezamenlijke verantwoordelijkheid van de ministers die het aangaat. Daaronder wordt ook begrepen de gezamenlijke verantwoordelijkheid voor de financiering.

5.4. Evaluatiemechanisme

Het is aannemelijk dat de omstandigheden waarbinnen een wereldomroep functioneert zullen blijven wijzigen. Daarom zal het ook in de toekomst nodig zijn vastgestelde werkzaamheden en taken te blijven evalueren.

De Raad acht het dan ook van belang dat er voorzien wordt in de mogelijkheid van periodieke evaluatie. In dezen zou aansluiting gezocht kunnen worden bij de opstelling en uitvoering van Meerjarenplannen, waarover hierna in het kader van samenwerking met de binnenlandse omroep op teruggekomen zal worden.

De Raad wil in dit verband nog wijzen op het belang van onderzoeksgegevens omtrent het bereik en luistergedrag. Nu geactualiseerde gegevens ontbreken over het luisterpubliek van de RNWO in vergelijking tot dat van de overige wereldomroepen, is een gedegen inzicht in de behoeften bij het publiek niet wel mogelijk.

5.5. Fasering

Eventuele verschuiving in taken en eventuele reorganisaties zullen niet van de ene op de andere dag gerealiseerd kunnen worden. De Raad pleit daarom bij de vaststelling van een nieuw takenpakket voor een gefaseerde aanpak. Op die manier kan ook rekening gehouden worden met gedane investeringen in menskracht en materieel.

6. DRIE ASPECTEN IN DE ADVIESAANVRAAG

De minister van WVC heeft de Raad verzocht te adviseren aan de hand van een drietal aspecten, t.w. een toekomstgerichte taakinhoud van de Wereldomroep in samenhang met de binnenlandse omroep, de behoefte aan een Europees programma en de concrete voorstellen van de RNWO hiertoe.

6.1. Een toekomstgerichte taakinhoud van de Wereldomroep in samenhang met de binnenlandse omroep

Uit het voorgaande mag duidelijk zijn dat het eerst na formulering van een beleid ten aanzien van de Wereldomroep en na weging van verschillende factoren mogelijk is een toekomstgerichte taakinhoud vast te stellen. De Raad voegt hieraan toe een herziening van het takenpakket wenselijk te achten die recht doet aan de veranderde omstandigheden.

De Mediaraad is van mening dat bij het maken van keuzes op basis van de aangegeven wegingsfactoren er in ieder geval rekening moet worden gehouden met enkele zwaarwegende belangen. Een van die belangen ligt naar de mening van de Raad bij de in het buitenland verblijvende Nederlanders. Het gaat daarbij om verschillende groepen die om verschillende redenen tijdelijk in het buitenland verblijven (vestiging, werk of vakantie). De uitzendingen zouden daarbij gericht moeten zijn op die gebieden waar zich de meeste Nederlanders bevinden. Het belang voor 'oude emigranten' staat voor de Raad niet langer vast; de vraag of zij nog behoefte hebben aan uitzendingen van de Wereldomroep zou moeten worden onderzocht.

Van belang acht de Raad voorts programma's gericht op de Nederlandse Antillen, die onderdeel uitmaken van het Koninkrijk der Nederlanden. Een vergelijkbaar belang bestaat er voor (ex-)Nederlanders in vroegere overzeese gebiedsdelen.

Het belang van een voorziening voor landen gericht op de verstrekking van informatie, waar slechts door de overheid gecontroleerde informatie beschikbaar is of waar deze ontbreekt, is naar het oordeel van de Raad eveneens zwaarwegend. Een nieuw belang onder de huidige omstandigheden kan zijn de verzorging van programma's gericht op landen waarmee allochtonen in Nederland bindingen hebben.

Het ondersteunen van doelstellingen van ontwikkelingssamenwerking en overige soorten van buitenlands beleid, zijn naar de mening van de Raad van een andere orde. De Raad voegt hieraan toe dat indien bediening van bepaalde landen wenselijk wordt geacht er in internationaal verband tot afstemming moet worden gekomen om dubblures te vermijden.

Samenwerking tussen de Wereldomroep en de binnenlandse omroep is mogelijk in iedere beleidskeuze; de feitelijke invulling zal afhangen van welke keuze gedaan wordt. Samenwerking zal in elk geval mogelijk zijn ten aanzien van programma's voor de in het buitenland verblijvende Nederlanders, gezien het soort berichtgeving waar deze doelgroep belang bij heeft: actuele informatie over Nederland. Hiermee kan efficiency en journalistieke kwaliteit worden bevorderd. Op dit moment zijn reeds besprekingen gaande tussen de NOS, de regionale omroep en de Wereldomroep over een samenwerking op het gebied van de nieuwsvoorziening. Gedacht wordt aan oprichting van een 'Radio Nieuwscentrale'. De Raad staat positief tegenover een dergelijk initiatief.

Naar zijn mening zou de samenwerking echter niet tot nieuwsprogramma's beperkt behoeven te worden. Ook andere programma's van de binnenlandse omroep zouden zich, na eventuele bewerking, kunnen lenen voor uitzending of transcriptie door de Wereldomroep. Omgekeerd zouden programma's van de Wereldomroep benut kunnen worden voor de binnenlandse omroep dan wel - afhankelijk van technische en juridische haalbaarheid - in Nederland verspreid kunnen worden, met name voor buitenlandse luisteraars die al dan niet tijdelijk in Nederland wonen en werken (bijvoorbeeld uit Turkije of Marokko).

De wijze van samenwerking dient naar de mening van de Raad door de betrokken partijen zelf vorm te worden gegeven; een vrijblijvend karakter zou deze samenwerking niet mogen dragen. Daartoe zou aan de Wereldomroep en de

binnenlandse omroep de verplichting opgelegd kunnen worden tot opstelling van een gezamenlijk Meerjarenplan, dat de goedkeuring behoeft van de eerstverantwoordelijke minister. De wijze van samenwerking lijkt de Raad in eerste instantie een zaak van de binnenlandse omroep en de Wereldomroep zelf; de goedkeuringsbevoegdheid zal veeleer betrekking moeten hebben op de verplichting tot samenwerking als zodanig. Aangezien het plan de basis vormt voor toekenning van de bijdrage aan de omroepen, kan de minister de omroepen daardoor enigszins sturen. Een dergelijke verplichting zou in artikel 82 Mw, dat nu de terreinen aangeeft voor overleg tussen de binnenlandse omroep en de Wereldomroep, kunnen worden opgenomen.⁷

6.2 De behoefte aan cultureel gerichte informatie bij een publiek in Europa

Aangezien Nederland deel is gaan uitmaken van een groter verband (de Europese Gemeenschap) staat de Raad in beginsel positief tegenover het initiatief van de Wereldomroep voor het instellen van een Europees programma ter ondersteuning van de promotie van de Nederlandse cultuur in de ruime zin van het woord.

De Raad beschikt evenwel niet over gegevens op basis waarvan een antwoord zou kunnen worden gegeven op de vraag of er bij een publiek in Europa behoefte aan cultureel gerichte informatie vanuit Nederland bestaat. De Raad acht inzicht in die behoefte een voorwaarde voor de kans van slagen van een Europees programma. Naar de mening van de Raad gaat de Wereldomroep in zijn plan tot lancering van een Europees programma ten onrechte van de veronderstelling uit dat het aanbod de vraag creëert.

Een andere vraag is of radio-uitzendingen wel het beoogde doel kunnen bereiken. Aan radio-uitzendingen via de korte golf zijn de nadelen verbonden dat deze een slechte kwaliteit hebben en men voor de ontvangst van die signalen aparte apparatuur nodig heeft. Alternatieven zouden kunnen worden gevonden in uitzendingen via de middengolf of satelliet, en wellicht in de toekomst via de Direct Broadcasting Satellite. Ook dan is het echter de vraag of de luisteraars gezien de concurrentie van het overige media-aanbod wel op de zender uit Nederland zullen afstemmen. Wellicht is de geïnteresseerde Europese luisteraar te bereiken indien er een Europese zender in samenwerking met de wereldomroepen van de andere Lid-Staten wordt opgericht. Een dergelijke samenwerking is reeds gerealiseerd ten aanzien van een Europese nieuwszender, 'Euronews', waaraan binnenlandse omroepen van de meeste Lid-Staten deelnemen.

Overigens acht de Raad het van belang dat over een mogelijke inhoud van de voor Europa bestemde radio-uitzendingen door de RNWO in overleg getreden wordt met de verschillende culturele organisaties in ons land teneinde inderdaad te kunnen komen tot een gericht Nederlands cultureel beleid naar dit werelddeel.

6.3. De concrete voorstellen van de RNWO voor een Europees programma

In de nota betreffende 'Europabediening' van 16 december 1991 heeft de RNWO concrete voorstellen gedaan met betrekking tot de programmering, samenwerking met de binnenlandse omroep, distributie en financiering van een Europees programma. De RNWO heeft de Raad in een latere brief⁸ echter laten weten dat de veronderstellingen die aan het plan ten grondslag liggen enige bijstelling behoeven. Ten gevolge van die bijgestelde veronderstellingen, die onder andere liggen op het gebied van de distributie en de programma-opzet, zouden de concrete voorstellen nog nader uitgewerkt en wellicht bijgesteld moeten worden.

7

Indien de binnenlandse omroep en de Wereldomroep zouden kiezen voor een vrije uitwisseling van programma's staat daaraan in de huidige situatie het aan de NOS opgelegde verbod tot het produceren voor derden (waaronder ook de Wereldomroep valt) in de weg. Mochten de omroepen het plan hebben hun samenwerking zo vergaand te willen uitwerken dan zal daarvoor in de wet een regeling opgenomen dienen te worden

8

Deze brief van de RNWO aan de voorbereidingscommissie advies Wereldomroep van de Mediaraad dd. 17 augustus 1992 is als bijlage 2 bij dit advies opgenomen.

De Raad acht het dan ook niet zinvol de eerder gedane voorstellen in dit advies uitgebreid te bespreken, maar wil met belangstelling een nadere uitwerking van de voorstellen volgen en zo nodig daarop terugkomen.

W
E L
Z I J N S
V O L K S
G E Z O N D
H E I D E N
C U L T U U R

BIJLAGE 1

Aan de Mediaraad
Lange Voorhout 19
2514 EB Den Haag

Ons kenmerk	Inlichtingen bij	Doorkiesnummer	Rijswijk
MLB/OP-92.516	J.v. Dijk	070-3406207	17 maart 1992
Onderwerp		Bijlage(n)	Uw brief
advies over Europa- plan Wereldomroep		2	

Geacht college,

Het bestuur van de Stichting Radio Nederland Wereldomroep (RNWO) heeft mij in december 1991 een nota aangeboden. De brief en de nota treft u hierbij aan.

Deze nota gaat in op de vraag hoe Nederland zich cultureel in een verder integrerend Europa wil manifesteren en de rol van de Wereldomroep daarin.

Ik beschouw de voorstellen van de RNWO als een bijdrage aan de discussie over de positie en het functioneren van de Wereldomroep in het geheel van de Nederlandse publieke radiovoorziening. Zoals u weet, heb ik in mijn nota Publieke omroep in Nederland gesteld dat in een dergelijke exercitie gezien kan worden hoe nauwere programmatische, bestuurlijke en organisatorische banden gelegd kunnen worden tussen onze nationale en internationale radiovoorziening.

Gaarne nodig ik u uit om mij van advies te dienen over een toekomstgerichte taakinhoud van de Wereldomroep in samenhang met de binnenlandse radio-omroep.

In relatie daarmee zoudt u in kunnen gaan op de visie van het bestuur ten aanzien van de behoefte aan cultureel gerichte informatie bij een publiek in Europa en de gewenste rol van het medium radio bij het structureel voorzien in zo'n mogelijke behoefte. Gaarne verneem ik in dat verband ook uw mening over de concrete voorstellen van de RNWO met betrekking tot een Europees programma. Ik doel daarbij op de in de nota geschetste programmering (inhoud, doelgroepen, het bereik, de talen), de noties van samenwerking (zowel met andere geleidingen van de Nederlandse publieke omroep als met culturele organisaties in het Nederlandse taalgebied, binnen en buiten onze landsgrenzen), de distributievoorstellen en de opmerkingen over de financiering van een en ander.

Bezoekadressen

Rijswijk
Sir W. Churchilllaan 368
Sir W. Churchilllaan 362

Correspondentie uitsluitend
richten aan het postadres,
met vermelding van de
datum en het kenmerk van
deze brief

Telex Rijswijk
31680 wvcrw nl

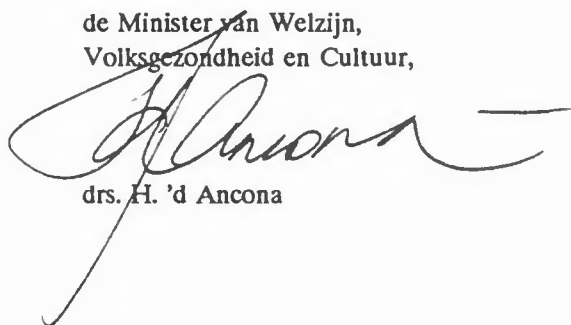
Blad

Kenmerk

Met het oog op de termijn waarbinnen ik besluitvorming gewenst acht, verzoek ik u mij zo mogelijk uw advies vóór 1 september 1992 te doen toekomen.

Hoogachtend,

de Minister van Welzijn,
Volksgezondheid en Cultuur,



drs. H. 'd Ancona



BIJLAGE 2

Aan de Mediaraad
t.a.v. de voorbereidingscie. advies Wereldomroep
Lange Voorhout 19
2514 EB 's-GRAVENHAGE

Directie
Management

Radio Netherlands
International

P.O. Box 222
1200 JG Hilversum
Witte Kruislaan 55
Int. tel.: 31 35 72 42 11
fax: 31 35 72 42 07
Telex: 43336 womr nl

Hilversum, 17 augustus 1992 Ref.: MD/amn/076
Doorkiesnr. 724 200

Betreft: Stand van zaken Europaplan

Geachte commissieleden,

In december 1991 brachten wij het voorstel voor de toekomstige bediening van europa met een radioprogramma vanuit Nederland uit, naar aanleiding waarvan de Minister een meeromvattend advies over de Wereldomroep aan de Mediaraad vroeg.

Binnenkort zal uw commissie naar ik mag aannemen haar pré-advies aan de mediaraad voltooien. Ik vind daarin aanleiding u deelgenoot te maken van een aantal nadere overwegingen over het tijdsperspectief en de context waarin het plan bij de verdere voorbereidingen moet worden gezien.

Dit als vrucht van de ontwikkelingen die zich in de laatste acht maanden zijn gaan aftekenen en die er toe leiden dat de vooronderstellingen van december 1991 noodzakelijkerwijs moeten worden bijgesteld.

Ik wil u vragen deze, voor zover relevant voor uw adviesvoorbereiding, bij uw beschouwingen te betrekken.

In ons voorstel liggen vooronderstellingen op vier hoofdpunten die liggen op de terreinen van cultuurpolitiek, mediapolitiek, satelliettechniek en -gebruik en tenslotte programma-opzet. In het navolgende worden deze nader besproken.



I. Het cultuurpolitieke draagvlak

Wij lanceerden het Europaplan in 1991 niet als een "speeltje" van de Wereldomroep maar als een plan dat zou moeten steunen op een (breed gedragen) cultuurpolitiek beleid van in de eerste plaats de overheid en vervolgens ook van de publieke omroep.

Onze vooronderstelling was en is dat het uit een oogpunt van cultuurpolitiek noodzakelijk wordt geacht dat Nederland zich in een verder integrerend Europa permanent manifesteert en presenteert via de media op een veel indringender wijze dan tot op heden wordt gedaan.

Zou deze visie stevige aanhang vinden dan is in de ogen van de Wereldomroep een dagelijks radioprogramma de enige effectieve en betaalbare mogelijkheid om daaraan gestalte te geven. En vanuit onze statutaire opdracht zal de Wereldomroep zo'n plan niet alleen graag verder uitwerken maar evenzeer de uitvoering ervan - samen met anderen - ter hand nemen zodra dit de Wereldomroep mogelijk gemaakt zou worden.

Een officiële visie van de overheid, en meer in het bijzonder van de minister van Welzijn, Cultuur en Volksgezondheid, is op dit moment echter nog niet te verwachten, nu zij naar aanleiding van ons voorstel uw Raad heeft gevraagd daarover te adviseren. Nadat uw advies zal zijn uitgebreid zal naar wij hopen de Minister daarin aanleiding vinden het cultuurpolitieke beleid in dit opzicht nader te formuleren, wat nog wel enige tijd kan gaan kosten.

Van diverse andere zijden is overigens belangstelling uitgesproken voor ons voorstel, echter vergezeld van een aantal - begrijpelijke - vragen, die nopen tot een nadere uitwerking. Ondanks onzekerheden over het cultuurpolitieke draagvlak en ondanks mediapolitieke ontwikkelingen die vertragend werken zullen wij ons best doen daaraan verder te werken.

II. Mediapolitieke ontwikkelingen

Bij de lancering van ons plan in december 1991 moest de discussie over de beoogde veranderingen in het landelijke publieke radiobestel nog aanvangen.

In onze conclusie was ook op die grond vermeld dat wij ons voorstel beschouwen als een wezenlijke bijdrage aan de discussie over de functie van de publieke (radio)omroep als geheel in de toekomst.

Op dit moment is de gedachtenvorming over de inrichting van het binnenlandse radiobestel ver gevorderd en wordt er hard maar moeizaam gewerkt aan de praktische invoering van de genomen beslissingen later in dit jaar.



Anders dan stilletjes gehoopt heeft de discussie over de cultuurpolitieke functie van het medium radio nog niet op waarneembare wijze plaatsgevonden, nu de aandacht zich vooral richtte op vragen als zenderprofielen, zendercoördinatie en concurrentiekracht op de luisteraars- en reclamemarkt.

Een principiële discussie over de - ook door de minister gewenste - samenhang tussen regionale, landelijke en internationale publieke radio-omroep is onder de gegeven omstandigheden nog niet mogelijk.

Niettemin willen wij benadrukken dat ons Europaplan is geschreven onder de vooronderstelling van samenwerking met de landelijke en liefst ook de regionale omroepen en de BRTN.

Wij lopen het risico dat ons Europaplan buiten die context wordt beoordeeld als een plan van en voor de Wereldomroep alléén. Dit willen wij voorkomen. Vandaar dat wij dat nogmaals nu zo nadrukkelijk stellen.

Op dit moment wordt een poging gedaan door de regionale omroepen, de binnenlandse radio en de Wereldomroep te komen tot nauwere samenwerking op het gebied van garing en uitwisseling van nieuws en actualiteiten. Mocht dit inderdaad slagen dan is daarmee mogelijk de opening gevonden tot een nadere verstandhouding die vruchtbare resultaten voor de toekomst kan opleveren. Het is realistisch te verwachten dat dit nog tot in 1993 tijd zal vergen, ook gelet op de vraagstukken die de binnenlandse radio voor de boeg heeft bij de implementatie van het nieuwe radiobeleid.

III. De satellietontwikkelingen

Bij de lancering van ons plan gingen wij uit van de vooronderstelling dat het technisch mogelijk zal zijn binnen afzienbare jaren een satelliet te lanceren die als radiozender zal functioneren op zodanige wijze dat de uitzendingen met kleine draagbare ontvangers zijn te ontvangen.

Deze vooronderstelling is nog steeds gerechtvaardigd nu verwacht kan worden dat zo een satelliet nog in 1994 gelanceerd wordt en dat bovendien de speciale satellietradiootjes inderdaad beschikbaar zullen zijn.

Alleen nog niet in Europa, maar als eerste in Afrika. De Wereldomroep is sinds kort bij de verdere ontwikkeling daarvan actief betrokken en is daardoor tot op heden als een van de weinigen in staat de voortgang op dit terrein op de voet te volgen en een realistische schatting te maken van wat op welke termijn verwacht mag worden.



Deze wending is een rechtstreeks gevolg van de World Administrative Radio Conference (WARC) van februari 1992. Hierin werd vastgelegd dat de frequentieband die vereist is voor de economisch aanvaardbare toepassing van directe satellietradio-uitzendingen wel is toegewezen voor Afrika, maar voorshands nog niet voor Europa als gevolg van bezwaren van o.m. Duitsland en Engeland.

Dit zou uitstel tot het jaar 2007 (!) kunnen meebrengen. Wij menen echter dat, mocht deze techniek op korte termijn elders succes blijken te boeken, er wegen zullen worden gevonden tot een veel snellere invoering ook en met name in Europa.

Niettemin dienen wij ervan uit te gaan, dat wij wel langer dan gehoopt werd zullen moeten wachten op een voor ons doel adequate satellietbediening in Europa. In de tussentijd staat ons de bestaande satelliettechniek ter beschikking die aan ontvangerskant ernstige beperkingen meebrengt omdat een grote ontvangstsotel nodig is, al dan niet gekoppeld aan een kabelnet.

Dit kan niet zonder gevolgen blijven voor de programmatische opzet in de aanloopperiode.

IV. Programma opzet

Bij de lancering van ons voorstel is er van uitgegaan dat het programma meertalig zou moeten zijn maar op praktische gronden in de aanloop veel Nederlandstalig materiaal zou bevatten, mede aan te leveren door landelijke en regionale omroepen. Bij een snelle start immers is het noodzakelijk eerst te putten uit bestaand materiaal, temeer omdat de voorshands "gebrekkige" weg via communicatiesatellieten en de daardoor optredende beperking van de omvang van het publiek terughoudendheid vraagt met betrekking tot de exploitatiekosten.

In de naderhand verder gevoerde discussies is gebleken dat een meer principiële doordenking van de na te streven doelen (en doelgroepen) noodzakelijk is. Er zijn verschillende keuzes mogelijk, elk met eigen consequenties voor de programmering en de daaraan verbonden kosten.

In de discussie komen drie mogelijke doeleinden op.

1. Een programma dat zorgt voor de Nederlandstalige presentatie van Nederland, als instrument van Nederlandse taalpolitiek.
2. Een programma voor Nederlanders buiten Nederland om hen te informeren (en te amuseren) in het verlengde dus van een van onze statutaire taken.



3. Een programma over en/of vanuit Nederland bestemd voor niet-Nederlanders en niet in het Nederlands, maar eerder in het Engels, Duits, Frans etc., in het verlengde van een andere statutaire opdracht van de Wereldomroep.

Het mag duidelijk zijn dat een integrale doorvoering van deze laatste optie, dus 17 uren niet-Nederlands materiaal - dat dan ook grotendeels niet aangeleverd kan worden door derden - een kostbare operatie zou zijn.

Aangezien het onrealistisch is al deze, op zich honorabele, doelen maximaal na te streven door simultaan drie satellietkanalen te benutten, en er nu evenmin reden is al één of twee ervan te schrappen ten behoeve van een derde, zal verder nagedacht moeten worden over een goede balans.

Het is voorts nodig nadere studie te doen naar de ervaringen die buitenlandse collega's inmiddels beginnen op te doen met radio-uitzendingen via communicatiesatellieten, teneinde meer te weten te komen over wie in Europa ontvangtschotels bezitten, hoe zij die gebruiken en welke ontwikkeling daarin zich aftekent.

In de meest nabije toekomst immers zullen slechts schotelbezitters (privé-personen, kabelexploitanten en evt. radiostations t.b.v. heruitzending) programma's kunnen ontvangen. Dat is een (doel)groep die ten principale verschilt van toekomstige satellietradio bezitters.

De aanvankelijke groep ontvangers met schotels omvat slechts een beperkte groep en het lijkt daarom zinvol de Europaprogrammering aanvankelijk ook eenvoudig te houden, niet te pretentieus te laten zijn en voor verdere aankleding en vervolmaking te gebruiken naarmate in de loop der jaren de satellietontvangstmogelijkheden groeien.

Een stapsgewijze aankleding vanuit een eenvoudig begin lijkt dus verstandig óók om de nodige ervaring op te doen en om de tijd te hebben met een groeiend - en naar samenstelling waarschijnlijk veranderend - potentieel luisterpubliek rekening te houden in de programmering.



Concluderend is in het voorgaande gesteld:

- dat de cultuurpolitieke overdenking van de rol van publieke radio nog niet waarneembaar op gang is gekomen en dat voorts het advies van de Mediaraad pas na de zomer is te verwachten;
- dat de Wereldomroep graag wil benadrukken dat die cultuurpolitieke inbedding van het Europaplan in een bredere context dan die van de Wereldomroep wel het uitgangspunt blijft;
- dat de omroeppolitieke ontwikkelingen bij de binnenlandse publieke radio van dien aard zijn dat nu een vrije en vruchtbare gedachtenwisseling over samenwerking voor een Europaprogramma nog niet verwacht mag worden;
- dat de satellietontwikkelingen zodanig zijn dat direct met draagbare radio's te ontvangen satellieten in Europa wezenlijk later zullen worden gerealiseerd dan eerst is aangenomen;
- dat derhalve het Europaplan op die gronden een langere aanloop en wellicht een meer gefaseerde invoering eist dan eerder voorzien;
- dat dit overigens ook tijd geeft om een eerste balans te zoeken tussen verschillende programmatische opties en om de programmering geleidelijk te ontwikkelen vanaf een eenvoudig begin naar een meer volmaakte toekomst.

Ik hoop u met voorgaande van dienst te zijn bij uw nadere beraadslaging.

Hoogachtend,
RADIO NEDERLAND WERELDOMROEP

Drs. M. Dijkstra
voorzitter directie

Bijlage 3

DE STICHTING RADIO NEDERLAND WERELDOMROEP (RNWO)

1. De wettelijke taak

De taken en bevoegdheden van de Wereldomroep zijn vastgelegd in de artt. 76 t/m 82 van de Mediawet en de op basis daarvan vastgestelde statuten.

De Wereldomroep heeft krachtens artikel 76 Mw een tweeledige taak:

1. het verzorgen en uitzenden van programma's die zijn bestemd voor landen en gebieden buiten Nederland *en* voor Nederlanders die buiten de landsgrenzen verblijven;

2. het vastleggen of doen vastleggen van radio- of televisieprogramma-onderdelen op platen, banden of films en het ter beschikking stellen daarvan ten behoeve van omroepinstellingen buiten Nederland ter opname in hun eigen programma's.

De uitgangspunten voor het werk van de RNWO zijn neergelegd in artikel 2 van de statuten. Daarin worden de volgende doelstellingen geformuleerd:

a. van Nederland in het buitenland een beeld te geven in geestelijk, levensbeschouwelijk, staatkundig, cultureel, wetenschappelijk, economisch, sociaal en humanitair opzicht, daarmede tevens de verbreiding van goodwill omtrent Nederland te bevorderen, alsmede een bijdrage te leveren tot vreedzame, internationale betrekkingen tot de jonge naties;

b. de band met de Nederlanders, waar ook ter wereld, alsook met de bewoners van landen waarmee Nederland historische banden heeft, te onderhouden dan wel te versterken.

In artikel 3 van de Statuten wordt vervolgens aangegeven welke middelen de Wereldomroep zal aanwenden ter verwezenlijking van deze doelstellingen. Allereerst worden daarvoor de in artikel 76 Mw opgesomde werkzaamheden herhaald. Daaraan wordt toegevoegd:

- het onderhouden van eigen relaties met internationale organisaties op het gebied van omroep naast de eigen relaties met omroepen in het buitenland (waarbij de in art. 82, tweede lid onder b Mw opgelegde samenwerking op dat terrein met de NOS moet worden gerespecteerd);

- het geven van steun, in het kader van ontwikkelingssamenwerking, aan media-organisaties in het buitenland door opleiding van medewerkers van die organisaties in Nederland dan wel in het eigen land of de eigen regio, alsook door het geven van technische adviezen aan die organisaties.

2. Werkzaamheden: uitzendingen en transcriptie

De RNWO verzorgt de volgende uitzendingen:

1. De RNWO zendt uit in het Nederlands en het Engels. Deze programma's, die 55 minuten duren, bevatten voornamelijk actueel wereld-nieuws en een selectie van nieuws over Nederland.

De Nederlandstalige werelduitzendingen zijn met name bedoeld voor (de wat oudere) emigranten. In deze uitzendingen wordt, naast het brengen van nieuws en actualiteiten, ook verslag gedaan van belangrijke sportevenementen en worden bijvoorbeeld voor de in het buitenland wonende Nederlanders programma's gemaakt over de verschillende politieke standpunten.

Met de Engelstalige programma's wordt beoogd de plaatselijke bevolkingen een Nederlands visie van het wereldnieuws te verschaffen en verslag te doen van belangrijke Nederlandse evenementen.

Om ter plekke een zo groot mogelijk aantal luisteraars te bereiken, worden de uitzendingen zoveel mogelijk uitgezonden op (plaatselijke) priemtijd. In verband met het tijdsverschil tussen de verschillende gebieden houdt dit in dat gedurende bijna 24 uur per dag vanuit Nederland worden uitgezonden.

2. De Wereldomroep verzorgt Nederlandstalige uitzendingen binnen Europa: de Nieuwslijn Europa-uitzendingen. Daarmee wordt beoogd met name de vakantiegangers en de tijdelijk in het buitenland werkende Nederlanders op de hoogte te houden van de Nederlandse actualiteiten en het wereldnieuws,

geselecteerd door 'Nederlands ogen'. Ook worden daarin de oproepen van de ANWB-alarmcentrale gebracht en worden de belangrijke sportevenementen verslagen.

3. De RNWO zendt programma's uit die zijn gericht op bepaalde regio's. Deze worden zoveel mogelijk in de taal van de betreffende regio uitgezonden en bevatten naast het wereldnieuws ook op die regio gerichte actualiteiten. Zo bevatten de op Afrika gerichte uitzendingen programma's over bijvoorbeeld milieu en Aids.

De RNWO produceert programma's, die worden aangeboden aan buitenlandse stations over de gehele wereld (transcriptie). Het betreft zowel radio- als televisie-programma's. Deze programma's kunnen per definitie niet zo actueel zijn als de eigen dagelijkse uitzendingen en bestaan dan ook uit informatieve programma's met vooral achtergronden en analyses, maar ook weergaven van culturele evenementen. Zo worden er opnamen gemaakt van concerten van het Concertgebouworkest. Aangezien de meeste buitenlandse stations alleen nog muziek met cd-kwaliteit uitzenden, heeft de Wereldomroep zich ook gericht op het produceren van cd's. Daartoe heeft de Wereldomroep (samen met het Centrum Nederlandse Muziek) een CD-label, NM Classics, waarop cd's uit worden gebracht met Nederlandse muziek, d.w.z. van Nederlandse componisten of van Nederlandse ensembles en solisten. De Wereldomroep levert de faciliteiten voor deze cd's en verspreidt ze vervolgens naar radiostations over de hele wereld.

3. Distributie

Korte-golfuitzendingen

Tot voor kort zond de Nederlandse Wereldomroep evenals andere wereldomroepen alleen uit via de korte golf. Met korte-golfuitzendingen kunnen zeer ver liggende gebieden bereikt worden, omdat korte golven, anders dan andere soorten radio-golven, worden teruggekaatst door de ionosfeer. Vanaf de zendantennes wordt het signaal onder een berekende hoek omhooggestraald, naar de aarde teruggekaatst en vervolgens weer door de aarde omhooggekaatst. Dat gaat door tot er onderweg zoveel verliezen zijn opgetreden dat het signaal te zeer verzwakt is. In verband met het verre bereik maken ook binnenlandse omroepen van grote landen van de korte golf gebruik.

De korte golven kunnen in beginsel door een zender met beperkt vermogen een heel eind komen. Aangezien het steeds drukker is geworden op de korte-golfband worden echter steeds sterkere zenders gebruikt, omdat daarmee de signalen van andere zenders kunnen worden weggedrukt. Om ervoor te zorgen dat de signalen zo ver mogelijk komen, wordt ook gebruik gemaakt van steunzenders, de zogenaamde relaystations, die dicht bij het doelgebied liggen.

Voor de directe uitzendingen heeft de RNWO daarom drie zenderparken tot haar beschikking:

- een (hoofd-)zender in de Flevopolder, waarmee Azië, Noord, Midden en Zuid-Amerika kunnen worden bereikt;
- een relaystation in Bonaire, waarmee het signaal voor Noord-, Midden- en Zuid-Amerika wordt versterkt en waarmee tevens West-Afrika, Oost-Australië, Nieuw Zeeland en de Pacific kunnen worden bereikt; en
- een relaystation op Madagascar, waarmee het signaal voor Azië, Afrika en west-Australië wordt versterkt.

De frequenties die door de verschillende omroepen voor de kortegolfuitzendingen gebruikt worden, moeten per seizoen opnieuw worden vastgesteld, aangezien zich systematische wijzigingen voordoen in de karakteristieken van de ionosfeer. Bij deze nieuwe afstemming hebben de 'rijke' landen een machtspositie omdat zij de coördinatie van de frequentieverdeling regelen.

Op dit moment is er sprake van een wereldwijde overbezetting in de korte-golfbanden. De ontvangstresultaten zijn matig, met name onder de 10 MHz waar de meeste congestie optreedt. De druk op het gedeelte van het spectrum voor korte-golfomroep neemt door groei van het aantal stations nog steeds toe. Tijdens de WARC (World Administrative Radio Conference) van 1979 is daarom afgesproken om het aantal korte-golfbanden voor omroep uit te breiden, met de

restrictie dat de omroepen tenminste voor die nieuwe uitbreiding tot een planning zouden moeten komen. De resultaten van de gekozen planningsmethodiek die in 1984 werd gekozen bleken teleurstellend: gemiddeld zouden de kortegolfomroepen slechts 43% van de aangevraagde programmatijden met een redelijke frequentie gehonoreerd zien. Voor 1993 is hierover een nieuwe WARC voorzien, waarvoor in het kader van de WARC 1992 de voorbereidende werkzaamheden zijn verricht.

Transcriptie

Overal waar het media-aanbod toeneemt en er geen zware censuur bestaat, wenden de luisteraars zich af van de kortegolfuitzendingen, omdat die uitzendingen in geluidskwaliteit een stuk minder zijn dan de AM- en FM-uitzendingen. Om die luisteraars toch te bereiken houdt RNWO zich, net als de meeste andere wereldomroepen, bezig met transcriptie: het aan buitenlandse stations aanbieden van door de wereldomroep geproduceerde programma's. Deze programma's worden door de plaatselijke stations in hun eigen programmering opgenomen en ter plekke via AM of FM uitgezonden.

Satellieten

In verband met de problemen die optreden bij de kortegolfuitzendingen, zenden sommige wereldomroepen tevens uit via communicatiesatellieten. Om te zorgen dat die uitzendingen bij de plaatselijke bevolking terechtkomen, dienen afspraken gemaakt te worden met de kabelbeheerders/stations aldaar, die de opgevangen signalen heruitzenden.

Ook de RNWO zendt inmiddels via een communicatiesatelliet uit. Op 8 april jl. heeft de RNWO als eerste 'particuliere bedrijf' in Nederland een machtiging gekregen voor satellietcommunicatie. De RNWO is vanaf die dag via de PanAmSat-satelliet met een hoogwaardig radiosignaal te ontvangen in het Caribisch gebied en in Midden-Amerika. Lokale stations daar kunnen deze signalen opvangen en zo de programma's van de wereldomroep op middengolf- en FM-kwaliteit heruitzenden.

In de toekomst hoopt RNWO tevens gebruik te kunnen maken van de Direct Broadcasting Satellite, waarbij de tussenkomst van plaatselijke stations niet meer noodzakelijk is. De eerste DBS zal medio 1994 boven Afrika worden gehangen. Het zal dan nog wel enige jaren in beslag nemen voordat daarvan de vruchten geplukt kunnen worden.

4. Organisatie

De RNWO is een zelfstandige organisatie, die geheel los staat van de binnenlandse omroep. Ook financieel is de Wereldomroep onafhankelijk.

Het te voeren beleid wordt bepaald door het bestuur van de Wereldomroep. Het bestuur wordt over de inhoud van de programma's van advies gediend door een programmaraad. De besluiten van het bestuur, die rechtsgevolgen hebben, kunnen bij Koninklijk Besluit worden vernietigd, wegens strijd met de wet, de statuten of het algemeen belang.

De RNWO beschikt over drie afdelingen: de Programmadienst die zich bezighoudt met de verzorging van de programma's die door de Wereldomroep zelf worden uitgezonden, de dienst Programma-export die zich bezighoudt met de transcriptie en het Radio Nederland Training Centre, een opleidingsinstituut voor buitenlandse journalisten, presentatoren en technici.

De RNWO heeft het technisch personeel en de studio's zelf in huis, in tegenstelling tussen de binnenlandse omroep die gebruik maakt van faciliteiten van het NOB.

In artikel 82 Mw wordt bepaald dat er door de NOS en de Wereldomroep een commissie van overleg in het leven wordt geroepen, die overleg pleegt over:

1. het wederzijds tegen betaling van vergoeding ter beschikking stellen van daarvoor in aanmerking komende omroepfaciliteiten, organen, en diensten, inclusief personeel;
2. buitenlandse aangelegenheden die voor de binnenlandse omroep en de Wereldomroep als geheel van belang zijn; en

3. het opstellen van een meerjarenplan voor de landelijke omroep en de Wereldomroep.

Tot op heden beperkt deze samenwerking zich echter grotendeels tot overleg over arbeidsvoorwaarden e.d. Onlangs zijn wel besprekingen begonnen over de mogelijkheid van samenwerking. Daarover zal op korte termijn een brief aan de minister worden gezonden. De RNWO stelt zich daarbij op het standpunt dat samenwerking op bestuurlijk niveau niet mogelijk is in verband met de wijze waarop het NOS-bestuur functioneert. Ook programma-operationeel zou geen samenwerking mogelijk zijn in verband met de verschillende structuren (scheiding techniek-inhoud bij de NOS). Op het programma-inhoudelijke vlak zou eventueel wel samenwerking mogelijk zijn. Daarbij speelt echter wel de moeilijkheid dat de programma's in verband met de verschillende doelgroepen ook inhoudelijk verschillen.

5. Financiering

Financieringsbron

Vanaf de oprichting in 1947 werd de Wereldomroep gefinancierd uit de omroepmiddelen. Als reden daarvoor werd destijds aangegeven dat de Wereldomroep financieel onafhankelijk van de overheid moest kunnen functioneren met name in verband met de geloofwaardigheid van de RNWO in het buitenland als onafhankelijke omroep. Bij de pogingen om tot een wettelijke regeling van de gehele omroep te komen werd deze financieringswijze ter discussie gesteld. Men vond dat de Wereldomroep een zaak was van algemeen belang en men stelde vraagtekens bij financiering vanuit de omroepbijdrage, omdat de binnenlandse bezitters van ontvangsttoestellen geen enkel aantoonbaar belang bij de Wereldomroep hadden. Uiteindelijk werd inderdaad besloten de financiering over te hevelen naar de algemene middelen. Financiering op die basis vond plaats vanaf 1973.

In 1981 laaide de discussie opnieuw op. De Wereldomroep was in de periode 1973-1981 onderhevig geweest aan diverse bezuinigingen, waardoor taken afgestoten moesten worden. Een en ander had geleid tot een verzwakking van de financiële positie van de Wereldomroep ten opzichte van de binnenlandse omroep. Aangevoerd werd dat de financiering vanaf 1982 weer overgeveeld diende te worden naar de omroepbijdragen, aangezien daarmee meer zekerheid zou worden geboden voor de continuïteit van de Wereldomroep. Alsdan zou een afweging van prioriteiten in de omroepsfeer plaatsvinden. Een motie op die gronden werd door de Tweede Kamer aanvaard. De regering nam dit voorstel over, waarbij tevens werd gesteld dat financiering uit de algemene middelen de schijn van afhankelijkheid zou wekken. Door de regering werd de overheveling voorts verdedigd met het argument dat de verschillende aspecten van het omroepbestel in hun onderlinge samenhang gezien moesten worden. Aangezien de Wereldomroep een belangrijk facet was van het omroepbestel, zou daarvoor eenzelfde financieringswijze dienen te gelden. Voorts zouden Nederlanders als het ware een soort solidariteitsheffing moeten ondergaan voor instandhouding van de (goed beluisterde) Wereldomroep. En tot slot werd gewezen op de grote omvang van de loonkosten bij zowel de binnenlandse als de Wereldomroep: dat zou pleiten om het gehele financieringssysteem ook op dit punt langs een lijn vorm te laten krijgen. Sindsdien (1982) wordt de Wereldomroep wederom gefinancierd vanuit de omroepmiddelen.

Verdeling van de verstrekte middelen¹

De Wereldomroep ontvangt voor uitvoering van zijn taak ongeveer f72,5 miljoen. Een groot deel van deze middelen gaat naar het zendbedrijf van de Wereldomroep. De kosten verbonden aan instandhouding en bediening van de verschillende zenders in de Flevopolder, Bonaire en Madagascar bedragen respectievelijk f14,2 mln, f4,7 mln en f2,8 mln (totaal f21,7 mln, waarbij f1,9 mln aan personele kosten is inbegrepen).

¹

Gegevens afkomstig uit het Jaarverslag over 1991 van de RNWO

De facilititeitendienst kost f8,6 mln, waarvan f6,3 mln aan personele kosten. Het budget van de Programmadienst bedraagt f22,4 mln. Dat bedrag bestaat uit f17,3 mln aan personeelskosten en f5 mln aan materiële kosten. De afdeling Programma-export legt een beslag van f5,4 mln op de middelen van de wereldomroep: f2 mln daarvan wordt besteed aan personeelskosten en f3,4 mln aan materiële kosten. Tot slot gaat f9,7 mln naar de stafdiensten. Het RN Training Centre wordt niet uit de omroepmiddelen gefinancierd, maar voor 95% door het Directoraat-generaal Internationale Samenwerking van het ministerie van Buitenlandse Zaken en voor 5% door Philips.

6. Het Europaplan

In de nota van de RNWO van 10 december 1991 stelt de RNWO voor zijn werkzaamheden uit te breiden met een Europees programma. De RNWO is van mening dat Nederland vanuit het oogpunt van cultuurbeleid in een integrerend Europa zijn medeburgers bij voortduring en stelselmatig dient te laten weten wat er in Nederland gebeurt, gedacht wordt, geschapen wordt en belangrijk wordt gevonden. Radio is daarvoor naar de mening van de RNWO het beste medium. Daarom zou het culturele beleid erop gericht moeten zijn een goed concurrerend Europees radio-programma tot stand te brengen. De RNWO wenst te onderzoeken in hoeverre het mogelijk is op dat vlak samen te werken met de binnenlandse omroepen, de regionale omroepen en de BRTN. Voor de distributie van een dergelijk programma geeft de RNWO op de korte termijn de voorkeur aan uitzendingen via de bestaande communicatiesatelliet en op den duur wellicht via de middengolf. De uitzendingen zouden 17 uur per dag bestrijken en de RNWO zou de kernredactie voor het *Euro-satellietkanaal* leveren en verantwoordelijk zijn voor het uit te zenden produkt.

De uitzendingen zouden deels uit reclame-inkomsten en deels uit de staatskas gefinancierd moeten worden.

Indien er een dergelijk Europees programma zou komen worden de hiervoor genoemde doelstellingen van de Wereldomroep nog uitgebreid met de volgende: het uitdragen van de Nederlandse cultuur ter behoud van de eigen culturele identiteit in een integrerend Europa.

Het belang van Europa voor de verschillende Lid-Statens is niet alleen voor de Nederlandse Wereldomroep aanleiding initiatieven op dat vlak te ontplooien. Zo worden de via satelliet uitgezonden programma's van de BBC Worldservice via de kabel verspreid in bijv. Nederland, België en Oostenrijk en verzorgt de BBC Worldservice via een middengolffrequentie Engelstalige programma's gericht op het vasteland van Europa. Daarnaast is de BBC Worldservice inmiddels gestart met abonneetelevisie in Europa, waarvan de programma's via de kabel worden doorgegeven of met een decoder kunnen worden ontvangen. Ook andere Wereldomroepen in Europa hebben speciaal op Europa gerichte uitzendingen.

Niet alleen de door de overheid gefinancierde wereldomroepen richten zich op Europa. Vanaf januari krijgt Europa een televisiestation dat via de satelliet uitsluitend nieuws uitzendt: Euronews. Daartoe hebben publieke omroepen uit België, Cyprus, Egypte, Spanje, Finland, Frankrijk, Griekenland, Italië, Monaco en Portugal een overeenkomst gesloten. Engeland (dat zelf een Europese zender heeft opgezet), Duitsland en Nederland doen niet mee aan dit initiatief. De NOS beschikt niet over de benodigde middelen en twijfelt aan de haalbaarheid van het project, omdat het weinig toe zou voegen aan het bestaande aanbod. Het materiaal wordt immers aangeleverd door bij de EBU aangesloten landen en over dat materiaal kan de NOS nu ook al beschikken.

7. Andere wereldomroepen

Engeland

De BBC Worldservice, in 1932 begonnen met uitzendingen naar de overzeese rijkdelen, zendt tegenwoordig 24 per dag nieuwsuitzendingen in het Engels uit naar alle delen van de wereld. Daarnaast wordt 780 uur per week programma's uitgezonden in 35 talen. De uitzendingen vinden voornamelijk plaats via de

kortegolf, maar er wordt tevens gebruik gemaakt van een satelliet. In enkele landen (Nederland, België en Oostenrijk) verspreiden sommige kabelexploitanten de programma's 24 uur per dag. Bovendien verzorgt de BBC Worldservice via een middengolffrequentie Engelstalige programma's gericht op het vasteland van Europa.

De BBC Worldservice maakt deel uit van de BBC. Zij kan daarom gebruik maken van alle faciliteiten, waarover de BBC beschikt, zoals het net van correspondenten. Ook worden programma's tussen de Worldservice en de BBC uitgewisseld.

De BBC Worldservice wordt grotendeels (130 miljoen pond) door het ministerie van Buitenlandse zaken gefinancierd, anders dan de rest van de BBC die wordt gefinancierd uit omroepbijdragen. Financiëel is de Worldservice onafhankelijk van de rest van de BBC. Daarnaast heeft de Worldservice ook eigen inkomstenbronnen: de opbrengst van de transcriptiedienst (ruim 1 miljoen pond) en de verkoop van educatief materiaal (3 miljoen pond). De onafhankelijkheid van de Worldservice is gewaarborgd in haar 'constitution'.

De BBC Worldservice beschikt over een transcriptie-afdeling, die radio-programma's op band levert aan stations in meer dan honderd landen.

BBC Monitoring, een onderdeel van de BBC Worldservice, luistert dag en nacht stations van een groot aantal landen af op zoek naar nog niet bekend nieuws.

De BBC Worldservice beschikt sinds 15 april 1991 ook over een afdeling 'Television'. Doelstelling was om te zijner tijd te komen tot een wereldwijd per satelliet te verspreiden televisiedienst. BBC Enterprises, een zelfstandige onderneming die voor 100 % eigendom is van de BBC en die zich bezig houdt met de commerciële activiteiten, heeft de totstandkoming van de televisiedienst zelf opgezet uit de gelden die zij ontvangt van de Belgische en Nederlandse kabelexploitanten die BBC 1 en 2 doorgeven. Geld dat de BBC ontvangt uit de Britse omroepbijdragen wordt niet in het project gestoken.

De BBC Worldservice Subscription Television brengt comedy, drama, sport, kinderprogramma's, documentaires, nieuws en achtergronden. Ook heeft deze afdeling een nieuwzender opgericht die in heel Azië te ontvangen is. Deze zender wordt gefinancierd uit reclame. En tenslotte is er ook nog een nieuws- en informatiezender gelanceerd voor Afrika.

De programma's die worden uitgezonden bestaan voor het grootste gedeelte uit reeds bestaande programma's van BBC 1 en 2.

De BBC gaat ervan uit dat kabelexploitanten die de werelddienst willen doorgeven daarvoor een vergoeding zullen moeten betalen. De BBC denkt CNN daarbij te kunnen overtreffen. Het is de bedoeling dat in het nieuws niet meer aandacht wordt besteed aan Engeland dan aan andere landen.

Duitsland

In Duitsland bestaan twee omroepen die zich op het buitenland richten: Deutsche Welle die zich via de korte golf richt op het verre buitenland en Deutschlandfunk dat zich destijds op Oost-Duitsland, maar nu op heel Duitsland, en Europa richt. Beide omroepen opereren geheel onafhankelijk van de binnenlandse omroep en worden gefinancierd door het ministerie van Buitenlandse Zaken. Aangezien Deutschlandfunk zich tevens tot Duitsland richt, ontvangt het ook een deel van de omroepbijdrage. Beide omroepen hebben een eigen Rundfunkrat, die bestaat uit vertegenwoordigers van het parlement, culturele en wetenschappelijke instellingen en verschillende religieuze en politiek stromingen. Deze raden houden toezicht op de programma-samenstelling en maken richtlijnen voor het beleid.

De doelstelling van beide omroepen is wettelijk vastgelegd en luidt als volgt:

"het geven van een veelomvattend beeld van het politieke, culturele en economische leven in Duitsland" en het "presenteren van het Duiste standpunt inzake belangrijke kwesties".

In verband met de eenwording van Duitsland is de basis van Deutschlandfunk komen te vervallen. Er zijn plannen van deze omroep een nieuwe binnenlandse omroep te maken met voornamelijk informatieve programma's.

België

De BRT heeft een eigen wereldomroep, die uitzendingen verricht naar het nabije en verre buitenland. De uitzendingen vinden plaats in het Nederlands en in het Frans, Engels, Duits en Spaans. De omroep zendt uit via de korte golf en beschikt enige tijd per dag ook over een middengolf-zender. De wereldomroep maakt ook een nieuwsbulletin voor Vlaamse overwinteraars aan de Spaanse Middellandse Zee-kust; een lokale FM-zender in Benidorm zendt dit uit.

De BRT besteedt jaarlijks f 3,7 miljoen aan de wereldomroep. De inkomsten van de BRT bestaan uit een dotatie die de BRT jaarlijks ontvangt van de Vlaamse Gemeenschap, leningen, verkoop van eigen programma's en schenkingen en legaten.

De Franstalige publieke omroep in België, de RTBF, heeft naast zijn programmatische opdracht voor het binnenland tevens tot taak de Franstalige cultuur in binnen- en buitenland te promoten. Deze omroep kent sinds 1989 een systeem van gemengde financiering: een dotatie (aangevuld met subsidies voor specifieke projecten en inkomsten uit commerciële activiteiten, zoals de verkoop van diensten, niet-commerciële reclame, sponsoring en handelsreclame).

Bereik en effectiviteit

Vrijwel geen enkele wereldomroep baseert zijn investeringen op systematisch markt-onderzoek over de vraag in hoeverre de programma's door de beoogde luisteraars worden beluisterd en/of gewaardeerd. Alleen de BBC Worldservice heeft de verplichting onderzoek te verrichten naar de luisterdichtheid om aan te tonen dat met de investering van publieke gelden de beoogde doeleinden worden bereikt. Het verrichten van kwantitatief onderzoek is ook een zeer kostbare aangelegenheid. De luisteraars zijn immers verspreid over grote gebieden en moeilijk te bereiken. Daarom maken de kleinere wereldomroepen veel gebruik van de door de BBC en de Voice of America (de Wereldomroep van de Verenigde Staten) verrichte onderzoeken. Deze beide wereldomroepen hebben wel de mogelijkheid om op grote schaal luister-onderzoek te verrichten. Aan de andere wereldomroepen wordt de mogelijkheid gegeven bij deze onderzoeken eigen vragen te stellen. De door de BBC Wordservice opgestelde rapporten zijn tegen betaling beschikbaar, de Voice of America vraagt er geen geld voor.

Uit de verrichte onderzoeken² blijkt dat de meeste wereldomroepen slechts kleine groepen luisteraars bereiken. Veel wereldomroepen baseren hun enthousiaste voorspellingen op de uit alle delen van de wereld binnenkomende brieven. De wereldomroepen trachten de reacties te bevorderen door het uitschrijven van quizzes etc. Deze reacties kunnen echter niet dienen als betrouwbare bron voor luisteronderzoek.

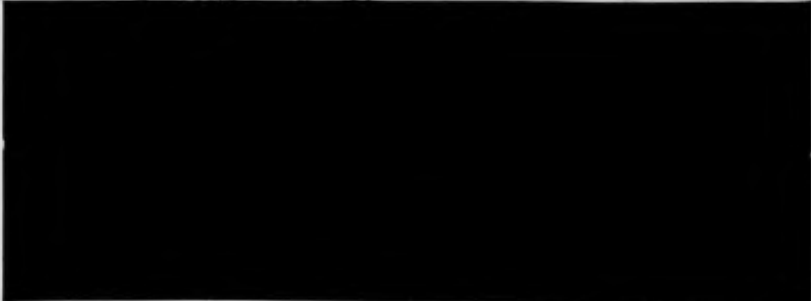
²

Zie: Graham Mytton and Carol Forrester, 'Audiences for International Radio Broadcasts', in *European Journal of Communication*, vol. 3, no. 4, december 1988.

93-289

Boekmanstichting - Bibliotheek
Herengracht 415
1017 EP Amsterdam
Tel. 6243739

Coopers
& Lybrand
Management Consultants



Boekmanstichting - Bibliotheek

Herengracht 415 - 1017 BP Amsterdam
telefoon: 24 37 36 / 24 37 37 / 24 37 38 / 24 37 39

De uitleentermijn bedraagt een maand. Mits tijdig
aangevraagd is verlenging met een maand moge-
lijk, tenzij de publikatie inmiddels is besproken.

De uitleentermijn is verstreken op:

9 MARCH 1994	20 DEC. 1990
3 AUG. 1994	21 APR. 1990
16 SEP. 1994	10 OKT. 2000
15 FEB. 1996	
13 MEI 1996	
18 JULI 1996	
15 aug	
14 OKT. 1996	

659.1: 379.85.091.036: 351.85(492.627)629.12

STIMULERING VAN
CULTUURHISTORISCH TOERISME

Een kwestie van samenwerken

Boekmanstichting - Bibliotheek
Herengracht 415
1017 BP Amsterdam
Tel. 6243739

Utrecht, november 1992

INHOUD

Hoofdstuk:	<u>Bladzijde:</u>
MANAGEMENT SAMENVATTING	v
Uitkomsten van de marktverkenning	vi
Een veelkleurig maar versnipperd aanbod	vi
De vraagzijde is diffuus en vergt maatwerk	vi
Toetsingsmodel voor CHT-concepten	vii
Het Noorderkwartier: Leven tussen het water.	vii
De VOC: De macht van een ondernemende natie	viii
De organisatie van de samenwerking	ix
Oprichting van een stichting CHT met een projectbureau is gewenst	ix
Ontwikkelingstraject naar afzonderlijke organisaties per concept	ix
Voorbeelduitwerking projectorganisatie 'Noorderkwartier'	x
Voorbeelduitwerking projectorganisatie 'VOC'	x
CHT-stimulering door samenwerking	xi
INLEIDING	xii
I BEGRIPSVORMING, AFBAKENING EN DOEL VAN HET ONDERZOEK	1
Ontwikkeling van totaal-concepten	1
Elementen van een totaal-concept	1
Doel van het onderzoek	1
Doelstellingen Rijksbeleid	2
Afbakening van het onderzoeksterrein	3
II EEN MARKTVERKENNING	4
De aanbodzijde	4
Een veelkleurig maar versnipperd aanbod	4
Minder middelen, meer concurrentie	5
Relaties binnen CHT-concepten	5
De vraagzijde	5
Marktsegmentatie heeft meerdere dimensies	5
De vraagzijde van CHT is ondoorzichtig	6
Bij het binnenlands toerisme domineert het dagtoerisme	6
De markt voor inkomend toerisme vereist een gedifferentieerde benadering	7
Specifieke doelgroepen voor CHT	10
Cultuurhistorisch motief	10
Recreatief-educatief motief	10
Recreatieve motief	11
Conclusie: totaalconcepten kunnen stimulerend werken op een groot deel van de markt	11

InhoudBladzijde:

III	SELECTIEMODEL VOOR CHT-CONCEPTEN	14
	Produkttoets	14
	Markttoets	15
	Financiële toets	15
	Samenwerkingstoets	15
	Tijdstoets	15
	Geselecteerde pilot-concepten	15
IV	HET NOORDERKWARTIER: LEVEN TUSSEN HET WATER	17
	Algemeen historisch kader	17
	Historische basis van het concept	17
	Conceptdefinitie	18
	Ingrediënten voor het concept	22
	1a. Water en Land	22
	1b. Water en Techniek	23
	2.a Water en Welvaart	23
	2.b Water en Verdediging	24
	Aspecten voor een gecoördineerde aanpak met cultuurhistorisch-toeristische waarde	24
	Doelgroepen	26
	Betrokken partijen	27
	Financiële indicaties	28
	Tijdspad	30
	Globale haalbaarheidstoetsing	31
	Produkttoets	31
	Markttoets	32
	Financiële toets	33
	Tijdstoets	34
	Samenwerkingstoets	34
	Conceptoordeel	34
V	DE VOC: MACHT EN AANZIEN VAN EEN ONDERNEMENDE NATIE	35
	Algemeen historisch kader	35
	Historische basis van het concept	35
	Conceptdefinitie	37
	Ingrediënten voor het concept	40
	'Leven' in de 17e eeuw	40
	De Scheepvaart	41
	De Handel en Industrie	42

InhoudBladzijde:

Ontwikkelingstraject	43
Doelgroepen	43
Betrokken partijen	44
Financiële indicaties	45
Tijdspad	45
Globale haalbaarheidstoetsing	45
Produkttoets	46
Markttoets	46
Financiële toets	46
Samenwerkingstoets	46
Tijdstoets	47
Conceptoordeel	47
VI ORGANISATIE	48
De organisatie van de samenwerking	48
De projectorganisatie	48
Ontwikkeling, taakstelling en financiering van een Projectbureau CHT	49
Mogelijkheden voor de ontwikkeling van een projectorganisatie per concept	53
Voorbeelduitwerking van een afzonderlijke organisatie voor het	
Noorderkwartier	53
Voorbeelduitwerking van een afzonderlijke organisatie van het VOC-concept	55
Perspectief over vier jaar	57
BIJLAGE A: VERANTWOORDING VAN HET ONDERZOEK	59
Opzet projectstructuur	59
Fasering van het onderzoek	59
Fase 1: Afbakening en conceptontwikkeling	60
Fase 2: Conceptbeoordeling en -selectie	61
Fase 3: Projectorganisatie en toetsing	61
Fase 4: Eindrapportage en presentatie	62
BIJLAGE B: DEELNEMERS AAN DE WERKBIJEENKOMSTEN INZAKE HET VOC- CONCEPT	63
Samenstelling van het onderzoeksteam	65
BIJLAGE C: ELEMENTEN VAN EEN TOTAAL-CONCEPT	66
BIJLAGE D: MARKTPOTENTIEEL EN HUIDIGE CULTUURHISTORISCH BEZOEK NOORDERKWARTIER	68

InhoudBladzijde:

BIJLAGE E: LITERATUURLIJST NOORDERKWARTIER	69
BIJLAGE F: LITERATUURLIJST VOC	70

Afbeeldingen:

Afbeelding 2: Concept Noorderkwartier: Ingrediënten van "Leven tussen het Water"

Afbeelding 3: Concept VOC - Drie pijlers en voorbeelden van uitwerking

MANAGEMENT SAMENVATTING

Boekmanstichting - Bibliotheek
Herengracht 415
1017 BP Amsterdam
Tel. 6243739

Culturele objecten en voorzieningen vormen een belangrijke bestemming van vakantiegangers en dagtoeristen, en dragen bij aan enerzijds de economische ontwikkeling van ons land en anderzijds aan het cultuurhistorische besef van onze geschiedenis. In die zin hangen 'cultuur' en 'economie' met elkaar samen.

In opdracht van het Ministerie van Economische Zaken en het Ministerie van WVC heeft Coopers & Lybrand Management Consultants een onderzoek verricht met betrekking tot de ontwikkeling en selectie van twee pilot-concepten ter stimulering van cultuurhistorisch toerisme. Deze concepten betreffen een samenhangend pakket van maatregelen en projecten met betrekking tot cultuurhistorische objecten/structuren, monumenten dergelijke rondom één herkenbaar thema, geplaatst binnen hun natuurlijke omgeving. Daarbij worden twee categorieën concepten onderscheiden, te weten:

- (a) thematische concepten, waarbij door combinatie van bestaande cultuurhistorische elementen een nieuw geheel kan ontstaan rondom een herkenbaar thema;
- (b) ontwikkelingsconcepten, waarbij aan bestaande cultuurhistorische elementen nieuwe worden toegevoegd ter verbetering van de 'infrastructuur' binnen een bepaald gebied.

De departementen hebben een aantal personen uit het bedrijfsleven en de overheid gevraagd, op persoonlijke titel, zitting te nemen in een Initiatiefgroep, ter begeleiding van het onderzoek, te weten:

- Drs. L.F.Ploeger, oud President directeur van de Nederlandse Spoorwegen en voorzitter van de Initiatiefgroep;
- Mr. J.A.M.Hendriks, Commissaris van de Koningin in Overijssel;
- Drs. J. Kleiterp, Voorzitter van de Directie van Bank Pierson Heldring & Pierson N.V.;
- Mr. P.A. Nouwen, Hoofddirecteur van de ANWB.

Het onderzoek is tevens begeleid door een ambtelijke klankbordgroep bestaande uit vertegenwoordigers van beide ministeries en de Rijksdienst voor de Monumentenzorg. Aan het onderzoek hebben voorts een groot aantal vertegenwoordigers van de direct betrokken partijen bijgedragen.

Het onderhavige onderzoek omvat niet de ontwikkeling van een marketingplan voor de betreffende concepten, noch een gedetailleerd haalbaarheidsonderzoek. Een indicatie van de haalbaarheid van de ontwikkelde concepten is uiteraard wel in het onderzoek betrokken. De bij de realisatie van de concepten betrokken partijen dienen de globaal beschreven concepten nader uit te werken voordat tot uitvoering kan worden overgegaan.

Uitkomsten van de marktverkenning

Voorafgaande aan de ontwikkeling en selectie van de twee pilot-concepten heeft een marktverkenning plaatsgevonden. De uitkomsten daarvan zijn een in separate bijlage opgenomen, getiteld: 'Een groeiende markt voor cultuurhistorisch toerisme'. Hierna wordt een aantal belangrijke conclusies daarvan vermeld.

Een veelkleurig maar versnipperd aanbod

De aanbodzijde van de markt van cultuurhistorisch toerisme wordt gekenmerkt door een omvangrijk en pluriform aanbod. Overal in het land worden activiteiten ontplooid met betrekking tot de stimulering van het bezoek aan cultuurhistorische objecten en evenementen. Een groot aantal uiteenlopende organisaties, variërend van musea tot het toeristische bedrijfsleven, leveren daaraan een bijdrage. De schaal waarop activiteiten worden ontplooid is echter vaak gering van omvang (lokaal- of instellinggebonden) en het ontbreekt veelal aan een goede afstemming. Door bezuinigingen en uitbreiding van het monumentenareaal staat het behoud van het culturele erfgoed onder druk (interne bedreiging). Vanwege de interne markt (EG) wordt een toenemende concurrentie verwacht van het buitenland (externe bedreiging). Een gecoördineerd optreden tussen belanghebbende partijen wordt noodzakelijk geacht om daarop een antwoord te vinden.

De vraagzijde is diffuus en vergt maatwerk

De vraagzijde van de markt van cultuurhistorisch toerisme (hierna afgekort met CHT) kan naar verschillende invalshoeken worden gesegmenteerd. Het dagtoerisme vormt het meest omvangrijke segment van de binnenlandse markt. Bij het inkomend toerisme domineren qua omvang de toeristen uit de nabuurlanden gevolgd door de toeristen uit de overige Europese landen en de intercontinentale toeristen (USA, Canada, Japan).

Specifieke doelgroepen inzake CHT binnen deze marktsegmenten worden gekenmerkt door een verschil in motief om CHT-objecten te bezoeken:

- (a) cultuurhistorisch motief (de zeer geïnteresseerden);
- (b) recreatief-educatief motief (de gemiddeld geïnteresseerden);
- (c) puur recreatief motief (de latent geïnteresseerden).

De eerste twee doelgroepen zijn voor de verdere stimulering van CHT het meest interessant, waarbij de doelgroep met het recreatief-educatieve motief in potentie de grootste groei zal kunnen tonen.

Bij de ontwikkeling van de twee CHT-concepten dient zoveel mogelijk met deze verschillende marktsegmenten rekening te worden gehouden. Vooral in de marketing en promotie van het concept naar doelgroepen toe zijn deze verschillen van groot belang.

Toetsingsmodel voor CHT-concepten

Ten behoeve van de selectie van CHT-concepten is een toetsingsmodel ontwikkeld waarin de ontwikkelde ideeën voor CHT-concepten worden getoetst aan de volgende vijf aspecten:

- (a) het produkt (elementen, authenticiteit en aansprekendheid);
- (b) de markt (doelgroepen en behoeften);
- (c) de financiën (indicatie van investeringen en/of haalbaarheid);
- (d) de samenwerking (motivatie van partijen om samen te werken);
- (e) de tijd (realisatie van belangrijke onderdelen binnen vier jaar).

Een indicatie van de succeskans van de CHT-concepten is hieraan ontleend, hetgeen geresulteerd heeft in de selectie van twee pilot-concepten, waarvan één ontwikkelingsconcept en één thematisch concept, zijnde respectievelijk:

- (i) Het Noorderkwartier: Leven tussen het water;
- (ii) De VOC: Macht en aanzien van een ondernemende natie.

Het Noorderkwartier: Leven tussen het water.

Dit concept betreft het noordelijke deel van Noord-Holland, vanaf Alkmaar, de steden Hoorn, Medemblik en Enkhuizen, tot aan Den Helder, en bestaat uit twee pijlers met elk twee onderdelen, te weten:

- (a) Strijd tegen het water
 - (i) Water en Land (polders);
 - (ii) Water en Techniek (waterbouwkundige kunstwerken);
- (b) Gebruik van het water
 - (i) Water en Welvaart (levensonderhoud);
 - (ii) Water en Verdediging (defensie).

In dit gebied is de ontstaansgeschiedenis van Nederland op een zeer overzichtelijke en aantrekkelijke wijze te aanschouwen. Het concept sluit goed aan op de nationale promotiethema's 'Nederland Waterland' en 'De Kust', waarbij de nadruk zal liggen op het ontwikkelingsproject de 'Stelling van Den Helder' (inclusief de ontwikkeling van de Rijkswerf), als onderdeel van het onderwerp 'Water en Verdediging'. De overige drie onderwerpen betreffen vooral thematische projecten die door combinatie elkaar versterken en een draagvlak vormen voor de realisatie van het omvangrijke ontwikkelingsproject bij Den Helder.

Dit concept is vooral gericht op het binnenlands toerisme en zal de toerist met een 'cultuurhistorisch motief' en een 'recreatief-educatief motief' kunnen aanspreken. Het (verblijfs-)recreatieve element vormt een belangrijke invalshoek van het concept vanwege de kenmerken van het gebied (de kust, Alkmaar, oude visserssteden aan het IJsselmeer, en Den Helder met Texel).

De ontwikkeling van de 'Stelling van Den Helder' vergt een omvangrijke investering (vooral in de Rijkswerf), die naar verwachting niet zonder subsidie van rijksweg en/of de EG gerealiseerd kan worden. Ondanks dat de Rijksoverheid binnen de huidige beleidskaders geen

omvangrijke subsidiebedragen op structurele basis beschikbaar kan stellen, zou voor dit gebied mogelijk een uitzondering kunnen worden gemaakt vanwege de zwakke economische structuur van deze regio en de 'verplichtingen' van de rijksoverheid met betrekking tot de inkrimping van de marinebasis in Den Helder. De motivatie van betrokken partijen om tot samenwerking te komen vormt een belangrijke basis voor een succesvolle realisatie van dit concept.

De VOC: Macht en aanzien van een ondernemende natie

De Verenigde Oostindische Compagnie kan beschouwd worden als de eerste grote multinationale onderneming ter wereld en kan als één van de meest sprekende voorbeelden van de Gouden Eeuw worden gezien. De sporen daarvan zijn vandaag nog terug te vinden in de handel, de scheepvaart en het financiële bestel van onze samenleving. Het symboliseert de macht en het aanzien van een klein en ondernemend volk in de wereld gedurende bijna twee eeuwen (17e en 18e eeuw).

Van het verleden van de VOC is veel bewaard gebleven. Veel gemeenten en instellingen maken daarvan gebruik en weten daarmee veel toeristen te trekken. Door gebruikmaking van het bestaande en de vele initiatieven die ontplooid worden kan een aansprekend thematisch concept worden ontwikkeld dat uiteenlopende doelgroepen kan aanspreken, gebruikmakend van min of meer dezelfde basiselementen qua aanbod.

Het concept kent de volgende drie pijlers:

- (a) het Leven (in de 17e eeuw);
- (b) de Scheepvaart (voor handelsdoeleinden en ontdekkingsreizen);
- (c) de Handel en Industrie (de basis voor een aantal hedendaagse bedrijfstakken).

Elke pijler kent weer verschillende elementen die voor elk van de voormalige vestigingssteden (de zogenaamde 'Kamers') van de VOC kunnen worden uitgewerkt, te weten Enkhuizen, Hoorn, Amsterdam, Delft, Rotterdam en Middelburg.

Door allereerst gebruik te maken van het bestaande en de verschillende activiteiten beter op elkaar af te stemmen en de promotie ervan naar doelgroepen gecoördineerd uit te voeren, kan het cultuurhistorisch toerisme in belangrijke mate gestimuleerd worden. Vanwege de geografische spreiding van de voormalige VOC-steden kan enerzijds het bezoek uit de regio toenemen (vooral dagtoeristen) en kan anderzijds, mits daarvoor een goed samenwerkingsverband tussen culturele instellingen, gemeenten, vervoerbedrijven en het toeristische bedrijfsleven tot stand komt, de 'cultuurtoerist' en de inkomende toerist worden aangetrokken (bijvoorbeeld door middel van VOC-arrangementen).

Dit thematische concept zal naar verloop van tijd kunnen worden uitgebreid met 'ontwikkelingsprojecten' zoals de bouw van replica's van VOC schepen, in aanvulling op de huidige twee replica's, de restauratie van voormalige Oostindische huizen en scheepswerven en andere cultuur historische objecten.

Vanwege de relatie van de ontstaansgeschiedenis van een groot aantal bedrijfstakken met de VOC biedt dit concept goede aanknopingspunten om door middel van sponsorgelden of private financiering onderdelen van het concept te ontwikkelen op basis van een publiek private samenwerkingsvorm.

Het concept biedt voldoende mogelijkheden om gedurende een aantal jaren aangevuld te worden en verschillende accenten te leggen. Er kan bijvoorbeeld naar worden gestreefd in 1999, ter herdenking van 200 jaar VOC (genationaliseerd in 1799), een grootschalige internationale promotiecampagne (vergelijkbaar met de Floriade en de Van Gogh-tentoonstelling) te effectueren. Uiteraard zal het (toeristische) bedrijfsleven, gezien het eigen economische belang, daaraan een bijdrage dienen te leveren.

De organisatie van de samenwerking

Oprichting van een stichting CHT met een projectbureau is gewenst

Aangezien op dit moment de concepten nog nader ontwikkeld dienen te worden is er behoefte aan een centrale organisatie die tot doel heeft de voorbereiding van de realisatie van de concepten uit te voeren. Aanbevolen wordt daarvoor een stichting op te richten met een projectbureau dat voor maximaal vier jaar gesubsidieerd wordt door het Ministerie van EZ en het Ministerie van WVC, elk voor 50%.

Het projectbureau van de stichting bestaat uit twee projectleiders aangevuld met een (administratieve) ondersteuning. Het bureau heeft twee kerntaken, te weten:

- (i) de voorbereiding van de realisatie van de twee pilot concepten;
- (ii) de bundeling en het toegankelijk maken van de opgedane kennis en ervaring ten behoeve van nieuwe CHT-initiatieven.

Gezien de taakstelling zullen aan beide projectleiders hoge eisen worden gesteld, waarbij inventiviteit en 'pushing power' centraal staan. De kosten van het projectbureau worden geraamd op f 800.000,- per jaar voor maximaal vier jaar. Na de eerste twee jaar zal een evaluatiemoment worden ingelast waarin de voortgang en bereikte resultaten door de rijksoverheid (als subsidiënt) worden beoordeeld.

Ontwikkelingstraject naar afzonderlijke organisaties per concept

Het projectbureau zal zich in principe binnen een periode van vier jaar 'overbodig' moeten maken, door per pilot-concept een afzonderlijke organisatie van de grond te trekken die met de uitvoering en het beheer van het concept wordt belast. Deze organisatie zal uiteraard door de direct betrokken partijen moeten worden gedragen.

Gezien het belang dat deze partijen bij een succesvolle realisatie van het concept zullen hebben mag van hen ook worden verlangd dat zij een financiële bijdrage aan de verdere ontwikkeling van het concept leveren. De mate van effectuering van deze financiële bijdrage zal tevens betrokken worden in de evaluatie na de eerste twee jaar, zodat voor belanghebbenden een prikkel ontstaat zo snel mogelijk een 'eigen' organisatie voor de concepten op te richten.

Indien voor beide 'pilots' een organisatievorm tot stand is gekomen en een ontwikkelingsplan voor het concept uitvoeringsgereed is gemaakt, en daarnaast voldaan is aan de 'eigen' taakstelling van het bureau (bundeling van informatie), heeft het projectbureau aan haar taak voldaan en zal in principe kunnen worden opgeheven. Het perspectief van het 'centrale' projectbureau CHT is afhankelijk van het draagvlak dat zich in vier jaar ontwikkeld heeft voor de realisatie van een 'infrastructuur' met betrekking tot de ondersteuning en advisering

inzake CHT-concepten. Zo zou op termijn wellicht een Vereniging CHT opgericht kunnen worden (vergelijkbaar met de Vereniging voor Natuurmonumenten).

De uiteindelijke 'decentrale' organisatievormen voor de concepten zullen waarschijnlijk onderling verschillen en dienen nader door partijen te worden ingevuld (afhankelijk van de nadere uitwerking van het concept). Als voorbeeld hebben wij voor elk concept een organisatievorm nader uitgewerkt.

Voorbeelduitwerking projectorganisatie 'Noorderkwartier'

Voor het Noorderkwartier zal wellicht met betrekking tot de realisatie van de thematische onderdelen van het concept een stichting kunnen worden opgericht die tot doel heeft het concept verder te ontwikkelen en uit te voeren. Voor het ontwikkelingsproject 'de Rijkswerf' zal, gezien de investeringen die daar moeten worden gedaan, een publiek private samenwerkingsvorm tot stand kunnen worden gebracht (bijvoorbeeld een v.o.f. of een B.V.) waarbij de relatie en afstemming met de stichting is gewaarborgd.

Bij de oprichting van de stichting kan worden gedacht aan de heroprichting van de 'Gecommitteerde Raden van West Friesland en het Noorderkwartier', het toenmalige regionale bestuur in de periode 1573 - 1795. Participatie van de Provincie Noord-Holland lijkt ons daarbij noodzakelijk, te meer daar het concept 'Noorderkwartier' tevens een raakvlak heeft met het concept 'VOC' voorzover het de steden Hoorn en Enkhuizen betreft. Beide concepten kunnen elkaar versterken waarbij de betrokkenheid van de provincie gewenst is.

Voorbeelduitwerking projectorganisatie 'VOC'

Het VOC-concept maakt meer dan het concept 'Noorderkwartier' gebruik van bestaande voorzieningen en objecten zodat hier vooral sprake is van afstemming van de verschillende activiteiten op elkaar (in eerste instantie). De rechtsvorm die daar het beste bij zou kunnen passen is die van een federatie, waarbij de 'Vereniging Oostindische Compagnie' wordt opgericht waarvan diverse rechtspersonen lid kunnen zijn. Op regionaal niveau kunnen verenigingen en/of stichtingen worden opgericht die de VOC-activiteiten binnen de regio op elkaar afstemmen. Vooralsnog kan aan vier 'VOC-Kamers' worden gedacht, te weten:

- (a) de Kamer Zeeland (Middelburg, Vlissingen, Veere etc);
- (b) de Kamer Rotterdam/Delft (regionale samenhang en aanvullend op elkaar qua accent);
- (c) de Kamer Amsterdam;
- (d) de Kamer Enkhuizen/Hoorn (regionaal verband).

Per Kamer wordt de afstemming tussen de diverse betrokken instanties geregeld, zoals gemeente(n), musea, vrijwilligersorganisaties, bedrijfsleven, VVV's etc. Daarnaast zouden gezamenlijke projecten kunnen worden uitgevoerd tussen de Kamers (filmprojecten, tentoonstellingen, evenementen en dergelijke) en kunnen eventueel aparte rechtsvormen worden opgericht voor ontwikkelingsprojecten zoals een aparte BV voor de ontwikkeling en verkoop van souvenirs, de replicabouw en exploitatie van VOC-schepen en de restauratie van VOC-monumenten met private financiering.

CHT-stimulering door samenwerking

Door een goede samenwerking tussen direct betrokken partijen kan het cultuurhistorisch toerisme op een hoger plan worden getild. De mate waarin partijen in staat zijn het gemeenschappelijke belang in verband te brengen met het 'eigen' belang is daarbij cruciaal. Een gecoördineerd optreden voorkomt suboptimalisatie en leidt tot een grotere wervingskracht. De Rijksoverheid vervult bij de aanzet tot de ontwikkeling van samenwerking op dit gebied een belangrijke initiërende rol, door de oprichting van een nationaal Projectbureau CHT. Met het werk van dit projectbureau wordt een 'vliegwieleffect' beoogd. Door een succesvolle uitvoering van de twee pilot-concepten kan een voorbeeldfunctie worden vervuld die hopelijk elders in het land veel naleving zal ondervinden.

INLEIDING

1 Cultuur en toerisme hangen met elkaar samen doordat een deel van het binnenlands en inkomend toerisme wordt aangetrokken door het cultuurhistorische erfgoed dat Nederland rijk is. Het zorgvuldig bewaakte nationale culturele erfgoed oefent een grote aantrekkingskracht uit op bepaalde groepen toeristen.

2 De sector toerisme is zowel nationaal als internationaal van groot economisch belang. De komende jaren wordt wereldwijd een verdere groei van het (cultuur-)toerisme verwacht. Gezien de internationale concurrentieverhoudingen is het voor Nederland van belang dat een duidelijke profilering wordt opgebouwd ten einde zich te kunnen onderscheiden van alternatieve toeristische bestemmingen in het buitenland.

3 Eén van de pijlers die het Ministerie van Economische Zaken heeft aangewezen als onderdeel van het toeristisch beleid betreft daarom het cultuurhistorisch erfgoed. Nederland kan zich daarin in positieve zin met andere landen ruimschoots meten. Door versterking van de cultuurhistorische functies kan een belangrijke bijdrage worden geleverd aan de verdere groei van de toeristische sector.

4 Vanuit de verantwoordelijkheid van het Ministerie van WVC wordt een toename van het toeristische bezoek aan nationale cultuurhistorische objecten/structuren en voorwerpen nagestreefd, teneinde een bijdrage te leveren aan de stimulering van het historische besef van de nederlandse cultuur en aan de instandhouding van het culturele erfgoed door middel van extra opbrengsten. Door versterking van de relatie tussen 'cultuur' en 'toerisme' kan een meerwaarde voor beide worden verkregen. Het economische en culturele beleid van de Rijksoverheid is er dan ook op gericht deze meerwaarde te vergroten door projecten op dit gebied te stimuleren.

5 In 1989 is daartoe een onderzoek gedaan dat geleid heeft tot een Masterplan voor het cultuurhistorisch toerisme.¹ Daarin wordt voorgesteld een aantal projecten op dat gebied te entameren. Voor het ontwikkelen van een activiteitenprogramma en voor de begeleiding van de projecten werd aanbevolen een platform te creëren bestaande uit verschillende organisaties die een belangrijke rol bij de ontwikkeling van cultuurhistorisch toerisme kunnen vervullen. Dit platform zou kunnen worden bijgestaan door een projectbureau dat ondersteunende en uitvoerende taken zou kunnen verrichten.

6 Mede op basis van het Masterplan Cultuurhistorisch Toerisme hebben het Ministerie van EZ en het Ministerie van WVC Coopers & Lybrand Management Consultants de opdracht verstrekt een onderzoek uit te voeren met betrekking tot de selectie van een tweetal pilot-concepten alsmede een advies uit te brengen voor de organisatie daarvan. Voor de begeleiding

¹ Winkelman & Van Hesse, 1989

van het onderzoek is een Initiatiefgroep opgericht bestaande uit vertegenwoordigers (op persoonlijke titel) van het bedrijfsleven, de overheid en de toeristische sector.

7 Daarnaast is een ambtelijke klankbordgroep opgericht bestaande uit vertegenwoordigers van beide departementen en van de Rijksdienst voor de Monumentenzorg.

8 In Bijlage A is een verantwoording van de onderzoeksopzet en uitvoering opgenomen. Een groot aantal vertegenwoordigers van de direct betrokken partijen in het 'veld' hebben hun medewerking verleend aan het onderzoek. Hun inbreng en ideeën zijn van groot belang geweest voor de onderzoeksresultaten. Bijlage B verschaft een overzicht van degenen die aan het onderzoek hebben deelgenomen.

I BEGRIPSVORMING, AFBAKENING EN DOEL VAN HET ONDERZOEK

Ontwikkeling van totaal-concepten

100 De Rijksoverheid richt zich primair op de realisatie van 'totaal-concepten' op het gebied van cultuurhistorisch toerisme (hierna afgekort als CHT). Onder 'totaal-concept' kan in dit geval een samenhangend pakket van maatregelen worden verstaan waarbinnen verschillende samenhangende projecten gerealiseerd worden, gericht op een gemeenschappelijk doel. De elementen waaraan een dergelijk totaal-concept dient te voldoen zijn hierna beknopt aangegeven.

101 Bij de ontwikkeling van totaal-concepten kunnen in principe twee categorieën worden onderscheiden, te weten:

- (a) thematische concepten, waarbij door combinatie van bestaande cultuurhistorische elementen een nieuw geheel kan ontstaan (clustering en gezamenlijke marketing);
- (b) ontwikkelingsconcepten, waarbij een gebied met een grote CHT-potentie tot ontwikkeling wordt gebracht door realisatie van een betere 'infrastructuur' (nieuwe elementen aan bestaande toevoegen).

Elementen van een totaal-concept

102 De voornaamste elementen van een totaalconcept zijn de volgende:

- (a) een samenhang van cultuurhistorische attracties, bezienswaardigheden, evenementen rondom één herkenbaar thema en geplaatst binnen hun historische omgeving;
- (b) internationaal herkenbaar als typisch Nederland-gebonden;
- (c) gericht op een bewuste recreatief-educatieve beleving van de geschiedenis ('history is fun'), zoveel mogelijk gebruik makend van het authentieke 'produkt'.
- (d) gemeente-overstijgend en zoveel mogelijk aansluitend op de drie nationale thema's (Nederland Waterland, Stedenring, De Kust);
- (e) samenwerking van partijen op basis van draagvlak en een gemeenschappelijk doel, ook met betrekking tot de financiering.

Een meer uitgebreide opsomming is in Bijlage C opgenomen.

Doel van het onderzoek

103 Het onderzoek dient te resulteren in de ontwikkeling en selectie van twee pilot-concepten, die een voorbeeldfunctie kunnen vervullen met betrekking tot de stimulering van cultuurhistorisch toerisme in Nederland. De realisatie van deze concepten zal binnen een termijn van circa vier jaar tastbare resultaten dienen op te leveren, zodanig dat ze een voorbeeldfunctie voor nieuwe initiatieven kunnen vervullen.

104 Bij de selectie van concepten dient met de indeling in thematische en ontwikkelingsconcepten rekening te worden gehouden, waarbij de voorkeur uit gaat in elke categorie (thematisch of ontwikkelingsconcept) één pilot-concept te ontwikkelen. De scheiding tussen beide categorieën is overigens niet scherp aan te geven, aangezien ook bij de ontwikkeling van een thematisch concept (op termijn) sprake kan zijn van investeringen in nieuwe elementen, zij het van geringere omvang dan bij een ontwikkelingsconcept. Een ontwikkelingsconcept zal versterkt kunnen worden door een thematische samenhang in de verschillende elementen van het concept aan te brengen.

105 Nadat de twee pilot-concepten zijn geselecteerd dient tevens een aanbeveling te worden gedaan met betrekking tot de organisatie voor de verdere ontwikkeling en uitvoering van de concepten met betrekking tot de volgende aspecten:

- (i) takenpakket;
- (ii) tijdsperiode;
- (iii) inrichting en omvang;
- (iv) benodigd budget per jaar.

Vooralsnog dient ervan te worden uitgegaan dat de beide opdrachtgevers van het onderzoek, in casu de ministeries van EZ en WVC, uitgaan van subsidiëring van een dergelijke organisatie voor maximaal vier jaar.

Doelstellingen Rijksbeleid

106 Teneinde het onderhavige onderzoek in een beleidskader te kunnen passen zijn de doelstellingen van de Rijksoverheid met betrekking tot de stimulering van cultuurhistorisch toerisme nader geïnventariseerd. Daarbij is tevens rekening gehouden met de belangen van andere partijen om deel te nemen aan de verdere invulling en realisatie van de concepten.

Doelstellingen Ministerie van EZ

107

- (a) de bevordering van de internationale concurrentiepositie van Nederland ten aanzien van het toerisme;
- (b) de bevordering van het binnenlands toerisme en in het bijzonder het dagtoerisme en het binnenlands kort verblijf.

108 Bij het bevorderen van het CHT wordt het accent gelegd op de marketinginspanning met betrekking tot hetgeen reeds aanwezig is op CHT-gebied.

Doelstellingen van het Ministerie van WVC en de RDMZ

109

- (a) de vergroting van de beschikbare financiële middelen ten behoeve van de instandhouding van het culturele erfgoed, bij voorkeur met derde geldstromen;
- (b) de bevordering van het cultureel besef inzake het Nederlandse culturele erfgoed. CHT dient daartoe een educatief element te bevatten;
- (c) het integreren van de cultuurhistorische elementen in het veranderde leefmilieu;
- (d) het streven naar een grotere erkenning van erfgoed gebouwd in de periode 1850-1940 en het tonen daarvan in de historische omgeving;

- (e) het vergroten van de bruikbaarheid en hergebruik van het cultuurhistorische erfgoed.

110 WVC signaleert een spanningsveld tussen de stimulering van het bezoek en de instandhouding van het erfgoed (vanwege eventuele hogere onderhoudskosten en schade). De RDMZ streeft voor zichzelf een verdere ontwikkeling tot kenniscentrum na op het terrein van de monumentenzorg. Het zwaartepunt van de uitvoering van de monumentenzorg ligt bij gemeenten en particulieren.

Motieven van gemeenten ten aanzien van CHT

111 Motieven van gemeenten om CHT te bevorderen kunnen naar onze mening de volgende zijn:

- (a) de bevordering van het cultuurbesef met name bij de eigen lokale bevolking en het creëren van een groter draagvlak voor het eigen culturele erfgoed;
- (b) de instandhouding van het binnen de gemeentegrenzen aanwezige cultuurhistorische erfgoed en het vinden van (nieuwe) financieringsbronnen daarvoor;
- (c) de bevordering van het cultuurhistorisch toerisme waardoor inkomenseffecten kunnen worden gegenereerd voor het eigen midden- en kleinbedrijf (horeca etc.);
- (d) de stimulering van de economie en de werkgelegenheid in de eigen gemeente c.q. de eigen regio. Cultuurhistorische elementen kunnen worden gebruikt voor citymarketingdoeleinden.

Motieven bedrijfsleven en instellingen ten aanzien van CHT

112 Het belang van het bedrijfsleven kan gelegen zijn in:

- (a) verhoging van de omzet;
- (b) vergroting van de naambekendheid;
- (c) ontwikkelen van nieuwe ondernemingsactiviteiten;
- (d) andere motieven.

Motieven van overige partijen

113 Andere partijen dan de hiervoor genoemde kunnen uiteenlopende motieven hebben bij de stimulering van CHT. Deze kunnen in het verlengde liggen van de kerntaak van een organisatie of kunnen ideële motieven betreffen. De ontwikkeling van CHT-concepten zal een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan de hiervoor genoemde doelstellingen.

Afbakening van het onderzoeksterrein

114 Met nadruk wordt gesteld dat het onderzoek niet tot doel heeft een uitgewerkt marketingplan voor de twee te selecteren CHT-concepten te ontwikkelen. Het betreft ook geen gedetailleerd haalbaarheidsonderzoek. Ter indicatie van de slaagkans van beide concepten is wel een model voor globale haalbaarheidstoetsing door ons ontwikkeld en zijn groepsinterviews met direct betrokken partijen gebruikt om de ontwikkelde denkrichtingen te toetsen en aan te vullen. De komende vier jaar zal aan de verdere ontwikkeling, haalbaarheidstoetsing en realisatie van de geselecteerde concepten gewerkt moeten worden, door en in nauwe samenwerking met alle direct betrokken partijen.

II EEN MARKTVERKENNING

De aanbodzijde

Een veelkleurig maar versnipperd aanbod

200 De aanbodzijde van de markt van cultuurhistorisch toerisme wordt gekenmerkt door een omvangrijk en veelkleurig aanbod van cultureel-toeristische attracties gespreid over Nederland. Het Nederlandse culturele erfgoed is over de jaren heen relatief goed bewaard gebleven en vormt derhalve een belangrijke stimulans voor buitenlanders om Nederland te bezoeken en voor Nederlanders om kennis te maken met hun eigen historie.

201 Nederland wordt gekenmerkt door een groot aantal monumenten, goed bewaard gebleven oude stads- en dorpsgezichten, musea van hoge kwaliteit, oude ambachten, natuurhistorische gebieden en archeologische vindplaatsen. Daarbij kunnen ook de nieuwe generatie monumenten worden gerekend uit de periode van 1850 tot circa 1940.

202 Er zijn vele organisaties en instanties werkzaam op het gebied van cultuurhistorisch toerisme. Gemeenten gebruiken soms het cultuur- en toeristische beleid als onderdeel voor hun city-marketing, en hopen met jaarlijkse evenementen veel bezoekers te trekken. De provinciale overheden trachten door middel van gericht beleid eveneens op regionaal/provinciaal niveau daaraan een bijdrage te leveren.

203 Belangenorganisaties, voorlichtings- en onderzoeksinstituten zoals de ANWB, de provinciale en de lokale VVV's, de Stichting Nationale Contactcommissie Monumentenbescherming (NCM) en het Nederlands Bureau voor Toerisme spelen alle een belangrijke rol bij de promotie van aantrekkelijke regio's en objecten en bij de informatievoorziening aan de toeristen in binnen- en buitenland. De activiteiten van deze instellingen vertonen een groot aantal raakvlakken.

204 Het toeristische bedrijfsleven (touroperators, horeca, hotelwezen, touringcar en vervoerbedrijven etc.) vervult eveneens een belangrijke rol bij de stimulering van cultuurhistorisch toerisme door specifieke arrangementen aan te bieden, nieuwe projecten en activiteiten te ontwikkelen, en uitgaansmogelijkheden en voorzieningen voor (verblijfs-) recreatie te bieden

205 Tenslotte vervullen culturele instellingen en non profit instellingen evenzo een belangrijke rol bij de instandhouding en het aanbieden van cultureel-toeristische produkten. Daarbij kan gedacht worden aan musea, monumentenzorg en verenigingen en stichtingen van vrijwilligers op allerlei terreinen. Zij bepalen tot op heden een belangrijk deel van het aanbod voor zover het de authentiek-culturele objecten en voorzieningen betreft.

206 De samenwerking tussen bovengenoemde partijen is gebrekkig. Zo lijkt op diverse plaatsen het wiel opnieuw te worden uitgevonden, wordt onderling in concurrentie getreden en slecht afgestemd en vinden ontwikkelingen vooral op lokaal niveau plaats, waarbij de informatievoorziening en promotie te wensen overlaat.

Druk op de middelen, meer concurrentie

207 Op dit moment staat de geldstroom van rijkswege voor onder meer de monumentenzorg onder grote druk door onder meer uitbreiding van het monumentenbestand. Het zal in de toekomst steeds moeilijker worden voldoende financiële middelen te vinden om het bestaande in stand te houden en nieuwe objecten te restaureren.

208 De totstandkoming van de interne Europese markt leidt naast kansen voor marktverbreding ook tot een toenemende concurrentie op internationaal niveau. De concurrentiepositie van Nederland op het gebied van (cultuurhistorisch) toerisme zal daardoor onder druk komen te staan. In toenemende mate zullen nieuwe initiatieven moeten worden ontwikkeld om de concurrentiepositie te verstevigen.

Relaties binnen CHT-concepten

209 Bij de realisatie van CHT-concepten gaat het niet alleen om monumenten, maar ook om de relatie van monumenten met hun natuurlijke omgeving, zodat de bezoeker de gelegenheid wordt geboden de historie te 'herbeleven'. Zo mogelijk kan daarbij tevens een relatie worden gelegd met het heden. Aansprekende concepten kunnen bij de bezoeker het besef creëren dat geschiedenis niet saai is maar 'fun'.

210 Voor de realisatie van de CHT-concepten is de ketenbenadering van groot belang. Door concepten als een samenhangend geheel van activiteiten, objecten, monumenten en dergelijke te beschouwen dient elke partij die een deel van de keten voor haar rekening neemt een bijdrage te leveren, waarbij de afstemming op de bijdragen van anderen is gewaarborgd. Alleen bij een dergelijke benadering kan de onderlinge samenhang effectief worden en kunnen de uiteindelijke doelstellingen worden verwezenlijkt. Als praktische voorbeelden kunnen worden genoemd een gezamenlijke promotiecampagne, afstemming van openingstijden, het gezamenlijk ontwikkelen van specifieke projecten en activiteiten, het investeren in milieuvriendelijke verkeersmaatregelen (Park & Ride, Park & Bike), tot en met het gezamenlijk delen van de opbrengst. Een versnipperde en verkokerde benadering van cultuurhistorisch toerisme wordt daardoor voorkomen.

De vraagzijde

Marktsegmentatie heeft meerdere dimensies

211 Alhoewel het onderhavige onderzoek geen marktonderzoek betreft, is ten behoeve van de ontwikkeling en selectie van CHT-concepten een verkenning uitgevoerd met betrekking tot de vraagzijde en trends van CHT. In een separate bijlage bij dit rapport, getiteld: "Een groeiende markt voor cultuurhistorisch toerisme" zijn de uitkomsten van een statistische verkenning opgenomen. Een aantal belangrijke uitkomsten is hierna vermeld.

De vraagzijde van CHT is ondoorzichtig

212 De vraagzijde van CHT is erg ondoorzichtig. Ondanks de vele statistische informatie die voorhanden is, is het niet eenvoudig duidelijke marktsegmenten vast te stellen. Meerdere invalshoeken zijn daarvoor denkbaar.

213 Een veel gebruikt segmentatiecriterium is naar land van herkomst. Allereerst wordt binnenlands toerisme onderscheiden van inkomend toerisme (vanuit het buitenland). Het binnenlands toerisme wordt vaak weer ingedeeld naar verblijfsduur (korte, middellange en lange vakanties), terwijl ook dagtochten een groot deel van de binnenlandse toeristische tijdsbesteding voor hun rekening nemen.

214 Inkomend toerisme wordt veelal ingedeeld naar land van herkomst. Verondersteld wordt dat motieven van bijvoorbeeld Duitsers om hun vakantie in Nederland door te brengen verschillen van de vakantiemotieven van andere landaarden. Deze veronderstellingen blijken in veel onderzoeken deels op waarheid te berusten.

215 Een ander belangrijk segmentatiecriterium is het gebruikte vervoermiddel (eigen auto, bus, trein, vliegtuig); dit is voor het cultuurhistorisch toerisme minder van belang.

216 Wel van belang is de organisatiegraad van de reis. Enerzijds onderscheidt men pakketreizen, georganiseerd door een touroperator en geboekt via een reisagent, waarin alle onderdelen van de reis (vervoer, verblijf, activiteiten) bijeen gebracht zijn, anderzijds is sprake van een volledig individueel geboekte reis. Vele tussenvormen bestaan ook. De trend van de afgelopen jaren naar een steeds groter percentage pakketreizen zet nog steeds door, met name voor korte vakanties en verre bestemmingen. Dit ondanks de toegenomen kennis en reiservaring van de meeste reisconsumenten.

217 De markt voor CHT-bezoeken is overigens niet eenduidig groeiend. Uitgaande van een bezoekersregistratie van attracties met meer dan 25.000 bezoekers (middelgroot en groot) valt op dat musea zich mogen verheugen in een toenemende belangstelling, maar dat historische gebouwen (monumenten en kastelen met name) over de afgelopen jaren vrijwel geen groeiend bezoekersaantal registreren.

Bij het binnenlands toerisme domineert het dagtoerisme

218 De markt voor binnenlands toerisme is als hoofdingang het beste naar verblijfsduur in te delen. Enerzijds worden toeristische dagtochten vanuit de eigen woning gemaakt, anderzijds worden door Nederlanders korte en lange vakanties in eigen land doorgebracht.

219 Dagtoerisme is, gemeten naar aantal "bezoekersdagen", de grootste markt voor toeristische attracties, waaronder CHT-bezienswaardigheden. Zo'n 90 % van alle toeristische vrije tijdsbesteding vindt in Nederland plaats tijdens dagtochten vanuit de eigen woning naar andere bestemmingen dan familiebezoek. Belangrijk is dat slechts 3% van deze dagtochten CHT-bestemmingen betreft, maar dat deze met 5% van de daarmee samenhangende bestedingen wel tot de duurdere dagtochten blijken te behoren.

220 Tweederde van de dagtochten heeft een duur langer dan twee uur. Een belangrijke

beperking blijkt de afstand vanaf het vertrekpunt (de eigen woning), waarbij gemiddeld als maximum 60 km wordt genoemd. 70% van de binnenlandse dagtochtmakers vindt zelfs binnen een straal van 25 km een voldoende aanbod. Gezinnen met jonge kinderen reizen minder ver en besteden per persoon het minst. Zij maken echter wel de meeste dagtochten per persoon per jaar.

221 Belangrijke doelgroepen voor CHT-dagtochten zijn primair de jonge één- en tweepersoonshuishoudens, ouderen en in zijn algemeenheid de hogere welstandsklassen. Gezinnen met kinderen lijken een grote potentiële secundaire doelgroep, die kan worden bereikt als "history" ook beleefd kan worden op een attractieve en educatieve wijze.

222 Het bezoek aan CHT-bezienswaardigheden is vooral gericht op musea (42%) oude steden of dorpen (24%). Monumenten zijn als aparte trekpleister minder in trek. Vestingwerken en oorlogsmonumenten trekken aanzienlijk minder geïnteresseerden dan kastelen en paleizen. Niet niet duidelijk is of dit een autonome consumentenvoorkeur is dan wel een door het aanbod bepaald gedrag.

223 De markt voor dagtochten aan CHT-attractiepunten wordt ingeschat op circa 26 miljoen dagbezoeken, waarin Fl. 564 miljoen wordt uitgegeven (1991). Slechts 16% hiervan wordt uitgegeven aan entree- en of deelnamekosten; de reiskosten (36%) en horeca-uitgaven (48%) zijn de grootste componenten in de consumentenbestedingen.

Binnenlands toerisme is een kleinere markt, maar met groeipotentie voor CHT

224 Bij de door Nederlanders in het binnenland bestede vakanties door Nederlanders valt op dat de korte vakanties (korter dan vier overnachtingen) in aantal afnemen en dat de "kortere lange vakanties" (5-8 dagen) juist groeien (tot inmiddels bijna 2/3 van alle binnenlandse vakanties). De toename van vrije tijd en het aanbod van de grote ketens van bungalowparken worden hiervoor met name als oorzaken genoemd. Deze laatstgenoemde vakanties zijn echter tot nu toe meer op ontspanning en gezinsuitjes gericht dan stimulerend voor CHT. Gezien de promotie door sommige bungalowparken voor de attracties in de omgeving kan hierin wellicht in de toekomst verandering komen.

225 De totale bestedingen aan binnenlandse lange vakanties zijn in de periode 1985-1990 meer dan tweemaal zo snel gegroeid als de particuliere consumptie. De markt voor bezoek aan CHT-attractiepunten tijdens binnenlandse korte en lange vakanties wordt ingeschat op circa 10 miljoen bezoeken (tijdens in totaal 100 miljoen vakanties). De bestedingen worden geschat op circa Fl. 200 miljoen (inclusief reiskosten, deelname/entree en horeca).

De markt voor inkomend toerisme vereist een gedifferentieerde benadering

226 Een belangrijke factor in de buitenlandse beeldvorming van Nederland als vakantiebestemming wordt gevormd door de afstand tussen herkomstland en Nederland; deze afstand lijkt sterk bepalend te zijn voor de kennis die men van ons land heeft.

227 Grofweg kan een indeling worden gemaakt in vier categorieën, waarbij noodzakelijkerwijs generaliserende uitspraken omtrent toeristen uit de verschillende herkomstlanden worden gedaan:

- (a) de Duitse (kust)toeristen
- (b) de markt van toeristen uit overige "nabuurlanden"
- (c) de markt van toeristen uit de overige Europese landen
- (d) de intercontinentaal toeristische markt (m.n. Amerika en Japan)

De duitse (kust)toeristen kunnen tot CHT-bezoek geactiveerd worden

228 Deze groep toeristen is de belangrijkste voor Nederland. 31% van alle buitenlandse vakantiegangers (1.815.000 personen) kwam in 1990 uit Duitsland. Zij bleven gemiddeld langer dan andere buitenlanders en namen 45% van alle overnachtingen door buitenlanders voor hun rekening. Duitsers brengen traditioneel (gezins)zomervakanties in Nederland door, waarbij de kust een zeer belangrijke bestemming is.

229 Deze doelgroep is echter al jaren een stabiele tot licht dalende markt, met relatief lage bestedingen per persoon per dag. Bedreigingen voor Nederland als vakantiebestemming worden gevormd door de -trage- opkomst van alternatieven in eigen land (Oostzeekust), de groeiende budgettaire mogelijkheden, die voor steeds meer Duitsers verder weggelegen bestemmingen bereikbaar maken en het grote aandeel herhalingsbezoek, dat voor veel Duitsers aanleiding is meer naar alternatieven te gaan zoeken.

230 CHT-concepten kunnen een belangrijke rol spelen in het bieden van nieuwe, aantrekkelijke punten in het aanbod, waarmee de huidige bezoekersstroom kan worden uitgenodigd Nederland op een andere wijze te beleven; de concurrentiepositie van Nederland als vakantiebestemming wordt daarmee versterkt.

- 231 Belangrijke aspecten in de promotie en het aanbod zijn dan :
- (a) een groot palet aan mogelijkheden;
 - (b) op korte afstand van de verblijfplaats;
 - (c) met duidelijke beschrijvingen van historische waarden ('history is fun' elementen);
 - (d) met voldoende omringende amusementsmogelijkheden (gezinnen met kinderen).

De overige nabuurlanden vragen een intensievere bewerking

232 De bezoekers uit België, Luxemburg, Het Verenigd Koninkrijk en Ierland zijn samen goed voor 21% van alle buitenlandse vakantiegangers in Nederland. Zij verblijven gemiddeld minder lang dan Duitsers, maar langer dan de overige vakantiegangers.

233 Deze bezoekers zijn over het algemeen minder goed op de hoogte van de geografie en de toeristische mogelijkheden van Nederland. Zij dienen vooraf van veel informatie over de specifieke bezienswaardigheden en attracties voorzien te worden. Vooral de Engelsen zijn zeer ontvankelijk voor CHT-toerisme, gezien de vele succesvolle voorbeelden in hun eigen land. Interessant voor de bezoekers uit deze nabuurlanden is de relatie die cultuurhistorisch kan worden gelegd met de ontwikkeling van hun eigen land (maritiem, oorlogen, staatsinrichting, kunst).

In de overige Europese landen dient de interesse nog goeddeels ontwikkeld te worden

234 In de méditerrane landen, inclusief Frankrijk, is een groeiende interesse voor een - vaak korte- vakantie naar Nederland merkbaar, mede als resultaat van actieve promotie door onder andere het NBT (Nederlands Bureau voor Toerisme). In deze landen is nog relatief veel latente interesse te ontwikkelen en is ook de kennis van de "unique selling points" van Nederland geringer. Cultuurhistorie is één van de thema's die een positieve invloed blijkt te hebben op de motivatie van deze groep om naar Nederland te komen.

235 Fransen (met 422.000 bezoekers het derde land van herkomst van Europese bezoekers) komen steeds meer naar Nederland, maar met name het aantal Italiaanse bezoekers (377.000 in 1990) vertoont een enorme groei (150% in 5 jaar), waarbij de bloembollen en de musea de grote trekpleisters zijn. Cultuurhistorie rond thema's als de maritieme macht van Nederland en de strijd tegen het water kunnen uitstekend aansluiten op deze interesses.

236 Voor deze doelgroepen is een meer "voorgestructureerde" aanpak aan te bevelen. Goede informatiepakketten en (deels) georganiseerde reispakketten zijn daarbij belangrijke componenten. Tevens is gebleken dat de bezoekers uit deze landen, die veelal tot de beter gesitueerden en opgeleiden behoren, prijs stellen op moderne en hoogwaardige voorzieningen en verblijfsaccommodaties.

De intercontinentale toerist dient vooral met "symbolen" te worden aangesproken

237 Buitenlandse vakantiegangers vanuit de USA, Canada en, in aantallen minder belangrijk, het Verre Oosten bezoeken Nederland veelal als onderdeel van een reis door Europa. Zij blijven dan ook relatief kort in ons land (Amerikanen gemiddeld 2 nachten tegen Duitsers meer dan vier nachten). Zij richten zich meer op de "highlights" van Nederland en gaan daarbij sterk af op informatie die hen wordt aangeboden.

238 Bekende symbolen, waarmee Nederland zich op deze markten sinds jaar en dag profileert, zijn cultuurhistorisch bepaald. De klompen, molens, bollenvelden en vissersdorpen aan het IJsselmeer scoren daarbij hoog, naast de beroemde Hollandse Meesters in de schilderkunst.

239 Totaalconcepten op het gebied van CHT zullen voor deze doelgroepen vooral aanspreken, indien zij voortbouwen op deze herkenningpunten. De toegevoegde waarde van een totaalconcept kan liggen in een duidelijke, historisch juiste en indringende wijze van presenteren van attracties in hun samenhang. Hiermee kunnen complete reispakketten, als onderdeel van de Europese reis of afzonderlijk aan te bieden, bijdragen aan een verlenging van het gemiddeld verblijf van deze intercontinentale toerist in Nederland en aan een meer indringend en juist beeld van de betekenis van ons land in de cultuurhistorie.

Specifieke doelgroepen voor CHT

240 Naast de bovengenoemde hoofdingeling in binnenlands toerisme en inkomend toerisme hebben wij als primaire invalshoek gekozen voor het motief om CHT-bestemmingen al of niet te bezoeken. De volgende onderverdeling is daarvoor aangehouden (subsegmenten):

- (a) cultuurhistorisch motief;
- (b) recreatief-educatief motief;
- (c) puur recreatief motief.

241 Zowel het binnenlands als het inkomend toerisme kennen deze subsegmenten qua motief, maar behoeven ten aanzien van CHT een verschillende aanpak. Een totaalconcept voor CHT zal derhalve moeten bestaan uit componenten die logisch bij elkaar passen in een cultuurhistorisch verband, maar die bovendien ook voor elke doelgroep voldoende aantrekkelijke elementen bezitten. De subsegmenten zullen hierna nader worden beschreven.

242 Aangezien er onvoldoende informatie en onderzoeksgegevens beschikbaar is zijn wij gedwongen met een aantal werkhypothese te werken. Deze hypothesen kunnen wellicht in toekomstig toeristisch marktonderzoek worden meegenomen en worden getoetst.

Cultuurhistorisch motief

243 Dit segment kan het beste worden aangeduid met de term 'cultuurtoeristen'. Deze groep is geïnteresseerd in cultuurhistorie en gebruikt dit als hoofdmotief om voor cultuurhistorische bestemmingen te kiezen. Het recreatieve motief speelt uiteraard ook een rol, maar wordt voor een belangrijk deel ontleend aan het bezoek aan CHT-bestemmingen. Deze toeristen gaan zelf op zoek naar de meest interessante bezienswaardigheden en verdiepen zich vaak al voorafgaand aan het bezoek in de achtergronden en historische betekenis. Totaalconcepten voor CHT zullen deze groep naar verwachting zeker aanspreken, maar geen grote toename in de bezoekactiviteit tot gevolg hebben; zij gingen immers 'toch al'.

244 Kenmerken van deze groep zijn:

- (a) een leeftijd van ongeveer 40 jaar en ouder;
- (b) een relatief hoge opleiding en/of hoog inkomen;
- (c) veelal alleenstaanden en tweeverdieners;
- (d) merendeels dagtochten en relatief korte vakanties;
- (e) over het algemeen binnenlands toerist, maar ook 'special interest' groepen uit het buitenland;
- (f) vakantiebesteding vooral in voor- en naseizoen.

245 Gezien de toenemende vergrijzing van onze samenleving zou hier sprake kunnen zijn van een groeiend segment voor CHT.

Recreatief-educatief motief

246 Het recreatief/educatieve segment betreft met name binnenlandse toeristen die als hoofdmotief kiezen voor een recreatieve bestemming, maar daarbij CHT-attracties als interessante aanvullingen op de vakantiebesteding of dagtochtbestemming beschouwen. Het

cultuurhistorisch erfgoed van Nederland is voor hen wel degelijk een belangrijk argument bij het selecteren van de bestemming.

247 Kenmerken van deze groep zijn:

- (a) een leeftijd van eind twintig tot eind veertig;
- (b) een relatief hoge opleiding en/of inkomen;
- (c) gezinnen met (oudere) kinderen en tweepersoonshuishoudens;
- (d) variërend van dagtochten tot de langere vakanties van 1 week of langer;
- (e) binnenlands toerist en toeristen uit de nabuurlanden (vooral Verenigd Koninkrijk);
- (f) door alle seizoenen heen.

248 Dit segment zal vooral door evenementen en activiteiten op het raakvlak van educatie en amusement aangesproken kunnen worden en vormt qua omvang en potentie een zeer kansrijk CHT-segment.

Recreatief motief

249 Dit segment kiest zijn vakantie- en dagtochtbestemmingen voornamelijk op grond van de amusementswaarde en de recreatieve mogelijkheden rond ontspanning en sport. Bezoeken aan cultuurhistorische attracties worden bij wijze van afwisseling wel gemaakt, maar vormen geen belangrijk onderdeel van het keuzeproces rond de vakantiebestemming. Voor de CHT-concepten is het segment derhalve minder interessant.

250 Kenmerken van dit segment zijn:

- (a) jongeren en de groep 30 tot en met 50;
- (b) een relatief lage opleiding en/of inkomen;
- (c) alleenstaanden, tweepersoonshuishoudens en gezinnen met (jonge) kinderen;
- (d) variërend van dagtochten tot langere vakanties van meer dan een week;
- (e) vooral binnenlandse toeristen en Duitsers (kusttoerisme);
- (f) met name in het hoogseizoen.

Conclusie: totaalconcepten kunnen stimulerend werken op een groot deel van de markt

251 Ten aanzien van CHT is het segment van de cultuurtoerist en dat van de recreatief-educatieve toerist het meest interessant, waarbij de nadruk op de laatste dient te liggen. Bij dit segment is namelijk de grootste groei te verwachten van CHT mits daarvoor een goede aanpak wordt ontwikkeld. Tevens wordt dit segment qua volume aanmerkelijk groter geacht dan dat van de cultuurtoeristen. Bij de ontwikkeling van CHT concepten zal dan ook het accent dienen te liggen op het realiseren van een aansprekende concepten voor dit marktsegment.

252 Om de potentieel aanwezige interesse van deze doelgroep daadwerkelijk te mobiliseren is een attractief, rijk geschakeerd en begrijpelijk gepresenteerd aanbod nodig.

Totaalconcepten voor CHT, geplaatst in de context van voldoende overige recreatieve voorzieningen van voldoende niveau, kunnen met name hier een belangrijke rol spelen in de vergroting van de participatie aan CHT.

253 Specifieke aandacht voor de voorzieningen op het gebied van de horeca en verblijfsaccommodatie is bij de ontwikkeling van totaalconcepten van belang. Zowel voor het segment 'recreatief-educatief' als voor de buitenlandse bezoekers in het segment 'cultuurhistorisch motief' zijn voorzieningen op een bovengemiddeld niveau van belang. Uiteraard zullen de toeristen uit het segment 'cultuurhistorisch motief' nog beter dan voorheen door CHT-totaalconcepten kunnen worden bediend.

III SELECTIEMODEL VOOR CHT-CONCEPTEN

300 In samenspraak met de Initiatiefgroep en de ambtelijke klankbordgroep zijn ideeën ontwikkeld voor mogelijke CHT-concepten. Daaruit zijn een viertal concepten geselecteerd die nader zijn uitgewerkt en getoetst, waarvan twee thematische concepten en twee ontwikkelingsconcepten. Deze concepten zijn getoetst aan de hand van het door ons ontwikkelde toetsingsmodel voor de indicatieve haalbaarheid, resulterend in de selectie van twee pilot-concepten.

301 Ten einde een indicatie van de haalbaarheid van de concepten te verkrijgen zijn door ons vijf aspecten gehanteerd. De volgende aspecten worden van groot belang geacht voor de kans op een succesvolle uitvoering:

- (a) produkt;
- (b) markt;
- (c) financiën;
- (d) organisatie;
- (e) tijdspad.

Elk aspect zal hierna kort worden beschreven.

Produkttoets

302 Bij dit haalbaarheidsaspect wordt aandacht besteed aan de kracht en authenticiteit van het (historische) produkt, waarbij tevens een oordeel wordt gegeven over het unieke ervan en de communicatiemogelijkheden (aansprekendheid voor doelgroepen). Tevens wordt aandacht besteed aan de aspecten die M. Jansen-Verbeke aangeeft met betrekking tot de ontwikkeling van cultuurtoerisme², te weten:

- (a) de aanwezigheid van natuurlijke 'resources' in de omgeving;
- (b) de geografische ligging;
- (c) de regionaal-economische structuur;
- (d) de aanwezige infrastructuur en het voorzieningenniveau;
- (e) de ontvankelijkheid van de regio voor toeristen;
- (f) het imago van de regio als toeristische bestemming.

Uiteraard zal voorzover mogelijk tevens worden ingegaan op de afzonderlijke produkt-componenten van het concept.

² Bron: Toerisme en de draagkracht van de historische binnenstad (M.Jansen-Verbeke; Geografie juni 1992)

Markttoets

303 De doelgroepen waarop het CHT-concept is gericht staan hierbij centraal. Ligt de nadruk op het inkomend toerisme of juist op de binnenlandse dagrecreatie? Is de communicatiestrategie naar doelgroepen te variëren en te richten op de specifieke koopmotieven van doelgroepen en is daarmee voor elke doelgroep een aansprekend aanbod te realiseren? Voorzover mogelijk zal een 'kwalitatief' oordeel gegeven worden met betrekking tot de omvang van de te verwachten bezoekersstromen (groot of klein).

Financiële toets

304 Zijn er aanknopingspunten voor Publiek-Private Samenwerkingsvormen te bedenken en wat is het belang van het bedrijfsleven daarbij? Kan er een indicatie van kosten en baten worden gegeven? Aangezien de meeste concepten zich in een prematuur stadium bevinden zal het veelal niet mogelijk zijn de geldstroom kwantitatief met een redelijke mate van zekerheid te ramen. De reeds getoonde investeringsbereidheid van de betrokken overheden en het bedrijfsleven zal mede als indicatie voor de financiële haalbaarheid van het concept kunnen worden beschouwd.

Samenwerkingstoets

305 Het draagvlak voor de samenwerking bij de realisatie van het concept staat bij dit aspect centraal. Daarbij wordt aangegeven of er reeds eerder pogingen zijn gedaan het concept, of een onderdeel daarvan, van de grond te krijgen. De motivatie van de direct betrokken partijen om samen te werken voor een belangrijke succesfactor voor de stimulering van CHT.

Tijdstoets

306 Aangezien de Rijksoverheid maximaal vier jaar een organisatie wil subsidiëren met betrekking tot de uitwerking en realisatie van een tweetal concepten, zullen de concepten binnen deze periode geheel of gedeeltelijk met succes gerealiseerd dienen te worden. Daarbij zal sprake moeten zijn van tastbare resultaten teneinde een voorbeeldfunctie te kunnen vervullen. Ontwikkelingsconcepten waarvoor (bouw-)vergunningen en (omvangrijke) financiële middelen nodig zijn zullen daarbij veelal een langere voorbereidingstijd vergen dan thematische concepten.

Geselecteerde pilot-concepten

307 Door toepassing van het hiervoor beschreven toetsingsmodel voor de globale haalbaarheid zijn twee pilot-concepten uit meerdere mogelijkheden geselecteerd, te weten:

- (a) Het Noorderkwartier: Leven tussen het water;
- (b) De VOC: Macht en aanzien van een ondernemende natie.

308 Het Noorderkwartier (het noordelijke deel van Noord-Holland) is de werktitel voor een regionaal ontwikkelingsconcept waarbij de kracht van het concept is gelegen in de combinatie van cultuurhistorische elementen en (verblijfs-) recreatie. Een groot deel van het binnenlands toerisme kan daardoor worden aangesproken alsmede een belangrijk deel van toeristen uit de nabuurlanden en overig Europa. De variatie van het aanbod binnen een kort bereik staat daarbij centraal.

309 Het primaire motief om een bepaald regionaal gebied te bezoeken is over het algemeen de recreatieve functie. In veel gevallen zoeken toeristen en vakantiegangers een natuurlijke omgeving op (polderlandschap, kuststrook, merengebied en bossen). Dit betekent dat voor de ontwikkeling van een regionaal concept de aanwezigheid van natuur(historische) functies noodzakelijk is. De combinatie met cultuurhistorische elementen zal de aantrekkingskracht van het betreffende gebied kunnen verhogen. Het Noorderkwartier lijkt daar in potentie aan te voldoen.

310 De VOC betreft een thematisch concept met nationale uitstraling dat een groot aantal verschillende doelgroepen zal kunnen aanspreken en ook een bijdrage zal kunnen leveren aan de stimulering van het inkomend toerisme. Bij thematische concepten staat vooral de promotie van het concept centraal waarbij bestaande cultuurhistorische elementen met elkaar kunnen worden verbonden. Het thema dient een krachtig authentiek produkt te betreffen dat op een aansprekende wijze kan worden gepresenteerd.

311 De VOC lijkt daaraan te voldoen omdat het als het toonbeeld van de Gouden Eeuw kan worden gezien, een bloeiperiode voor ons land op meerdere terreinen (handel en industrie, wetenschap en kunst) alsmede voor een lange periode daarna (tot ver in de 18e eeuw). De mogelijkheden tot uiteenlopende uitwerkingen van dit thema zijn talrijk, waarbij het thema over meerdere jaren gespreid haar aantrekkingskracht kan behouden.

312 Beide concepten zijn afzonderlijk nader beschreven en getoetst. Allereerst wordt het historische kader aangegeven waarbinnen het historische 'produkt' kan worden geplaatst. Daarna zal de historische basis van het concept zelf worden aangegeven, gevolgd door een beschrijving van de ingrediënten van het concept (gebouwen, fasering, organisatie etc.). Dit mondt uit in een conceptdefinitie (het produkt, de doelgroepen, betrokken partijen, geldstroom en tijdspad). Tenslotte vindt per concept de globale haalbaarheidstoetsing plaats aan de hand van de hiervoor beschreven aspecten.

IV HET NOORDERKWARTIER: LEVEN TUSSEN HET WATER

Algemeen historisch kader

400 Nederland is in zijn oorsprong altijd verbonden geweest met de strijd tegen het water en de invloeden van vijandige volkeren. Het water van de moerassige deltagebieden van de Nederlanden werden langzaam maar zeker onder controle gebracht en, met hulp van datzelfde water en de stromingen van de Noordzee, gekanaliseerd tussen zandbanken en polders. Vanaf de prehistorie tot het voorlopig sluitstuk met de IJsselmeerpolders en de Deltawerken is dit één van de belangrijke trademarks van de Nederlandse cultuurhistorie.

401 De strijd tegen de vijandelijke volkeren werd gedeeltelijk met behulp van datzelfde water gevoerd. Niet alleen door een oorlogsvloot maar ook door de bekende Hollandse Waterlinie, waarbij aanvallen vanuit het Zuiden gestuit werden door een ondoorwaadbare ondergelopen strook land. Ten noorden van Amsterdam werd ook een verdedigingslinie opgebouwd, uiteindelijk resulterend in de Stellingen van Den Helder en Amsterdam.

Historische basis van het concept

402 West Friesland en de kop van Noord Holland, samen in van 1573 tot 1795 "het Noorderkwartier" genoemd, zijn in de geschiedenis vanaf de prehistorie al gekenmerkt door de strijd tegen het water ter bescherming van de woon- en leefomgeving. Vanaf de Romeinse tijd is deze strijd nog herkenbaar te maken. Vanaf de 13e eeuw is in deze regio de technologie van de inpolderingen ontstaan met de aanleg van de Westfrieze Omringdijk (1326), gebouwd op het tracé van een oude landtong die teruggaat tot 2000 v. Chr. Het sluitstuk betreft de inpoldering van de Wieringermeer (eind 19e eeuw) dat beschouwd kan worden als de aanloop voor de inpoldering van het IJsselmeer.

403 De Hollanders leefden altijd in een "haat-liefde" verhouding met het water. Naast de bovengenoemde strijd tegen het water was het water ook een natuurlijke bron van welvaart. Zowel handel, landbouw als visserij en scheepvaart zijn altijd kenmerkende middelen van bestaan geweest, die verbonden zijn met het water. Ook in dit opzicht vinden we de historie tot in de middeleeuwen terug.

404 Vanaf de tijd van de Republiek der Nederlanden werd ook het aspect "verdediging tegen de vijand", naast de beter ontwikkelde strijd tegen het water van groot belang. De rede van Texel was de ankerplaats van de Admiraliteit van Amsterdam. In 1781 werd besloten dat Het Nieuwe Diep ten Westen van Den Helder een nieuwe oorlogshaven in de Republiek zou worden.

405 In 1799 werd de Nederlandse verdediging echter verslagen door de Engelsen en de Russen, omdat men verzuimd had de "achterdeur" via de moerassen tussen de kust en Den Helder over land van een verdedigingslinie te voorzien. Hoogtepunt van de militaire betekenis daarvan ligt van vlak voor tot vlak na de Napoleontische tijd, toen Den Helder en Medemblik (samen met Hellevoetsluis in het Zuiden) door Napoleon werden veroverd en versterkt tot "de marinebasis voor de verdediging van de Noordflank"³. Toen zijn ook de vijf forten van Den Helder tot stand gekomen in de vorm die vandaag nog bestaat. Nadien is de marinefunctie het meest dominant in Den Helder.

406 Het Noorderkwartier was sinds de tijd van Floris V (vanaf 1284) onderdeel van het Graafschap Holland. Van 1573 tot 1795 vormde West Friesland en de Noordkop een eigen bestuurlijke eenheid, geholpen door de isolatie van het gebied door de Spanjaarden, die eind 16e eeuw Amsterdam en Haarlem bezet hielden en het contact van het Noorderkwartier met Den Haag onmogelijk maakten. Hoorn was de vergaderplaats van 'Het College van Gecommitteerde Raden van West Friesland en het Noorderkwartier'. Men beschikte in de loop van de 17e eeuw over een eigen rekenkamer, een eigen admiraliteit en een eigen munt. Stadhouder Maurits dreef de steden in verdeeldheid uiteen en zorgde voor heraanluiting bij het gewest Holland met behoud van een grote mate van zelfstandigheid tot in 1795.

Conceptdefinitie

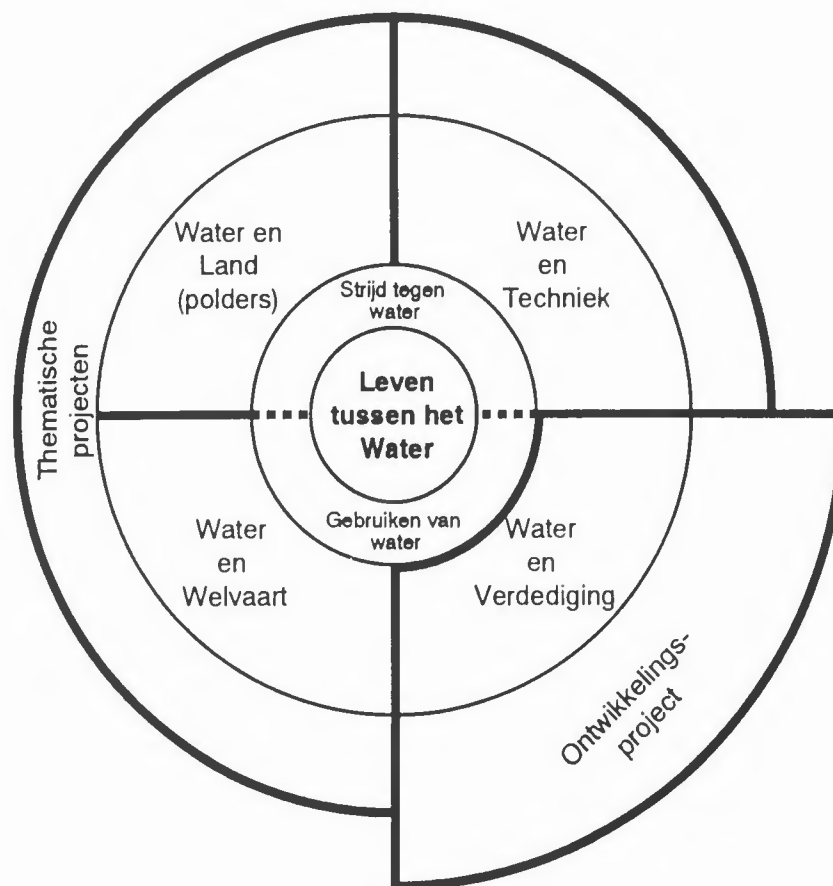
407 Het Noorderkwartier symboliseert het gebruik van en de strijd tegen het water door de Hollanders door de eeuwen heen. Het water werd overwonnen door bedijkingen, inpolderingen en technische vindingen. Het water werd daarnaast geëxploiteerd in handel, landbouw, visserij en scheepvaart. Ook was de zee een belangrijke bondgenoot tegen de vijand.

408 Het Noorderkwartier wordt geografisch bepaald als het gebied ten Noorden van de lijn Enkhuizen-Hoorn-Alkmaar-Bergen. De zuidelijke loop van de West-Friese omringdijk is hierbij bepalend (behalve voor het stuk Alkmaar-Bergen). Deze gebiedsafbakening omvat de historische gebieden van West-Friesland, dat in sommige eeuwen ook Noorderkwartier werd genoemd. In de huidige bestuurlijke indeling worden de gewesten West-Friesland, Kop van Noord-Holland en enkele gemeenten in Noord-Kennemerland bij het concept betrokken.

409 "Leven tussen het water in Het Noorderkwartier" draagt voor een groot deel het karakter van een ontwikkelingsproject, waarin de marinegeschiedenis en de maritieme historie van Nederland tot uitdrukking worden gebracht. Dit project, geconcentreerd in de herontwikkeling van de Rijkswerf Willemsoord in Den Helder, wordt in een totaal concept opgenomen, waaraan een belangrijke thematische component kleeft ("leven tussen het water"). Veel van de te gebruiken objecten en elementen bestaan overigens nog slechts "onder de oppervlakte".

³ Napoleon noemde Den Helder "Gibraltar van het Noorden"

Figuur 1: Concept Noorderkwartier: vier componenten van "Leven tussen het Water"



410 Het motto van dit concept, "LEVEN TUSSEN HET WATER", is in twee hoofdthema's en vier onderliggende thema's te onderscheiden:

1. Strijd tegen het water
 - 1.a Water en Land (polders)
 - 1.b Water en Techniek (kunstwerken in de betekenis van Rijkswaterstaat)
2. Gebruik van het water
 - 2.a Water en Welvaart
 - 2.b Water en Verdediging (Marine)

Deze thema's zijn in figuur 1 gesymboliseerd als de vier kwadranten van het "Leven tussen het Water". In deze figuur is het thema "Water en Verdediging" in omvang benadrukt omdat hier de grootste ontwikkelingsinspanning dient te worden geleverd. De overige thema's zijn meer thematisch van aard.

1a. Water en Land

411 De geschiedenis van de kop van Noord-Holland en West Friesland wordt bij uitstek gekenmerkt door de inpolderingen en bedijkingen in de strijd tegen het water. Het landschap in de regio is daarmee een belangrijk trademark van Nederland, zowel voor de binnenlandse als de inkomende toerist. Strakke wegen, sloten en weilanden, vergezichten met molens, dorpen en schepen zijn het resultaat van een eeuwen durende strijd, die vanaf de middeleeuwen en de Romeinse tijd goed te reconstrueren is. Maar reeds vanaf de steentijd is Noord-Holland bewoond geweest door volkeren, die het gebied cultiveerden en zo goed mogelijk tegen het water beschermden. Ook hiervan zijn interessante recente archeologische vondsten te zien.

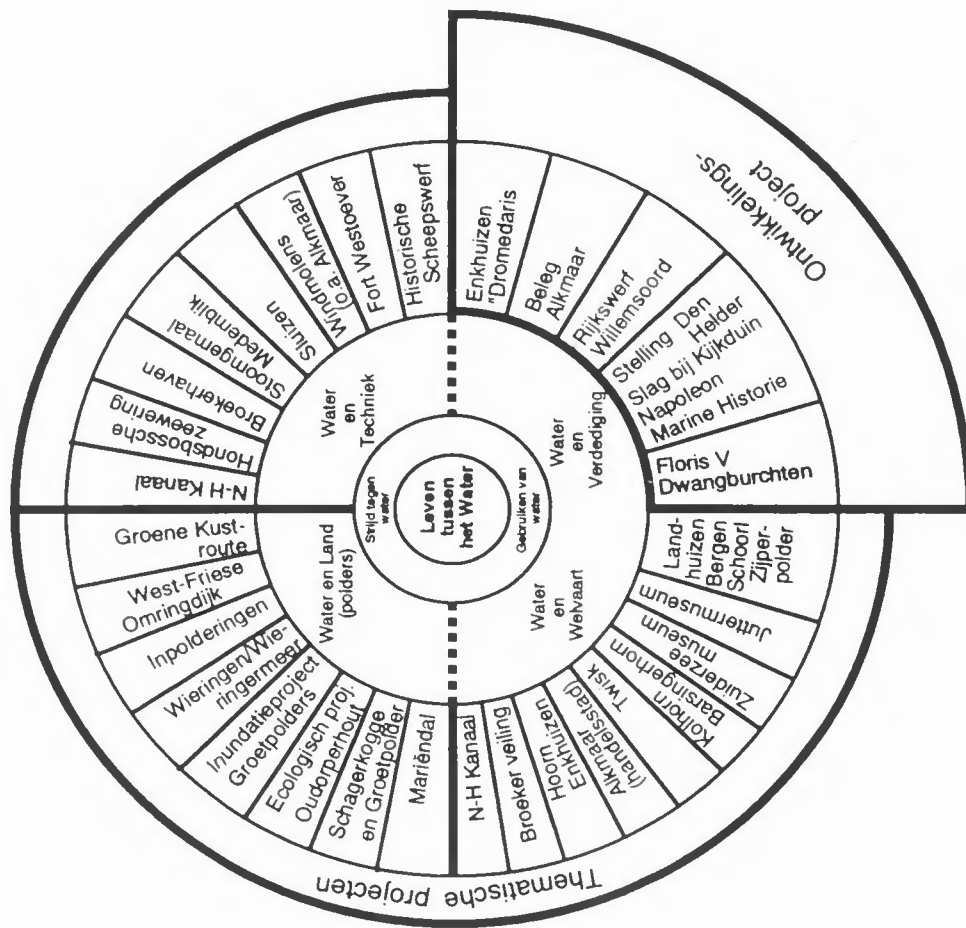
1b. Water en Techniek

412 Vanaf de ontwikkeling van de poldertechniek en de bemaling (molens) wordt ook de technologie als hulpmiddel van de mens in de strijd tegen het water belangrijker. In het gebied zijn vele waterstaatkundige herkenningspunten met een industrieel-archeologische waarde terug te vinden. Deze industriële archeologie verheugt zich in een toenemende toeristische belangstelling.

2a. Water en Welvaart

413 De Hollanders hebben hun natuurlijke vijand "het water" ook tot bondgenoot gemaakt, door de natuurlijke gesteldheid van het gebied te benutten. Landbouw en veeteelt bloeien er nog steeds, er zijn meer bloemenvelden dan in de gehele bollenstreek te vinden en de kaasmarkt van Alkmaar is een alom bekend toeristisch symbool. Maar ook in de handel en scheepvaart speelde de regio in de geschiedenis een belangrijke rol. De VOC was in de Gouden eeuw voor een belangrijk deel in Noord Holland actief (Hoorn, Enkhuizen).

Figuur 2: Noorderkwartier: Ingrediënten van "Leven tussen het Water"



2b. Water en Verdediging

414 De verdediging van Holland en Amsterdam is ook een belangrijk thema in de geschiedenis van het gebied. Vanaf Floris V tot de tweede wereldoorlog hebben de kust en West Friesland een belangrijke rol gespeeld met fortificaties en dwangburchten. Het gebied is ook meermalen het speelveld van belangrijke strijdtonelen geweest (de overwinning van Floris V, het beleg van Alkmaar, de afsluiting van het Noorderkwartier door de Spanjaarden, de zeeslagen bij Kijkduin en Camperduin, de inval van de Russen en de Engelsen. Het belang van de verdediging blijkt ook uit de stichting van de marinehaven Den Helder door Napoleon en de uitbouw van deze marinebasis voor Nederland (hij noemde deze haven "Het Gibraltar van het Noorden).

Ingrediënten voor het concept

415 De vier thema's omvatten elk een aantal aanwezige ingrediënten, zoals aangegeven in figuur 2.

1a. Water en Land

416 De historische ontwikkeling van het woon- en leefmilieu in de strijd tegen het water kan worden gevisualiseerd in de volgende, deels te ontwikkelen, projecten:

- (a) De Westfriese Omringdijk en de inpolderingen tot en met de historie van het eiland Wieringen. Deze tonen het prilleste begin van de poldertechniek (1326) tot de machinale "Waterstaat-technologie" van de IJsselmeerpolders en zijn daarmee uniek.
- (b) Toeristisch Recreatief Archeologisch Project Schagerkogge, een nog te ontwikkelen attractie en reeds geopende, bewegwijzerde route, waarin Westfriese terpen, dijken en ruilverkavelingen worden getoond. De bezoeker wordt actief bij de archeologie betrokken door met eigen hand te kunnen meewerken aan reconstructies van het leven in het gebied, met name gericht op de Midden Romeinse tijd (150-270 na Chr.) maar ook op unieke vondsten van een groot aantal nederzettingen uit de steentijd. De bijbehorende vaste museum/expositie-inrichting is nog in het stadium van planontwikkeling.
- (c) Dagrecreatief project Mariëndal, een deels bestaande, deels af te graven zone tussen duinen en agrarische cultuurgrond bij Julianadorp/Den Helder. In deze zone zal de oorspronkelijke vegetatie van de middeleeuwen, kenmerkend voor het ten dele zoute "Mariën" milieu van het Noorderkwartier, opnieuw tot bloei gebracht kunnen worden. De zone wordt voorzien van een aardwetenschappelijk leerpad van circa 6 km en een dierenverblijf naar Karolingisch voorbeeld, bevolkt door oude, inheemse huisdierrassen. Tevens is de realisatie van een gereconstrueerde Frankische boerderij (in plattegrondvorm) voorgenomen en wordt aandacht gevraagd voor zwerfstenen en beenderen (o.a. met de mogelijkheid zelf als bezoeker bij te dragen aan de originele reconstructie van een deel van een mammoetskelet).

- (d) Deels hiermee in verband staand het officieel en herkenbaar doortrekken van de Groene Kustweg, een internationale (fiets)route langs de Noordzeekust van Denemarken tot Frankrijk, voerend langs velerlei cultuurhistorische bezienswaardigheden.
- (e) De Oudorperhout, een ecologisch stadsontwikkelingsproject in Alkmaar, waarin de Oudorperpolder centraal staat. In deze polder zijn dwangburchten en een oude molenviergang te zien. In samenwerking met het Hoogheemraadschap Noorderkwartier wil men hier een stadsontwikkeling plannen, die aansluit op het natuurlijke "watermilieu".

1b. Water en Techniek

- 417 De historie van de technologie in de beheersing van het water is o.a. terug te vinden in:
- (a) het Noord-Hollands kanaal (midden 19e eeuw) met bijzondere kunstwerken (onder andere vlotbruggen) en de daarmee verbonden overslagplaatsen van goederen (o.a. Kolhorn);
 - (b) de "overhaal" (schepenlift) bij Broekerhaven die recentelijk is gerestaureerd;
 - (c) de Hondsbossche Zeewering als kenmerk van zware bedijkingen, met een eigen expositiecentrum;
 - (d) het stoomgemaal bij Medemblik, nog in werkende staat te bezichtigen;
 - (e) de diverse sluizen voor de scheepvaart in o.a. Hoorn, Enkhuizen, Medemblik en Den Helder;
 - (f) de windmolens voor zowel afwatering in de polders als agrarische doelen (o.a. de molenviergang in de Oudorperpolder bij Alkmaar);
 - (g) het fort Westoever in Den Helder, nog in bedrijf te zien als diesel-noodaggregaat voor de marine, met historische machinerie van bekende Nederlandse machinebouwers;
 - (h) een nog te bouwen historische scheepswerf in Medemblik of Enkhuizen, waarvoor al concrete plannen bestaan.

2.a Water en Welvaart

- 418 Het maritieme verleden van het Noorderkwartier is verder terug te vinden in:
- (a) de oude stadjes Hoorn (V.O.C. koopmanshuizen), Enkhuizen en Medemblik (combinatie van visserij, koopmanshuizen en havens);
 - (b) het Zuiderzeemuseum in Enkhuizen met binnen- en openluchtmuseum, bestaande uit 135 gerestaureerde panden met "live" oude ambachten; één van de meest bezochte cultuur historische-attracties in Nederland (circa 300.000 bezoekers per jaar) omtrent het wonen en werken rond de Zuiderzee in de periode 1880-1930;
 - (c) het Marinemuseum te Den Helder in combinatie met te ontwikkelen maritiem-historische attracties op de oude marinewerf (te beginnen met Sail Den Helder in 1993);
 - (d) het Noord-Hollands kanaal als aan- en afvoerweg voor de agrarische produkten;
 - (e) de fraaie buitenplaatsen van de rijke kooplui, die ontstonden in Bergen (fraai kunstenaarsdorp), Schoorl en de Zijperpolder.

- 419 Het agrarisch bestaan in het gebied wordt inzichtelijk gemaakt door:
- (a) Alkmaar als handelsstad en kaasmarkt, waarop ook alle naburige polders in hun wegeaanleg gericht werden;
 - (b) Kolhorn, Barsingerhorn (en ook Twisk, hoewel buiten de gebiedsgrenzen) met fraaie voorbeelden van de West Friese boerderijen in verschillende bouwstijlen (door de historie heen);
 - (c) De broekerveiling, waar van oudsher de goederen over het water werden aan- en afgevoerd.

2.b Water en Verdediging

- 420 De verdediging van het Noorderkwartier tegen de menselijke vijand is inzichtelijk te maken met gebruikmaking van de volgende aanwezige objecten:
- (a) de oude, omvangrijke Rijkswerf Willemsoord te Den Helder (vanaf 1993 vrij voor restauratie beschikbaar) en de (bescheiden) oude grachtengordel van de stad;
 - (b) de nog vrijwel geheel te ontsluiten fortelinie Kijkduin, Erfprins, Dirksz. Admiraal, Westoever (en Oostoever, dat nog door de marine in gebruik blijft, maar fysiek herkenbaar is bij de binnenkomst van Den Helder);
 - (c) Kasteel Radboud uit de tijd van Floris V en het voormalige marine-instituut in Medemblik;
 - (d) diverse ruïnes/resten van andere dwangburchten van Floris V (met name Alkmaar);
 - (e) de Drommedaris in Enkhuizen, onderdeel van de oudste vestingwerken van Enkhuizen uit de 16e eeuw.

421 Geografisch zijn de vier thema's te herkennen als verschillende zwaartepunten voor vier zones binnen het Noorderkwartier (zie figuur 3 ommezijde). Door deze vier zones met elkaar te verbinden ontstaat synergie.

Aspecten voor een gecoördineerde aanpak met cultuurhistorisch-toeristische waarde

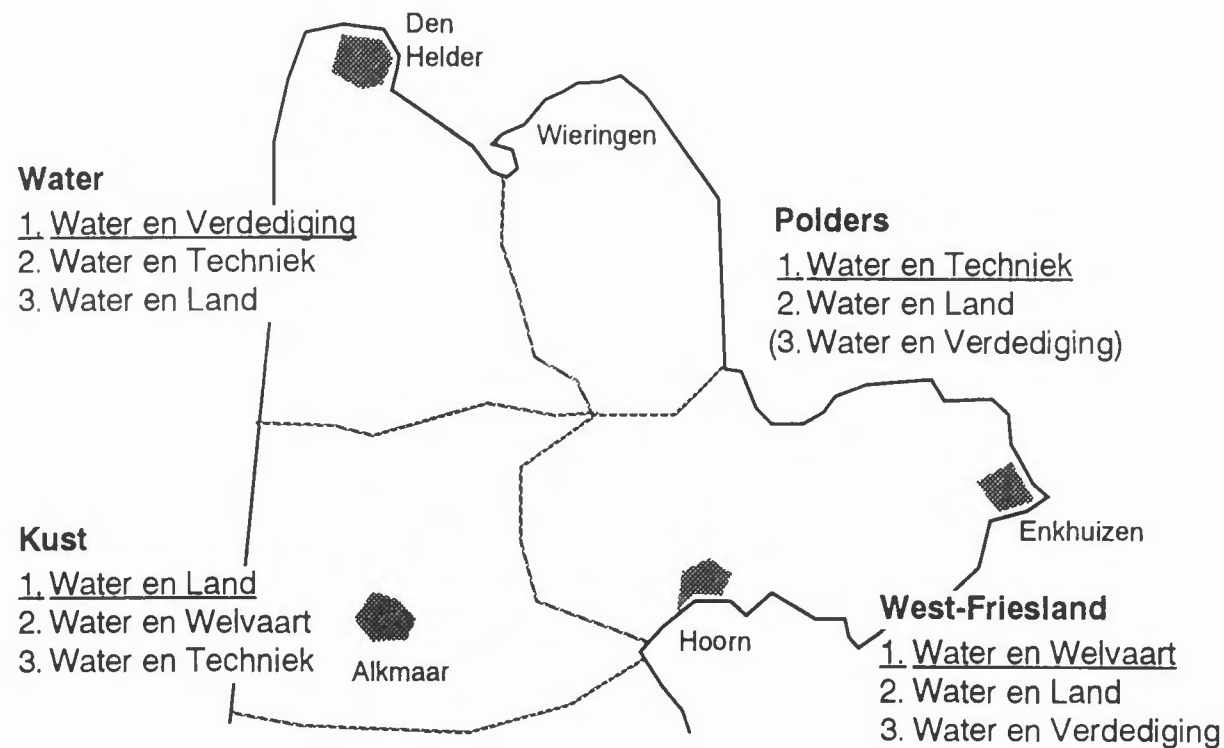
422 Wat betreft de organisatie van de exploitatie van dit historisch erfgoed kent het Noorderkwartier nog een gescheiden ontwikkeling. Hoorn, Enkhuizen en Medemblik kennen een samenwerkingsverband met een bijbehorende route voor dagtoeristen langs de diverse CHT-bezienswaardigheden. Verder is het gewest Kop van Noord Holland (met Den Helder als voortrekker) bezig met een initiatief dat de ANWB/NBT Toerisme Trofee in 1991 gewonnen heeft.

423 Bovenstaande historisch-wetenschappelijke bezienswaardigheden kunnen op een voor de toerist toegesneden wijze worden voorzien van "aansprekende" componenten. In alle steden (Hoorn, Enkhuizen, Medemblik, Den Helder) zijn aanschouwelijke vormen van cultuurbeleving gerealiseerd (Zuiderzeemuseum) of te realiseren (Marinewerf Den Helder). De archeologische attractie Schagerkogge wordt opgezet als een "doe het zelf" educatief centrum en ook Mariëndal geeft mogelijkheden voor actieve beleving van de cultuurwaarde. De combinatie van ontwikkeling in landschap, historische betekenis en gebouwen maakt het concept interessant voor "cultuur-ontdekkers" en voor georganiseerde bezoeken.

Figuur 3: Zonering binnen het Noorderkwartier is goed mogelijk

Zonering

- 4 zones: West-Friesland, Kust, Polders, Den Helder
- Met elk een eigen volgorde van sterkte



424 De cultuurhistorische objecten kunnen worden voorzien van toeristisch/recreatieve meerwaarden, mede door de koppeling met het maritieme milieu. Zo is in fort Kijkduin (Den Helder) een geïntegreerde exploitatie mogelijk van het fort (met exposities van beeldende kunst), de horecavoorziening en een "live" Noordzee aquarium in aanbouw. In dit aquarium kan men de planten en vissen zoals die in de zee naast het fort leven zien en aanraken. Dergelijke "commerciële" elementen zijn ook reeds aanwezig in het Zuiderzeemuseum (Enkhuizen) en de stoomtram (Hoorn-Medemblik).

425 Een lastig aspect bij het concept is op dit moment de verwarring tussen het ontwikkelingsproject in enge zin (De stelling van Den Helder) en het concept in brede zin (Het Noorderkwartier). Dit laatste is niet alleen geografisch maar ook historisch en toeristisch veel aansprekender, maar nog niet direct herkenbaar. Door de verschillende elementen van het concept thematisch met elkaar te verbinden, wordt samenhang aangebracht.

Doelgroepen

426 Het concept is in eerste instantie gericht op een meerwaarde voor de verblijfsrecreant, die zomers zeer sterk in de regio vertegenwoordigd is (circa 0,8 miljoen binnenlandse en buitenlandse vakanties met circa 700.000 CHT-bezoeken in het Noorderkwartier, exclusief 0,3 miljoen op Texel, die voor een dagtocht naar de Stelling van Den Helder bijvoorbeeld te interesseren zouden zijn). Doelstelling van de provincie is de kwaliteit van het toeristisch aanbod te versterken en zodoende de bezoekersstroom vast te houden en tot grotere uitgaven te bewegen. We praten hier voornamelijk over binnenlands toerisme en Duitsers. 28% van alle vakantiegangers bezoekt tijdens het verblijf monumenten, musea, oudheidkamers of folkloristische evenementen.⁴ Toch zal naast de traditionele "kusttoerist" een nieuwe groep verblijfstoeristen overtuigd moeten worden van het unieke van deze regio om de gewenste kwaliteitsverbetering te realiseren.

427 De dagtoerist is een tweede doelgroep van belang. In Noord-Holland (exclusief Amsterdam) worden jaarlijks 152 miljoen dagtochten door Nederlanders ondernomen (in geheel Nederland 869 miljoen) en 250.000 dagtochten door Duitsers en Belgen. 10% van alle dagtochten in Noord-Holland (exclusief Amsterdam) betreft bezoek aan attracties en evenementen, waaronder CHT. Dit totaal is conform de landelijke verdeling. In de regio is men ervan overtuigd van de mogelijkheden in het CHT-aanbod hierin een forse groei te bewerkstelligen door verbetering van het aanbod en de promotie.

428 Toerisme uit Zuid Europa (Frankrijk in verband met Napoleon, maar ook Spanje en Italië) is groeiend en geïnteresseerd in cultuurhistorie. Zonder veel promotie vindt men hen reeds tot in Julianadorp/Den Helder. Verbetering van de attracties en upgrading van verblijfsaccommodaties lijken voorwaarden voor een verdere groei van het bezoek uit deze doelgroep. De regio zelf gelooft ook sterk in het potentieel van de Scandinavische markt.

429 Intercontinentaal toerisme (USA, Canada, Japan) is nog geen doelgroep waarop men zich richt. Hoewel Amsterdam, de belangrijkste bestemming voor deze groep, dichtbij is, is de

⁴ Bron: Continu Vakantie-onderzoek (Nipo, Attwood)

"symboolfunctie" van het Noorderkwartier als toonbeeld van de Hollandse water- en kustverdediging nog niet aanwezig. Om deze doelgroepen te bereiken zijn touroperators (package-tours) en intensieve promotiecampagnes noodzakelijk.

430 De provinciale VVV centreert promotie wel op het thema "Holland in a nutshell" (alles wat typisch Nederlandse symbolen betreft op een klein oppervlak te vinden), dat zich juist voor deze doelgroepen leent. Met name Medemblik, Hoorn en Enkhuizen zijn nu al opgenomen in de programma's van verschillende touroperators voor inkomend toerisme.

Betrokken partijen

431 De trekkers bij uitstek zijn het Gewest Kop van Noord-Holland en het Recreatieschap West Friesland, die elk verantwoordelijk zijn voor een deel van het gebied. Zij hebben onlangs tot een samenwerking besloten, voorlopig resulterend in een gezamenlijke inschrijving voor de Toerisme Trofee 1992 (met als thema "water") en in de opzet van een fietsarrangement langs een aantal attractiepunten langs de Westfriese Omringdijk met zeven verschillende overnachtingslocaties. De belangrijkste gemeenten zijn Hoorn, Enkhuizen, Medemblik, Alkmaar en Den Helder.

432 De provincie en de provinciale VVV zijn in verband met noodzakelijke geldstromen, infrastructurele aanpassingen en promotie, onontbeerlijke partners.

433 Gezien de - nog altijd - grote belangen van de Marine in Den Helder, is zij een belangrijke partij bij de conservering, overdracht en herontwikkeling van de Stelling van Den Helder en de Rijkswerf. De Dienst der Domeinen, formeel de partij die de objecten gaat verkopen, zal ook medewerking moeten verlenen. Een precedent lijkt geschapen doordat het eerste fort (Kijkduin) "om niet" door Domeinen ter beschikking is gesteld.

434 De Rijksdienst voor de Monumentenzorg is een belangrijke partner bij het verstrekken van inzicht in cultuurhistorische ontwikkelingen. Bij de promotie kan worden aangesloten op de goede naam en het grote belang van het Zuiderzeemuseum, dat kampt met een teruglopend bezoekersaantal en van plan is te verzelfstandigen. Overigens heeft de provincie onlangs besloten het gehele terrein van de rijkswerf Den Helder tot beschermd stadsgezicht te benoemen.

435 Particuliere investeerders/ondernemers in de regio dienen mee te werken om voldoende bezoekers aan te kunnen trekken en te ontvangen. Van fietsverhuurders tot veerbootexploitant (o.a. dagtrips voor de grote toeristenbezetting op Texel), van horeca-exploitanten tot busondernemers (verblijftoerisme-bevordering door arrangement) en tenslotte van lokale sponsors/geldverschaffers (onontbeerlijk voor de ontwikkelingsprojecten, met name de Rijkswerf Willemsoord) tot bouwbedrijven.

436 Tevens is in Den Helder een grote groep vrijwilligers actief die verenigd zijn in de stichting "Stelling van Den Helder".

437 Landelijke ondernemers in de vorm van investeerders in hotelaccommodaties en in te ontwikkelen cultuurhistorische attracties, met name in Den Helder, zullen onontbeerlijk zijn gezien de benodigde bedragen.

438 Ook de Rijksdienst voor het Oudheidkundig Bodemonderzoek, reeds actief bij het Gewest, en de Vereniging Archeologische Werkgemeenschap voor Nederland zijn zeer actief betrokken, beiden met name bij het T.R.A.P. Schagerkogge.

Financiële indicaties

439 Er wordt uitgegaan van een grotendeels commerciële exploitatie van de belangrijkste attracties (bijvoorbeeld Zuiderzeemuseum, Stelling Den Helder) en een uit normale geldstromen deels-gesubsidieerde exploitatie van kleinere attracties (bijvoorbeeld Schagerkogge, Mariëndal).

440 De totaal benodigde extra investeringen voor 1993-1996 kunnen voornamelijk worden geschat op f 56 miljoen, waarvan circa f 39 miljoen niet gedekt kan worden uit provinciale en gemeentelijke middelen. Naar verwachting zal voor de meeste projecten een break-even exploitatie mogelijk zijn met uitzondering van de Rijkswerf Willemsoord (zie tabel I; de gebruikte gegevens zijn schattingen van de betrokken gemeenten en partijen). De reeds beschikbare middelen zijn voldoende voor het ontwikkelen en in stand houden van alle bestaande attracties/objecten. Voor nieuwe ontwikkelingen en promotie van het concept is tot nu toe circa f 1,5 miljoen sponsorgeld en eigen vermogen gegenereerd voor één fort in Den Helder alsmede een EG subsidie ad f 3,7 miljoen, die aangevuld wordt door rijk en provincie tot het dubbele bedrag.

441 Voor de investering in de Rijkswerf Willemsoord, die per 1 januari 1994 wordt overgedragen door de marine, is, conform de begroting van de gemeente Den Helder, gefaseerd f 35 mln. over een aantal jaren nodig. Dit bedrag is nodig voor de eerste fase van de herontwikkeling van de Rijkswerf tot een aansprekende cultuurhistorische attractie. Daarvoor kan f 20 miljoen met risicodragend kapitaal gefinancierd worden op basis van een 10% rendementseis door middel van de horeca, entree- en attractie-inkomsten. Het resterende bedrag van f 15 miljoen zal door subsidie van de Rijksoverheid en/of de EG moeten worden afgedekt.

Tabel 1: Financiële indicaties belangrijkste projecten Noorderkwartier

BEDRAGEN IN MILJOENEN GULDENS		Schatting totale investering 1993-1996	Bedrag uit gemeentelijke/ provinciale middelen	Kapitaaltekort	Geschat jaarlijks tekort
1a.	Water en Land				
	. Mariëndal	0,8	0,8	0	0
	. Oudorperhout	1,5		1,5	PM
	. Schagerkogge	2,5	0,5	2,0	0
1b.	Water en Techniek				
	. Historische Scheepswerf (in onderzoek)	2,0	PM	2,0	PM
	. Overig	PM	PM	PM	PM
2a.	Water en Welvaart	PM	PM	PM	PM
	. Masterplan binnenmuseum Zuiderzeemuseum				
	. Monumentenrestauratie steden W-Friesland				
	. Overig				
2b.	Water en Verdediging				
	. Fort Kijkduin	7	7	0	0
	. Stelling Den Helder	<1	<0,5	0,5	PM
	. Fort Westoever	2	2	0	(± 1; gemeente)
	. Rijkswerf Willemsoord	40	5 (marine)	35	PM
	. Overig (o.a. dwangburchten Floris V)	PM	PM	PM	PM
Mogelijke extra provinciale bijdrage			1		
TOTAAL		± 56	± 17	± 39	PM

Tijdspad

442 Vanaf 1996 is een groot deel van de nieuw te ontwikkelen objecten op zijn vroegst gereed. Tijdens de ontwikkeling is echter al veel te zien, met name in West Friesland, Alkmaar en Schagen, maar ook in "blootleggingen"/verbouwingen in Den Helder, hetgeen ook kan aanzetten tot herhalingsbezoek. Bij fort Kijkduin is hiervan reeds sprake. Hierna is per onderdeel een de tijdsraming aangegeven volgens het Gewest Kop van Noord-Holland.

Figuur 4: Ontwikkelingstraject Noorderkwartier

..... = planningsfase - - - = ontwikkelingsfase _____ = exploitatiefase	1993	1994	1995	1996	1997-2003
1a. Water en Land					
. Mariëndal	_____	_____	_____	_____
. Schagerkogge	_____	_____	_____	_____
. Oudorperbour	_____	_____	_____	_____
. Wieringen/Wieringemoer	_____	_____	_____	_____
. Polders	_____	_____	_____	_____
. Inundatieproject Groetpolder	_____	_____	_____	_____
. West-Friese Omringdijk	_____	_____	_____	_____
. Duinen	_____	_____	_____	_____
. Groene Kustroute	_____	_____	_____	_____
1b. Water en Techniek					
. Noord-Hollands Kanaal	_____	_____	_____	_____
. Hondabosche Zeevering	_____	_____	_____	_____
. Broekerveiling	_____	_____	_____	_____
. Stoomgemaal Medemblik	_____	_____	_____	_____
. Sluizen	_____	_____	_____	_____
. Windmolens	_____	_____	_____	_____
. Fort Westoever	_____	_____	_____	_____
. Historische Scheepswerf	_____	_____	_____	_____
2a. Water en Welvaart					
. Noord-Hollands Kanaal	_____	_____	_____	_____
. Broekerveiling als toeristische attractie	_____	_____	_____	_____
. VOC stadjes (Hoom, Enkhuizen)	_____	_____	_____	_____
. Alkmaar (handel en overslag)	_____	_____	_____	_____
(kaasmarkt)	_____	_____	_____	_____
(monumenten, kerk)	_____	_____	_____	_____
. Zuiderzeemuseum Enkhuizen	_____	_____	_____	_____
. Juttersmuseum Den Helder	_____	_____	_____	_____
. Twisk, Kolhorn, Basingerhorn	_____	_____	_____	_____
. Landhuizen Bergen, Schoorl, Zijperpolder	_____	_____	_____	_____
2b. Water en Verdediging					
. Stelling Den Helder	_____	_____	_____	_____
Fort Kijkduin	_____	_____	_____	_____
Fort Westoever	_____	_____	_____	_____
Fort Dirkz. Admiraal	_____	_____	_____	_____
Fort Erfprins	_____	_____	_____	_____
Linie tussen forten	_____	_____	_____	_____ ?
. Rijkswerf Willemsoord en marinemuseum	_____	_____	_____	_____
. Kasteel Medemblik (Radboud)	_____	_____	_____	_____
. Overige dwangburchten Floria V	_____	_____	_____	_____
. Enkhuizen (o.s. Drommedaris)	_____	_____	_____	_____
. Historische feiten (zeelagen, beleg Alkmaar, etc.)	_____	_____	_____	_____
N.B. ook in de ontwikkelingsfase (- - -) is voor toeristen een attractieve presentatie voorstelbaar in de meeste gevallen					

443 De onderverdeling in vier thema's leent zich uitstekend voor een "sequentiële" aanpak. In 1993 zou kunnen worden gestart met de combinatie van "Water en Welvaart" en "Water en Techniek", waarvan veel ingrediënten gereed zijn. In 1994 zou "Water en Land" kunnen worden gepositioneerd (gereed komen Schagerkogge, Mariëndal, project West Friese Omringdijk) en in 1995 kan het onderdeel "Water en Verdediging" extra in de schijnwerpers worden gezet, wanneer de rijkswerf Willemsoord en de Stelling van Den Helder samen een sterk aanbod vormen. Vanaf 1996 is het totaalconcept dan in zijn geheel zichtbaar.

Globale haalbaarheidstoetsing

Produkttoets

444 Samenvattend kan gesteld worden dat het concept "Leven tussen het water" inhoudelijk sterk genoeg is het aanwezige potentieel tot ontwikkeling te brengen. De beperkende factoren (imago, afstand en infrastructuur) kunnen worden gecompenseerd als er een krachtige, slagvaardige ontwikkelingsorganisatie aan het werk wordt gezet zodat snel genoeg een voldoende voorzieningenniveau ontstaat en bezoekers echte attractiewaarde gaan ervaren die nu nog verscholen ligt.

445 Het concept "Noorderkwartier" is sterk in de zin van beschikbaarheid van herkenbare cultuurhistorische objecten van velerlei aard op een relatief beperkte geografische oppervlakte. Sterk is ook het thema "water en verdediging" dat typerend is als cultuurhistorisch symbool voor Nederland. Zwakten van het concept liggen met name op het gebied van de onbekendheid van de betekenis van de aanwezige objecten, de slechte infrastructuur, de noodzaak om de werkgelegenheid en de welvaart te stimuleren en het matige toeristische imago van de regio met uitzondering van de hoge score voor traditioneel kusttoerisme (winnaar Blauwe Wimpel voor de mooiste stranden).

446 Natuurlijke voorzieningen voor toerisme in het algemeen zijn er legio (stranden, watersport op zee, IJsselmeer en binnenwater, fiets- en wandelmogelijkheden). Cultuurhistorisch toeristische mogelijkheden zijn in voldoende mate aanwezig en nog sterk te ontwikkelen. Zwakke aspecten worden gevormd door het weinig attractieve landschap (weiland, industrie op kleine schaal) en de weinig aantrekkelijke bouw, met name in het gewest Noord Holland Noord. Toch schijnt de regio op met name inkomende toeristen de indruk te maken van een "typisch Nederlands landschap", vergelijkbaar met Friesland.

447 De geografische ligging van het gebied is slecht door de grote afstand tot grote woonconcentraties (Randstad, Duitsland). Toch blijkt dit niet van grote negatieve invloed op de omvang van het toeristisch bezoek en het dagtoerisme. Voor cultuur historische attracties is echter de verblijfstoerist in dit gebied belangrijker als doelgroep dan voor menig ander concept. De bereikbaarheid per fiets en openbaar vervoer van de attracties krijgt dan ook een hoge prioriteit.

448 De regionale economische structuur is zwak; werkloosheid dreigt verder toe te nemen door afname van de bedrijvigheid en afslanking van Defensie. Toerisme wordt door de regionale en gemeentelijke overheden gezien als één van de sectoren om de economie in de regio nieuw leven in te blazen.

449 De aanwezige infrastructuur binnen het gebied is slecht ontwikkeld. Autosnelwegen zijn er nauwelijks en de secundaire wegen zijn al vol, met name op de route naar Texel die vlak langs de monumentale Rijkswerf loopt. Parkeergelegenheid voor auto's is bijvoorbeeld in Medemblik en bij het Zuiderzeemuseum Enkhuizen goed opgelost, maar in de Noordkop wel een probleem. NS dagtochten zullen voor een belangrijk deel voor de bezoekersstroom moeten gaan zorgen. Of dit echter voldoende ontsluitingsmogelijkheden biedt voor de doelgroepen van CHT is de vraag. Verbetering van het wegennet heeft op dit moment geen prioriteit bij de provincie. Uitbreiding van de capaciteit aan overnachtingsmogelijkheden, met name in West Friesland, is vereist. Tevens is de kwaliteit van de verblijfsaccommodaties in de gehele regio voor verbetering vatbaar. Particulieren in de regio Den Helder hebben zich inmiddels gecommitteerd voor investeringen in hotels en bungalows ad f 65 miljoen.

450 De ontvankelijkheid voor toeristen is zeer groot getuige het traditioneel sterk ontwikkelde kust- en watertoerisme en het groeiende draagvlak voor cultuurhistorisch toerisme. Probleem is de nog ontoereikende capaciteit en kwaliteit van het aanbod aan verblijfsrecreatie.

451 Het imago van de regio als toeristische bestemming is historisch bepaald door de zeer goede mogelijkheden voor kusttoerisme. Mede daardoor is de cultuurhistorische waarde van het gebied onbekend en ondergewaardeerd in binnen- en buitenland. Positieve kant van deze situatie is dat er een verrassingseffect ontstaat wanneer de promotie wordt gericht op de grote cultuurhistorische waarde en attracties die potentieel aanwezig zijn. Dit blijkt nu te gebeuren onder de lokale bevolking van de Noordkop zelf, die ontdekt in welk een interessante woonomgeving men zich eigenlijk bevindt.

452 De investeringsbereidheid van overheid en bedrijfsleven in cultuurhistorische attracties is groot, hoewel de benodigde budgetten voor de ontwikkeling van Den Helder de draagkracht van deze investeerders ver te boven gaat. De bestuurlijke belangstelling voor de toeristische ontwikkelingen is zeer groot te noemen, getuige de inschrijving voor de Toerisme Trofee in 1991 en 1992 en de vele nota's en studies die over het toerisme en de cultuurhistorie in de regio verschijnen.

Markttoets

453 Samenvattend kan worden gesteld dat er een grote potentiële doelgroep te bereiken is voor de cultuurhistorische attracties, maar dat het aanbod niet alle doelgroepen direct zal aanspreken. Het concept is de eerstkomende jaren nog vooral geschikt voor binnenlands toerisme en inkomend toerisme uit de nabuurlanden.

454 De buitenlandse verblijfsrecreant is een belangrijke doelgroep (Duitsers, maar ook Belgen en Zuid-Europeanen). Intercontinentale toeristen kunnen het concept nog niet plaatsen zolang er nog weinig cohesie te zien is en de spectaculaire attracties in Den Helder nog niet gereed zijn. Op grond van deze constatering kan grofweg worden gesteld dat er een redelijk groot bezoekerspotentieel in de regio aanwezig is (inclusief dagtochten).

455 De bereikbaarheid van de primaire doelgroepen (dagtoerisme en verblijfsrecreanten) is geen probleem, omdat men hen goed kan identificeren en bereiken in de directe omgeving (denk aan adverteren, folders bij hotels, campings e.d.). De verder weggelegen landen (Zuid-

Europa) dienen met complete arrangementen getrokken te worden. Touroperators zijn daarbij als tussenschakel onontbeerlijk, en naar verwachting ook te enthousiasmeren voor het produkt.

456 Op grond van deze constatering kan grofweg worden gesteld dat er een redelijk groot bezoekerspotentieel in de regio aanwezig is (inclusief dagtochten). Vergeleken met de bezoekersaantallen van het Zuidermuseum (300.000 + in 1991) en de doelstelling voor Fort Kijkduin (180.000 in circa 1995) is er een groot marktpotentieel, dat op dit moment kennelijk nog onvoldoende wordt aangesproken door het cultuurhistorisch aanbod.

457 Om een indruk te geven van het marktpotentieel en de huidige bezoeken aan cultuurhistorische attracties is Bijlage D opgesteld. In deze tabel valt op dat de penetratie (bereikt bezoekersaantal gedeeld door potentieel bezoek) voor dagtoeristen nog het laagst is (20%) en voor de binnenlandse verblijfstoerist het hoogst (37%), hoewel ook in de laatste groep een vergroting van de penetratie mogelijk lijkt. De gerealiseerde bezoekersaantallen zijn ontleend aan rapportages van de provincie Noord-Holland en de Provinciale VVV; de potentiële bezoekersaantallen zijn geschat op basis van gegevens uit relevante marktonderzoeken naar de tijdsbesteding van dagtochten en tijdens korte en lange vakanties van binnen- en buitenlandse toeristen.

458 Probleem, vanuit het marktonderzoek naar voren gekomen, kan zijn de matige interesse van de cultuurhistorische toerist voor verdedigingswerken (de forten en burchten die hier een essentieel onderdeel van het concept vormen). Met name door toevoeging van andere thema's en attractiewaarden (zee-aquarium, exposities, horeca met evenementskarakter, maritieme activiteit, ambachten e.d.) wordt in het geplande concept ons inziens voldoende aan deze beperking tegemoetgekomen. Bovendien blijkt de groeiende interesse in de Stelling van Den Helder op zich de conclusie van het marktonderzoek in de praktijk in zekere mate te logenstraffen.

Financiële toets

459 Voor de korte termijn worden voldoende middelen gegenereerd uit reguliere geldstromen en subsidies, maar ook uit regionale sponsorgelden en particulier initiatief. De conclusie is evenwel dat het concept een deel van zijn kracht, nodig voor een voldoende attractiewaarde, nooit zal bereiken indien er geen grote investeerders in de particuliere sector of subsidies van overheid of EG worden gevonden. Een beperking wordt gevormd door het feit dat er weinig bedrijfstakken direct commercieel belang lijken te hebben bij sponsoring van de regio of het thema. Een probleem kan derhalve in de financiering liggen indien de rijksoverheid vasthoudt aan haar voornemen geen extra subsidies ter beschikking te stellen.

460 De gemeente Den Helder heeft nog enkele creatieve ideeën voor het genereren van geldstromen. Zo denkt men via onroerend goed belasting en verhoogde grondprijzen voor te ontwikkelen bedrijvigheid in de buurt van cultuur historische attracties een extra inkomstenbron te kunnen aanboren. Er bestaan evenwel geen concrete schattingen van mogelijke opbrengsten.

461 Resumerend kan tot op heden een positief oordeel voor wat betreft de realisatie van de investeringsprojecten worden gegeven met uitzondering van de Rijkswerf Willemsoord. De overige projecten lijken uit reguliere geldstromen en incidentele sponsoring/investeringen betaald te kunnen worden.

Tijdstoets

462 In vier jaar is voldoende zichtbaar resultaat te bereiken om als pilot-concept leereffecten op te leveren. In vier jaar is er voldoende zichtbaar te maken van het totaalconcept om een toeristische attractiewaarde te creëren. Het totaal zal naar verwachting wel meer dan tien jaar ontwikkeling kunnen vergen.

463 De grote vraag is echter of in vier jaar voldoende financiële middelen voor de Rijkswerf Willemsoord gevonden worden, gezien de zeer grote bedragen die benodigd zijn en de ervaring met bijvoorbeeld het Zuiderzeemuseum waar blijkt dat de rentabiliteit van de attracties op zich niet voldoende is om een positieve cash-flow te genereren die in nieuwe objecten kan worden geïnvesteerd.

Samenwerkingstoets

464 Hier ligt duidelijk één van de sterkten van het concept. Ondanks het grote aantal betrokken partijen is er een groot gemeenschappelijk belang om de kwaliteit van het toerisme in de regio te bevorderen en de regionale economie te stimuleren. De huidige samenwerking tussen gewest, recreatieschap, provincie kan als kansrijk voor de toekomst worden gekwalificeerd. Men bewijst concreet in de praktijk de eerste stappen te nemen. Knelpunten kunnen worden gevormd door de dienst Domeinen (overdracht van objecten) en diverse gemeenten die nog niet sterk in de samenwerking investeren (West Friesland). Deze samenwerking wordt echter wel noodzakelijk geacht omdat de Stelling van Den Helder op zich als concept onvoldoende draagvlak zal bieden. Met name de provincie ondersteunt deze gedachte met investeringen in overkoepelende plannen en investeringen in kwaliteitsverbetering voor het toerisme. De "Noordkop" en "Hollands decor" zijn twee van de vier hoofdaandachtsvelden in de strategische nota voor het provinciaal beleid.

Conceptoordeel

465 Geconcludeerd kan worden dat het concept Noorderkwartier voldoende basis biedt voor een kansrijke realisatie. De samenwerking tussen steden lijkt zich positief te ontwikkelen. De nadruk bij de realisatie ligt bij het ontwikkelingsproject binnen het concept, de Stelling van Den Helder. Bij de realisatie van het concept lijkt de financiële haalbaarheid op dit moment een knelpunt voor één kenmerkend project, de Rijkswerf Willemsoord. Uitgaande van de bijzondere situatie rond deze werf (verplichtingen van het Rijk) is wellicht een oplossing te vinden.

V DE VOC: MACHT EN AANZIEN VAN EEN ONDERNEMENDE NATIE

Algemeen historisch kader

500 De 17e eeuw betrof een grote bloeiperiode voor ons land en wordt de Gouden Eeuw genoemd. Deze eeuw werd gekenmerkt door een bijzondere ontwikkeling van de handel en industrie waarbij de toenmalige Republiek uitgroeide tot een wereldmacht. De oorzaak daarvan betrof onder meer de ligging van ons land aan de monding van drie grote rivieren, de grote bevolkingsconcentraties in het achterland en de samenbundeling van krachten van de Republiek in de 17e eeuw. Ook op het gebied van de kunsten en wetenschappen werden grote prestaties verricht (Rembrandt, Vondel, Hugo de Groot, Simon Stevin). Tevens is deze eeuw van groot belang voor de staatsinrichting geweest.

501 Het is in deze tijd dat de Verenigde Oostindische Compagnie (VOC) naam en faam verwierf en de grootste handelsfirma van de toenmalige wereld werd. De ontwikkeling van de VOC is nauw verbonden met die van de Republiek. Door de ontworsteling aan de Spaanse overheersing werd een klimaat geschapen van samenbundeling en ondernemingsgeest en een sterk gevoel van zich te willen bewijzen. Naast de goed ontwikkelde Oostzeevaart gingen de kooplieden dezelfde reizen maken naar de Oost als de voormalig spaanse overheersers.

502 Daartoe werden zogenaamde compagnieën opgericht die in schepen investeerden en peper, kruidnagel en nootmuskaat uit de Oost haalden. Het is met name de raadspensionaris Oldebarnevelt geweest die het gemeenschappelijke belang zag tussen de Staat en de kooplieden en daardoor de samenwerking tussen de compagnieën stimuleerde.

503 De VOC kreeg daardoor het monopolie voor de vaart op de Oost en mocht oorlog voeren en vestigingen stichten. Het economische belang stond daarbij voorop, in tegenstelling tot bij voorbeeld de Spanjaarden waarbij staatsrechtelijke expansie domineerde.

Historische basis van het concept

504 De VOC werd in 1602 opgericht en betrof een door de Republiek gestimuleerde samenwerking van vijf Hollandse compagnieën en een Zeeuwse. De VOC had vestigingen in Amsterdam, Middelburg, Rotterdam, Delft, Hoorn en Enkhuizen. Deze vestigingen werden 'Kamers' genoemd. De Kamers beschikten over een redelijk grote mate van autonomie doordat zij zelf schepen lieten bouwen en handel voerden. De Kamers beschikten elk over een bestuurshuis (het Oostindisch huis) een werf en over pakhuizen.

505 De Hoofdkamer was gedurende lange tijd in Amsterdam gevestigd en werd bestuurd door de Heren 17 die zich met de lange termijn planning en omvangrijke investeringen bezig hielden. Amsterdam participeerde voor 50% in het aandelenkapitaal, Middelburg voor 25% en Delft, Rotterdam, Hoorn en Enkhuizen gezamenlijk voor 25%.

506 De VOC handelde naast produkten als peper, kruidnagelen, kaneel, foelie en nootmuskaat ook in suiker, ruwe zijde, katoen en textielgoederen, koper, tin en zink, indigo, salpeter (voor buskruit) en koffie en thee. Daardoor werd een grote bijdrage geleverd aan de stapelmarkten, waarvan die van Amsterdam de grootste was.

507 De VOC gaf ook veel werk aan toeleveringsbedrijven zoals meubelmakerijen en aardewerkovens. Andere voorbeelden van de relatie tussen handel en industrie in de 17e eeuw zijn:

- (a) zaadhandel - olieslagerij;
- (b) tabakshandel - tabakskerverij;
- (c) huidenhandel - leerlooierij;
- (d) suiker - raffinaderij;
- (e) hout - houtzagerij en scheepswerven;
- (f) graan - bierbrouwerij, jeneverstokerij, beschuitbakkerij;
- (g) wol - textielindustrie.

508 Aangezien de 17e eeuw slechts een zeer beperkt aantal vredesjaren heeft gekend was de VOC ook in zowel binnen- als buitenland in militair opzicht van belang. In oorlogstijd moest de VOC belangrijke bedragen afstaan aan de Staten Generaal en/of schepen leveren. Ook moesten met buitenlandse vorsten verdragen worden afgesloten teneinde de vaarroutes in oorlogstijd veilig te stellen.

509 Het politieke kader van de VOC werd vooral door economische motieven bepaald. Kooplieden konden op het politieke bestuur van de Republiek der Verenigde Nederlanden vanwege het federale karakter ervan een redelijk grote invloed uitoefenen. De leden van de Staten Generaal dienden over belangrijke zaken ruggespraak te houden met de leden van de Provinciale Staten, die weer gedomineerd werd door de bestuurders van de grote steden. De kooplieden in deze steden konden zodoende grote invloed uitoefenen.

510 Amsterdam speelde als haven- en handelsstad uiteraard een belangrijke rol, doch was voor de schepen moeilijk bereikbaar vanwege de ondiepten in het IJsselmeer. De schepen werden meestal voor Pampus of voor de rede van Texel gelost waarbij kleinere schepen de lading aan wal brachten.

511 De VOC heeft bijna twee eeuwen een zeer dominante positie in de vaart op de Oost gehad. De positie werd verzwakt toen Engelsen en Fransen dezelfde routes gingen bevaren die eerder door de Hollanders waren ontsloten. Mede vanwege de oorlogen namen de inkomsten af door de handelsboycotten en -blokkades. Vanwege het handelsnetwerk van de VOC bleven de kosten hoog, zodat aan het einde van de 18e eeuw de VOC in financiële moeilijkheden geraakte. In 1799 werd de VOC genationaliseerd waardoor er na twee eeuwen een einde kwam aan de meest omvangrijke en invloedrijke handelscompagnie in de toenmalige wereld.

Conceptdefinitie

512 **Het VOC-concept symboliseert het ondernemerschap, de rijkdom en de macht van een klein volk in de wereld. De VOC kan als één van de meest sprekende voorbeelden van onze Gouden Eeuw worden gezien, waarin een belangrijke basis voor de hedendaagse samenleving werd gelegd waarvan de sporen vandaag nog zijn terug te vinden in de handel, de scheepvaart, de doorvoerfunctie en het financiële bestel.**

513 De VOC leent zich bij uitstek voor de ontwikkeling van een CHT-concept. De periode waarin de VOC zich ontwikkelde kan als één van de grootste bloeiperioden van ons land worden gekenmerkt, waarin Nederland zich gedurende een groot aantal jaren achtereen een wereldmacht toonde en waarvan de sporen nog te vinden zijn. De VOC was bijna twee eeuwen lang de grootste multinationale handelsfirma ter wereld, en leent zich als thema derhalve uitstekend voor de 'belichaming' van deze bloeiperiode.

514 De kern van dit thematische concept ligt in het tot stand brengen van een goede samenwerking tussen de partijen die het VOC-erfgoed beheren en exploiteren (betrokken gemeenten, musea en eigenaren van VOC-erfstukken en replica's), de reiswereld, de organisaties die zich onder andere met promotie bezig houden (NBT, VVV's, ANWB, e.d.) en het toeristische bedrijfsleven alsmede bedrijven die op een andere wijze te verbinden zijn aan het VOC-thema.

515 De samenwerking zal dienen te leiden tot een gecoördineerde aanpak en uitwerking van het VOC-thema, waarbij afhankelijk van het belang van de betrokken partijen, verschillende doelen bereikt kunnen worden. Centraal staat echter het stimuleren van de interesse voor en het bezoek aan de cultuurhistorische erfgoederen van de VOC en het aangeven van de historische betekenis van de VOC in binnen- en buitenland.

516 Thematisch gezien kan een duidelijke relatie worden gelegd tussen de zes voormalige VOC-vestigingsplaatsen, te weten Amsterdam, Hoorn, Enkhuizen, Rotterdam, Delft en Middelburg. Daarnaast kunnen Texel, Vlissingen en Pampus tevens bij het thema betrokken worden vanwege het toenmalige gebruik van deze lokaties voor laad- en losplaatsen en herstelwerkzaamheden aan de schepen.

517 Een dergelijke koppeling heeft een landelijke betekenis, maar kan uiteraard ook op regionale schaal duidelijke 'spin off' effecten bewerkstelligen. Voor een deel is deze samenwerking op museaal niveau reeds aanwezig, maar nog te beperkt van omvang.

518 Uit de historische beschrijving blijkt de kracht van het 'inhoudelijke' produkt omdat de VOC een belangrijke rol gespeeld heeft op talrijke gebieden in Nederland maar ook daarbuiten. Bij de verdere ontwikkeling van het concept zal de nadruk kunnen liggen op het aangeven van de effecten van de toenmalige activiteiten van de VOC op de hedendaagse samenleving.

519 Deze effecten doen zich op meerdere (economische) gebieden voor, zoals

- (a) de ontstaansgeschiedenis van een groot aantal bedrijfstakken;
- (b) de samenwerking tussen overheid en bedrijfsleven;
- (c) Nederland als handels- en distributieland;

- (d) de bakermat van de aandelenmarkt;
- (e) de eerste grootschalige en winstgevende handel op wereldschaal (de eerste multinational);
- (f) de toenmalige gewoonten en gebruiken in relatie tot de hedendaagse (in een samenleving die door een grote instroom van burgers uit omliggende landen gekenmerkt werd en wordt).

520 Daardoor kunnen meerdere doelgroepen door het concept worden aangesproken waarbij gebruik kan worden gemaakt van onder meer de volgende elementen:

- (a) de avontuurlijke uitstraling van heroïsche zeezeizen;
- (b) historische gebouwen, objecten en archeologische vindplaatsen;
- (c) kunsthistorisch erfgoed (schilderijen, letterkundige werken e.d.);
- (d) natuurhistorische landschappen en cultuurhistorische binnensteden en havens;
- (e) historisch-wetenschappelijke bijdragen;
- (f) elementen die de belevingswaarde verhogen zoals:
 - (i) replica's van VOC-schepen;
 - (ii) oude ambachten gerelateerd aan de VOC-tijd;
 - (iii) schouwspelen (nabootsing zeeoorlog, zeeverhalen, oude gebruiken en omgangsvormen e.d.);
 - (iv) VOC-tours per bus of per boot.

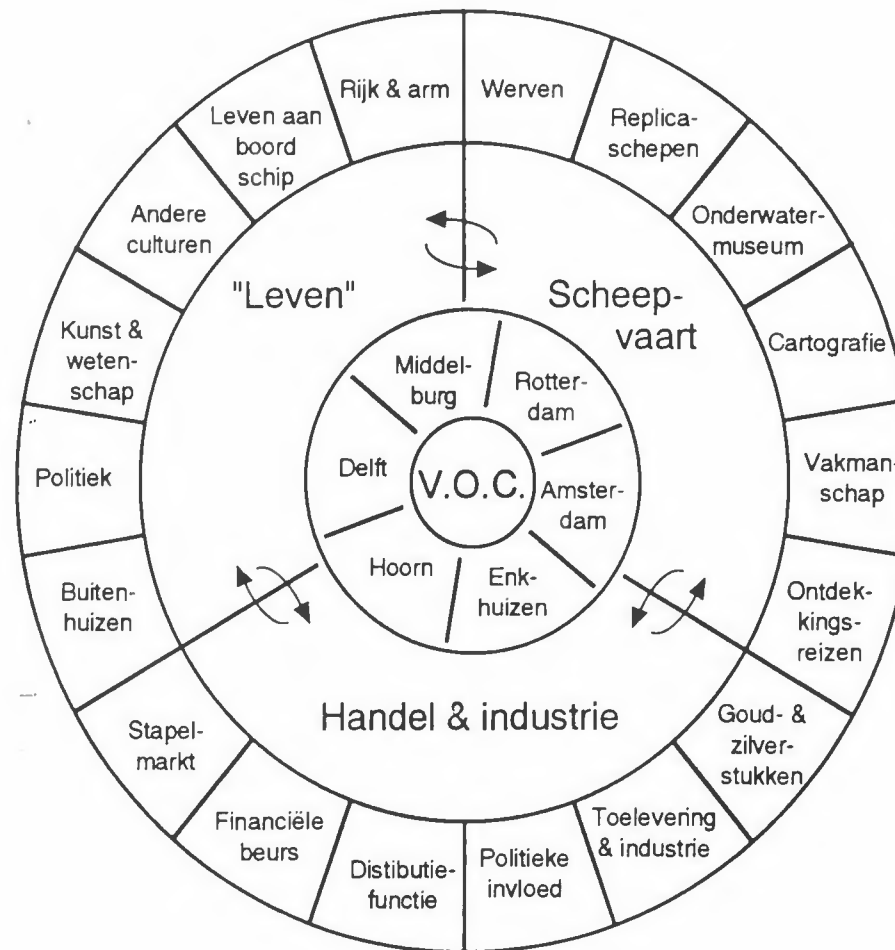
521 Het VOC-thema sluit geografisch en thematisch uitstekend aan op de nationale NBT-thema's Nederland Waterland (Hoorn, Enkhuizen, Pampus), de Kust (Vlissingen/Middelburg, Texel) en de Stedenring (Amsterdam, Rotterdam).

522 Daarnaast kan het thema door haar veelzijdigheid een zeer grote dynamiek in zich hebben door over de jaren heen steeds andere accenten te leggen. Aangezien de VOC-tijd historisch gezien veel andere belangwekkende cultuurhistorische ontwikkelingen telt kan het thema na verloop van tijd naar andere aspecten van de Gouden Eeuw worden uitgebreid, waardoor de investeringen in samenwerking en promotie optimaal over meerdere jaren kunnen worden benut zonder afbreuk te doen aan de aansprekendheid van het concept. Daarnaast is het mogelijk te zijner tijd het thema uit te breiden met projecten die het buitenlandse handelsnetwerk van de VOC en andere culturen betreffen (zoals Indonesië, Japan, China, Taiwan, Zuid-Afrika).

523 Door promotie, informatievoorziening, evenementen, tentoonstellingen en openingstijden goed op elkaar af te stemmen kan de bezoeker een totaalproduct aangeboden krijgen. Daarbij kan het (toeristische) bedrijfsleven een belangrijke rol vervullen door enerzijds in financiële zin een bijdrage te leveren aan de promotie- en exploitatiekosten en anderzijds door de eigen producten op het VOC-concept af te stemmen.

524 Het concept biedt ook de mogelijkheid bepaalde evenementen, tentoonstellingen, thematische tours e.d. volgtijdelijk in de zes VOC-steden te herhalen zodat zonder noemenswaardige extra inspanning het concept een regionale uitstraling kan krijgen. Daarbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan specifieke culinaire evenementen waarbij voedsel, gebruiken, kleding en entourage op de VOC-tijd worden afgestemd.

Figuur 5: Concept V.O.C. – Drie pijlers en voorbeelden van uitwerking



525 Het is denkbaar dat op beperkte schaal bouwkundige of infrastructurele investeringen gedaan worden teneinde de belevingswaarde voor de bezoekers te verhogen. Het VOC-concept draagt in dat geval tevens kenmerken van een 'ontwikkelingsconcept'. Deze investeringen zouden bijvoorbeeld een restauratie van voormalige VOC-bezittingen kunnen betreffen of het aanleggen of restaureren van een voormalige werf of stapelmarkt. Voorzover mogelijk zou een voormalig Oostindisch huis in één of meerdere gemeenten op authentieke wijze opnieuw kunnen worden ingericht waarbij in samenwerking met vrijwilligersorganisaties en musea in het hoogseizoen en tijdens vakantieperioden het culturele erfgoed tot 'leven' wordt gebracht.

526 Tenslotte biedt het VOC-thema belangrijke aanknopingspunten voor het bedrijfsleven om te participeren. Vanwege de economische betekenis van de VOC (en andere compagnieën uit de 17e eeuw) is een belangrijke basis gelegd voor een aantal industrieën die tegenwoordig nog steeds een belangrijke rol vervullen. Daarbij kan gedacht worden aan koffie- en theeproducenten, verfindustrie, levensmiddelenindustrie, bierbrouwerijen, chemie scheepvaart- en overslagbedrijven, rederijen en scheepswerven, transport en distributiebedrijven, aardewerkindustrie, de financiële beurzen en dergelijke.

527 Door bijvoorbeeld bedrijven te interesseren voor financiële adoptie of sponsoring van een aantal objecten, te restaureren monumenten of culturele evenementen die een relatie met de betreffende bedrijfstak hebben, zou een derde geldstroom gegenereerd kunnen worden. Het is zeer zeker denkbaar dat de betreffende bedrijven zich met of zonder tegenprestatie daaraan zouden willen verbinden mits sprake is van een zorgvuldig uitgevoerd sponsorplan en marketinginspanning.

Ingrediënten voor het concept

528 Het VOC-concept biedt vele uitwerkingsmogelijkheden. Teneinde enig verband daarin aan te brengen zijn drie pijlers ontwikkeld die op zichzelf uit verschillende elementen bestaan, en die elkaar onderling versterken. Deze drie pijlers zullen hierna beknopt worden aangegeven, waarbij geen uitputtende opsomming is weergegeven (zie tevens figuur 5).

'Leven' in de 17e eeuw

529 Het leven in de 17e en 18e eeuw was in velerlei opzicht opmerkelijk. Vanwege de bloeiperiode die de toenmalige Republiek doormaakte werden op vele terreinen van het leven grote dingen gedaan (kunst, wetenschap, politiek). Daaraan waren echter ook schaduwkanten verbonden, door 'uitbuiting' van de onderlaag van de bevolking.

530 De samenleving was zeer pluriform, doordat veelvuldig gebruik gemaakt werd van arbeidskrachten en vluchtelingen uit de nabuurlanden (onder andere uit Duitsland, België en Frankrijk). Daarin liggen voor een deel gemeenschappelijke wortels in de historie van Nederland en de deze landen versholten, waarin tevens mogelijke aanknopingspunten te vinden zijn voor de promotie van het VOC-concept in deze landen. Hetzelfde geldt voor de relaties met andere culturen die door de VOC gelegd werden. Hierdoor kan een relatie worden gelegd met de historische ontwikkeling van landen als Japan, China, Taiwan, Indonesië, Zuid-

Afrika, India en Sri Lanka. Enerzijds vanwege de verhalen en ervaringen die tijdens de zeereizen werden opgedaan, anderzijds vanwege de koopwaar die werd meegenomen (uitheemse levensmiddelen, chinees porselein). Gebleken is dat musea in deze landen zeer geïnteresseerd zijn in het VOC-thema, waarbij, in tegenstelling tot wat verwacht mag worden, van een negatieve associatie met het vroegere imperialisme van de VOC vrijwel geen sprake is.

531 Het 'Leven' in de 17e eeuw is zeer aanschouwelijk te maken doordat veel cultuurhistorisch erfgoed bewaard is gebleven, zoals gebruiksvoorwerpen, monumenten, kunstvoorwerpen en industrieel archeologische vindplaatsen. Doordat de meeste van de voormalige VOC-steden nog steeds voor een groot deel hun historische karakter hebben behouden (behalve Rotterdam), zijn er goede mogelijkheden voor om de bezoekers het verleden te doen herleven. In een aantal plaatsen (onder andere in Middelburg en Hoorn) zijn wandelroutes beschikbaar langs VOC-overblijfselen.

532 Doordat de VOC uiteindelijk door de staat is overgenomen aan het einde van de 18e eeuw, zijn veel documenten in de Rijksarchieven beland. In Amsterdam, Middelburg, Hoorn, Enkhuizen en Delft, zijn nog duidelijke sporen van de toenmalige VOC te vinden. Vanwege het bombardement op Rotterdam in de Tweede Wereldoorlog zijn daar aanmerkelijk minder VOC-restanten bewaard gebleven (Delfshaven). Rotterdam vervult echter het tegenwoordige toonbeeld van de distributiefunctie die Nederland vandaag de dag nog heeft en zou op een dergelijke wijze met het VOC hiermee in verband kunnen worden gebracht.

533 In Amsterdam is het voormalige bestuurshuis nog aanwezig, alsmede de magazijnen en de pakhuizen. In Enkhuizen is ondermeer het Zuiderzeemuseum in een voormalig pakhuis gevestigd. Ook in Hoorn zijn nog talrijke overblijfselen uit de VOC-tijd te vinden waaronder voormalige pakhuizen en het Oostindisch huis en opgravingen van het oude werfterrein. Ook in Delft zijn het Oostindisch huis en nog pakhuizen te vinden, waarin onder meer een deel van het Legermuseum is gevestigd. De cultuurhistorische binnensteden van de meeste voormalige VOC-steden dragen uiteraard bij aan de belevingswaarde van de VOC-tijd.

De Scheepvaart

534 Een andere pijler van het VOC-concept betreft de scheepvaart. Bij de uitwerking van dit onderdeel van het concept zijn vele mogelijkheden denkbaar, aangezien de scheepvaart, onder meer vanwege de ontdekkingsreizen, een 'avontuurlijk' imago heeft dat zowel voor jongeren als ouderen boeiend kan zijn. De doelgroep met het recreatief-educatieve motief zal zich daardoor aangesproken voelen.

535 Het bezoek aan de replica's van de voormalige VOC schepen, de 'Amsterdam' (Scheepvaartmuseum Amsterdam) en de 'Batavia' (Lelystad) geven blijk van een grote interesse, en leveren een belangrijke bijdrage aan de belevingswaarde van het thema. Initiatieven voor de bouw van meerdere van dergelijke schepen worden op dit moment ontwikkeld.

536 Een aantal organisaties is momenteel bezig met het produceren van een film/documentaire over een reis naar Batavia. Hierbij kan tevens een relatie worden gelegd met de voorgaande pijler van het concept ('Leven'): het leven aan boord van de schepen, de kennismaking met andere culturen, de gevaren en de avonturen die werden beleefd (de

verhalen van Bontekoe).

537 Ook de rede van Texel en Vlissingen maken deel uit van het VOC-concept omdat van daaruit de schepen veelal naar de Oost voeren. De archeologische vindplaats van het wrak van het VOC-schip de 'Amsterdam' is bij de engelse kustplaats Hastings gelokaliseerd. Hierop sluit het initiatief van de bouw van een onderwatermuseum voor een VOC-wrak, als onderdeel van de bouwplannen voor de IJ-overboulevard in Amsterdam, naadloos aan.

538 Het Nederlands Scheepvaartmuseum in Amsterdam heeft zich de afgelopen jaren ontwikkeld tot een krachtige exponent van het VOC-thema. Door het museum worden doorlopend tentoonstellingen over het VOC-verleden georganiseerd en zijn initiatieven ontwikkeld die voor de geïnteresseerde cultuurhistorische bezoekers leerzaam zijn (lezingencyclus, bootreis van Amsterdam naar Enkhuizen met een 'volledig' VOC-programma). Op dit moment wordt een HDTV-productie voorbereid die een reis naar Azië aanschouwelijk zal maken, waarvoor een aparte filmzaal wordt gebouwd die met behulp van sponsorgelden wordt gerealiseerd. Ook andere musea hebben frequent VOC-tentoonstellingen, zoals het Rijksmuseum in Amsterdam, het Stedelijk museum in Vlissingen en het Stedelijk museum Het Prinsenhof in Delft.

539 De VOC heeft tevens een belangrijke bijdrage geleverd aan de kartografie waarvan belangrijke erfstukken bewaard zijn gebleven. Zelfs bloemen, planten en bollen werden op verzoek van de toenmalige Leidse Universiteit hier naar toe gehaald (Hortus Botanicus), waardoor de VOC indirect ook op wetenschappelijk gebied een bijdrage heeft geleverd.

De Handel en Industrie

540 De VOC is als eerste grote multinational van de wereld een sprekend voorbeeld van de nederlandse koopmansgeest. De VOC-handel leidde tot grote rijkdom en welvaart die onder meer nog te zien is aan de bewaard gebleven buitenhuizen van de voormalige VOC-families, verspreid over het land (ook tot in Gelderland).

541 Het VOC-thema biedt daardoor aanknopingspunten voor sponsoring van VOC-activiteiten door het bedrijfsleven. De VOC is namelijk de bakermat geweest voor de ontwikkeling van een aantal industrieën en bedrijfstakken. De VOC-thema-activiteiten bieden bedrijven een mogelijkheid zich te onderscheiden van concurrenten door hun klanten een alternatief te bieden voor bijvoorbeeld de 'skybox' in het voetbalstadion, te meer indien de basis van de betreffende bedrijfstak door de VOC is gelegd (levensmiddelenindustrie, bankwezen etc.).

542 Tevens biedt het thema aanknopingspunten om andere steden bij het concept te betrekken, zoals Leiden (Lakenindustrie), Haarlem en de Zaanstreek, waardoor het concept te zijner tijd kan worden verbreed. Uiteraard past het tonen en uitoefenen van oude ambachten door vrijwilligers ook in het concept. Hierbij kan tevens een relatie worden gelegd met de beide andere pijlers, door bijvoorbeeld het vakmanschap van de scheepswerven te tonen (bouw van replica's) en het 'leven' van de toenmalige bestuurders (kunst, voormalige woonhuizen van families en buitenhuizen).

543 Het VOC-concept biedt vanwege haar succesvolle economische imago tevens een goede basis voor de marketing van het concept in het buitenland (bijvoorbeeld in de USA en Japan). In de USA zou een relatie kunnen worden gelegd met de Westindische Compagnie, waarvan de VOC aan de wieg heeft gestaan.

Ontwikkelingstraject

544 Het VOC-thema biedt voldoende mogelijkheden om een ontwikkelingstraject van een aantal jaren in te gaan. In eerste instantie kan het thematische concept verder ontwikkeld worden door bestaande initiatieven en elementen van het concept te bundelen en op elkaar af te stemmen. Een gedegen inventarisatie daarvan is één van de eerste activiteiten van de organisatie die met de ontwikkeling van het concept is belast. Een gecoördineerd marketing- en promotiebeleid zal de synergie kunnen effectueren, waarbij overigens wel verschillende accenten kunnen worden gelegd.

545 De tweede ontwikkelingsfase kan het definiëren van een aantal ontwikkelingsprojecten betreffen, zoals de bouw van meerdere VOC-schepen zodat een VOC-vloot van 5 tot 6 schepen ontstaat (in elke voormalige VOC-stad een schip, het uitvoeren van schijngevechten op zee). In dat geval zal tevens het reeds ontwikkelde vakmanschap (scheepstimmerman etc.) behouden kunnen worden. Daarnaast is het denkbaar dat voormalige pakhuizen, werven en bestuurshuizen worden gerestaureerd met behulp van sponsorgelden, en dat in gezamenlijk overleg een firma wordt opgericht die belast is met de verkoop en ontwikkeling van VOC-souvenirs waarop auteursrechten rusten. Deze activiteiten zouden in 1999 kunnen leiden tot een grootschalige marketingcampagne met betrekking tot diverse interessante buitenlandse toeristenmarkten, ter herdenking van 200 jaar VOC. In 1799 werd de VOC namelijk genationaliseerd door de overheid. Wellicht kan naar een themapark rond de VOC worden toegewerkt vergelijkbaar met de Floriade.

546 Met betrekking tot de ontwikkeling en het behoud van VOC-monumenten werd door betrokken partijen gesignaleerd dat deze activiteiten beter uitgevoerd dienen te worden dan tot op heden is gebeurd en wellicht gezamenlijk kunnen worden ontwikkeld.

Doelgroepen

547 Het VOC-concept zal zowel de binnenlandse vakantieganger als de inkomend toerist kunnen aanspreken. Het VOC-concept is interessant voor een groot deel van de binnenlandse vakantiegangers en dagtoeristen vanwege het roemrijke verleden van de VOC. Het appelleert aan chauvinistische gevoelens van Nederlanders doordat de Republiek in de 17e eeuw als wereldmacht kon worden bestempeld. Tevens heeft het roemrijke verleden van de VOC een avontuurlijke uitstraling (scheepvaart, ontdekkingsreizen etc.) die goed benut kan worden voor 'verlevendiging' van het concept, een belangrijk element voor de 'recreatief-educatieve' doelgroep.

548 Vanwege de grote geografische spreiding van het VOC-concept (van Texel tot Vlissingen) leent het concept zich uitermate voor dagtochten. Doordat de VOC-steden middenin of vlakbij grote bevolkingsconcentraties in de Randstad zijn gelegen is de reisafstand voor vele Nederlanders beperkt. Tevens is er in de meeste VOC-steden sprake van

cultuurhistorische binnensteden, havens en andere aanvullende trekpleisters. Uit buitenlands onderzoek is gebleken dat dit een belangrijke voorwaarde is om relatief grote bezoekersstromen te genereren ⁵.

549 Door een samenwerkingsverband met vervoerbedrijven (NS, streekvervoer) en het toeristische bedrijfsleven aan te gaan (hotels, horeca, touroperators) kan de toerist een 'totaalpakket' aangeboden krijgen, waardoor een VOC-tour van Enkhuizen naar Vlissingen voor hen wellicht aantrekkelijk is. Dit geldt vooral voor de doelgroep met een cultuurhistorisch motief.

550 Met betrekking tot de vakantiemarkt zijn de VOC-steden goed te bereiken vanuit belangrijke vakantiebestemmingen, zoals de kustgebieden in Zeeland, Noord- en Zuid-Holland en het IJsselmeer. Ook voor korte vakanties is het concept uitermate geschikt vanwege de aantrekkelijkheid van de VOC-steden, de aanwezige voorzieningen en infrastructuur.

551 Een andere doelgroep betreft bijvoorbeeld de schooljeugd. Er bestaan lesprogramma's die het VOC-thema behandelen, waarbij tevens op lokatie een bezoek aan het VOC-erfgoed kan worden gebracht. Dit lijkt een uitstekende manier om de 'history is fun' gedachte nader uit te werken en de interesse van de jongeren voor cultuurhistorie te stimuleren.

552 Ten aanzien van het inkomend toerisme geldt hetzelfde voorzover het toeristen uit de nabuurlanden en overig Europa betreft. Met name de engelse toeristen, een doelgroep die zich specifiek interesseert voor cultuurhistorie, worden door het concept aangesproken vanwege de relaties met de eigen historie.

553 De intercontinentale markt van toeristen is aanmerkelijk moeilijker te bereiken dan de hiervoor genoemde doelgroepen. Het VOC-thema kan door middel van een uitgekende en gecoördineerde promotiecampagne van de reisorganisaties, de vliegtuigmaatschappijen, het NBT en dergelijke op een zeer goede wijze aan het imago van Nederland worden gekoppeld, te meer daar het thema goed aansluit op de overige nationale NBT-thema's. Amsterdam speelt daarin uiteraard een prominente rol, waarbij vanuit Amsterdam diverse VOC-tours naar andere steden gemaakt zouden kunnen worden. Aangezien met deze toeristenstroom veel geld is gemoeid ligt hier een duidelijk belang en betrokkenheid van het bedrijfsleven.

Betrokken partijen

554 Bij de realisatie van het VOC-concept is een groot aantal partijen betrokken. De belangrijkste daarvan zijn hierna opgesomd:

- (a) de zes voormalige VOC-steden, eventueel aangevuld met Texel en Vlissingen;
- (b) de provincies Noord- en Zuid-Holland en Zeeland;
- (c) de musea met belangrijke VOC-collecties;
- (d) de organisatie van het VOC-schip 'Batavia';
- (e) het toeristische bedrijfsleven (touroperators, horeca en hotel-exploitanten);
- (f) reis- en vervoersorganisaties waaronder de vliegtuigmaatschappijen;
- (g) promotie en voorlichtingsorganisaties (NBT, ANWB, VVV's);

⁵ Maintaining the balance, report of the historic towns working group, 1991

- (h) betrokken non profitorganisaties (NCM, private stichtingen en verenigingen);
- (i) een aantal grote bedrijven;
- (j) de Rijksoverheid (EZ en WVC direct, andere departementen indirect).

555 Bij de ontwikkeling van het concept zal zoveel mogelijk gebruik gemaakt dienen te worden van hetgeen reeds in samenwerking ontwikkeld is. Door samenwerking tussen overheid en bedrijfsleven kan de VOC nieuw leven in worden geblazen.

Financiële indicaties

556 Vanwege het thematische karakter van het concept zullen vooralsnog geen omvangrijke investeringen noodzakelijk zijn en zal goed gebruik kunnen worden gemaakt van hetgeen reeds aanwezig is. Bij evenementen zal vooral een beroep gedaan kunnen worden op vrijwilligersorganisaties die bereid zijn het concept te 'verlevendigen' (schouwspelspectakels e.d.). Het VOC-concept zal bij gebleken haalbaarheid tevens ontwikkelingsprojecten kunnen bevatten die deels op PPS-basis gerealiseerd worden. Door middel van sponsoring door het bedrijfsleven zouden, in ruil voor (geringe) tegenprestaties, investeringen en een deel van de exploitatiekosten gefinancierd kunnen worden. Daartoe zal een uitgekiend sponsorplan ontwikkeld moeten worden.

557 Doordat het VOC-concept naar verwachting een groot aantal doelgroepen zal aanspreken zal er met een significante bezoekersstijging aan huidige objecten en instellingen rekening gehouden kunnen worden. Specifieke 'VOC-producten' zullen budgettair neutraal of met winst kunnen worden uitgevoerd, waarbij gedacht kan worden aan (half-) georganiseerde reizen. Voor de marketing van het concept zal een omvangrijk bedrag nodig zijn, met name voor het aanspreken van de markt van inkomend toerisme. Gezien het belang van het toeristische bedrijfsleven en de horeca mag echter verwacht worden dat het bedrijfsleven daarvan een belangrijk deel voor haar rekenen zal nemen. Op strategisch niveau zullen dienaangaande diverse coalities gevormd moeten worden.

Tijdspad

558 Aangezien het hier een thematisch concept betreft zal het mogelijk moeten zijn een aantal belangrijke onderdelen van het concept binnen de gestelde periode van vier jaar te realiseren. Doordat veel elementen van het concept reeds aanwezig zijn zal de nadruk vooral komen te liggen bij de totstandkoming van de samenwerking. Op dit moment is de samenwerking voornamelijk nog beperkt tot enerzijds afzonderlijke initiatieven en anderzijds tot museale activiteiten en tentoonstellingen. De verwachting is dat binnen een periode van twee jaar tastbare resultaten geboekt kunnen worden. Partijen kunnen onderling met elkaar overeenkomen dat door gezamenlijke inspanning met projecten wordt toegevoerd naar een grootschalige VOC-manifestatie in het jaar 1999, ter herdenking van 200 jaar VOC.

Globale haalbaarheidstoetsing

559 In de hiervoor vermelde conceptdefinitie zijn de haalbaarheidsaspecten van het concept reeds beschreven. Ons oordeel over het VOC-concept is hierna per aspect kort

samengevat.

Produkttoets

560 Het VOC-concept betreft een krachtig produkt dat over een hoge historische en authenticiteitswaarde beschikt. Het thema is veelzijdig en biedt derhalve meerdere uitwerkingsmogelijkheden. Deze zijn door ons rond drie pijlers geclusterd (leven, scheepvaart en handel en industrie). De dynamiek van het concept is groot, zodat voor een relatief lange periode het concept aantrekkelijk kan blijven voor uiteenlopende doelgroepen. Het thema biedt voorts voldoende mogelijkheden om de belevingswaarde van het thema nader uit te werken. De ligging en spreiding van de cultuurhistorische VOC-nalatenschap is dermate goed dat significante bezoekersstromen mogen worden verwacht. Het concept scoort ten aanzien van de door ons bij dit onderdeel gehanteerde criteria van Jansen-Verbeke zeer goed.

Markttoets

561 Zowel de markt van het binnenlandse toerisme als die voor het inkomend toerisme zal door het VOC-concept gestimuleerd kunnen worden. Ook de intercontinentale markt kan worden gestimuleerd vanwege de goede aansluiting van het concept op de nationale NBT-thema's en de aard van het VOC-thema. De marketing zal gedifferentieerd dienen te worden naar de specifieke doelgroepen, waarbij zoveel mogelijk aansluiting gezocht wordt bij de belevings- en gevoelswaarde (gemeenschappelijk historisch verleden, beeldvorming van Nederland, educatieve elementen etc.). Het concept biedt naast een landelijke werking tevens aanknopingspunten voor een regionale ontwikkeling, waarbij ontwikkelde ideeën onderling door regio's of voormalige VOC-steden worden uitgewisseld. Vanwege de geografische spreiding leent het thema zich bij uitstek voor de markt van dagtoerisme en kan in samenwerking met touroperators en openbaar vervoerbedrijven complete VOC-tours worden aangeboden (één- of meerdaagse VOC-reizen).

Financiële toets

562 Vooralsnog zullen er geen omvangrijke investeringen nodig zijn om het concept te ontwikkelen. Kleinschalige investeringen zouden wellicht deels door subsidie van de betreffende gemeenten en provincies alsook door sponsorgelden gefinancierd kunnen worden. Voor de marketing van het concept zal echter een omvangrijk budget nodig zijn dat door een groot aantal belanghebbende partijen bijeen kan worden gebracht. Bij de ontwikkeling van het concept (mogelijk fasegewijs) zullen naar verwachting de financiën een belangrijk maar oplosbaar aandachtspunt zijn.

Samenwerkingstoets

563 Op dit moment zijn en worden meerdere initiatieven die tot het VOC-concept zouden kunnen behoren ontwikkeld. De samenwerking beperkt zich echter tot individuele projecten en dient danig verbreed te worden. Indien de gemeenschappelijke belangen van het concept voldoende tot uitdrukking kunnen worden gebracht, en aan aantal belangrijke partijen hun medewerking aan de verdere ontwikkeling van het concept willen verlenen (waaronder een paar grote bedrijven), is de kans groot dat er een brede en langdurige samenwerking ten aanzien van dit concept in het verschiet ligt. Een zorgvuldig wervingsbeleid van sponsors is

daarbij geboden.

Tijdstoets

564 Onderdelen van het VOC-concept zullen naar verwachting binnen een tijdstermijn van twee jaar gerealiseerd kunnen worden, waarbij naast een inhoudelijke afstemming van hetgeen reeds aanwezig is tevens een eerste gezamenlijke promotiecampagne tot de mogelijkheden zal kunnen behoren. Binnen de termijn van vier jaar zal het concept een 'volwassen' stadium hebben kunnen bereikt, en zouden 'ontwikkelingsprojecten' kunnen worden geëntameerd.

Conceptoordeel

565 Geconcludeerd kan worden dat de "VOC" een zeer kansrijk concept betreft waarvan reeds vele ingrediënten aanwezig zijn. Het concept doet een appèl op het gevoel van nationale trots van Nederlanders (als klein land in de wereld) en geeft vanwege de aansluiting van het concept op het imago van Nederland als 'handels- en distributieland', 'Nederland Waterland' en 'Amsterdam' (Gouden Eeuw) voldoende aanknopingspunten om inkomende toeristen aan te spreken. De nadruk zal op de realisatie van de samenwerking van de diverse betrokken partijen liggen, alsmede op het ontwikkelen en uitvoeren van een gecoördineerd marketingbeleid. Daarnaast zal het opwekken van interesse bij het bedrijfsleven uitmondend in financiële participatie veel tijd en energie vergen, waarbij echter de kans op succes vanwege de kracht van het concept hoog wordt ingeschat.

VI ORGANISATIE

De organisatie van de samenwerking

600 Bij de realisatie van CHT-concepten speelt een groot aantal partijen een rol. Elk van de partijen kan een belangrijke bijdrage leveren aan het succes van het totale concept, en kan daarvan zelf tevens de vruchten plukken. Het is van groot belang een klimaat van samenwerking te scheppen waarin op vrijwillige basis en inspirerende wijze aan de realisatie van het concept wordt gewerkt. Teneinde dat te bevorderen zal de organisatie van het concept zoveel mogelijk in samenspraak met de direct betrokkenen ingevuld dienen te worden. Partijen dienen het concept zélf te dragen.

601 Een goede samenwerking leidt tot een zogenaamde 'ketenbenadering', waarbij de verschillende elementen van het concept naadloos op elkaar aansluiten. Zo zal bijvoorbeeld gewaarborgd kunnen worden dat openingstijden op elkaar zijn afgestemd, zal voorkomen kunnen worden dat het 'wiel' opnieuw wordt uitgevonden en zal een consistente en samenhangende marketing van het concept gerealiseerd kunnen worden.

602 Organisaties als de ANWB, het NBT, de NCM en de VVV's kunnen vooral een bijdrage leveren aan de promotie, voorlichting en informatieverschaffing. Daarbij zal nauw dienen te worden samengewerkt met het toeristische bedrijfsleven en de betrokken culturele organisaties en non profit instellingen, die op hun beurt vraag en aanbod goed op elkaar dienen af te stemmen.

603 Bij de realisatie kunnen projectontwikkelaars en institutionele beleggers een belangrijke rol vervullen voorzover het de ontwikkeling en financiering van investeringen in nieuwe elementen van concepten betreft. Per concept zal nader moeten worden onderzocht in hoeverre sponsorplannen ontwikkeld kunnen worden om 'derde' geldstromen aan te boren.

604 De betrokken (lagere) overheden zullen hun lokale en regionale beleid eveneens dienen af te stemmen op de verdere stimulering van CHT, door reguliere subsidiemiddelen gedeeltelijk te bestemmen voor de realisatie van CHT-concepten, hun medewerking te verlenen aan het spoedig verkrijgen van vergunningen en eventueel ontheffingen, en een bijdrage te leveren aan de promotie en de praktische uitvoering van regionale en lokale onderdelen van het concept.

De projectorganisatie

605 Het uitgangspunt voor het ontwerpen van een voorstel voor de organisatie van de CHT-concepten is dat de Rijksoverheid geen omvangrijke subsidiebedragen beschikbaar heeft voor de realisatie van deze concepten. De betrokkenheid van rijkswege is vooralsnog beperkt tot het subsidiëren van een tijdelijke (project-)organisatie voor vier jaar.

606 Er is een aantal alternatieven denkbaar ten aanzien van de wijze waarop de diverse betrokken partijen met elkaar samenwerken en de betrokkenheid van de Rijksoverheid. Daarbij wordt ervan uitgegaan dat de betrokken gemeenten, instellingen en organisaties het belang van cultuurhistorisch toerisme onderschrijven, en zich actief willen inzetten voor de stimulering daarvan door middel van de realisatie van de geselecteerde concepten.

607 Tijdens de werkbijeenkomsten die met een groot aantal direct betrokken partijen zijn gehouden is deze aanname getoetst. In een bijlage zijn de deelnemers aan deze bijeenkomsten opgesomd. Uit de bijeenkomsten bleek een grote motivatie van allen om aan de realisatie van de beide concepten te werken. Met hen is dan ook de organisatievorm besproken zoals die hierna is aangegeven.

Ontwikkeling, taakstelling en financiering van een Projectbureau CHT

Voortrekkersrol bij de Rijksoverheid

608 Omdat de ontwikkeling van CHT-concepten voor ons land op deze schaal nieuw is, is te verwachten dat de ontwikkeling van de concepten gefaseerd zal plaatsvinden. Het is derhalve realistisch dat de voortrekkersrol vervuld wordt door een door de Rijksoverheid geïnitieerde organisatie. Deze organisatie dient klein van omvang te zijn en over een grote mate van slagvaardigheid en inventiviteit te beschikken, en heeft tot taak de voorbereiding van de uitvoering van de CHT-concepten te verrichten. Deze voorbereiding dient te resulteren in het opleveren van een concreet ontwikkelingsplan voor het concept, de oprichting van een organisatie voor de uitvoering daarvan, alsmede het bundelen en toegankelijk maken van de daarmee opgedane kennis en ervaring ten behoeve van andere CHT-initiatieven.

Stichting als rechtsvorm

609 Aangaande de rechtsvorm van deze organisatie wordt voorgesteld een stichting op te richten waarbij het bestuur gevormd wordt door personen die een binding hebben met het werkterrein en beschikken over ingangen bij de overheid (politiek) en het bedrijfsleven. De bestuursleden dienen in staat te worden geacht 'boven' partijen te staan en zich niet door persoonlijke belangen te laten leiden. Het bestuur, dat vijf leden telt, kan onder andere de volgende functies vervullen:

- (a) een klankbord- en adviesfunctie voor de leden van een op te richten projectbureau;
- (b) een sturende en probleemoplossende functie bij knelpunten;
- (c) een netwerkfunctie in relatie tot de overheid, non profit instellingen en het bedrijfsleven op hoog niveau.

Door de keuze voor deze (tijdelijke) rechtsvorm is de onafhankelijkheid van de CHT-organisatie gewaarborgd en kan 'het veld' gestimuleerd worden de eigen verantwoordelijkheid met betrekking tot de stimulering van CHT op te pakken.

Klein Projectbureau CHT

610 Het stichtingsbestuur stelt een tweetal projectleiders aan die elk tot taak krijgen één van de twee pilot-concepten van de grond te trekken. Deze projectleiders vormen tezamen met een gemeenschappelijke ondersteuning het Projectbureau CHT. Deze ondersteuning bestaat uit een projectassistent en een secretariaatsmedewerker, die de beide projectleiders ondersteunen

en een vaste 'basis' van het bureau vormen. De beide projectleiders leggen verantwoording af aan het stichtingsbestuur over de voortgang van de ontwikkeling van beide concepten.

'Zware' projectleiders noodzakelijk

611 De twee projectleiders die elk een voorttrekkersrol vervullen bij de voorbereiding van de CHT-concepten zullen moeten voldoen aan zeer hoge kwaliteitseisen. In overleg met de direct betrokken partijen is een inventarisatie gemaakt van de profielschetsen van beide projectleiders, waarbij, ondanks het verschil tussen beide pilot-concepten, vooralsnog geen verschillende eisen aan de projectleiders worden gesteld.

612 Beide projectleiders dienen aan de volgende kwalificaties te voldoen:

- (a) affiniteit met het werkterrein;
- (b) gesprekspartner voor het bedrijfsleven en de overheid op hoog niveau, maar weet ook directe medewerkers goed te motiveren;
- (c) inzicht in bestuurlijke verhoudingen;
- (d) voldoende kennis van financiële en commerciële aspecten;
- (e) weet consensus te creëren;
- (f) beschikt over een visie en leiderschap met 'pushing power';
- (g) creatief en inventief met goede communicatievaardigheden;
- (h) aantoonbare ervaring met 'programmamanagement' (het managen van meerdere complexe projecten).

613 Uit bovenstaande opsomming blijkt dat het niet eenvoudig zal zijn dergelijke personen voor een beperkte periode aan te trekken. Wellicht kan met een parttime functie van circa 3 dagen per week worden volstaan, aangezien sommige activiteiten door derden moeten worden uitgevoerd, en bepaalde besluiten een 'inbeddings-' en voorbereidingsperiode behoeven voordat tot actie kan worden overgegaan. Het is aan te bevelen de belangrijkste partijen inzake de realisatie van het concept op één of andere wijze te betrekken bij het selectieproces van de projectleiders.

Het Projectbureau CHT heeft twee kerntaken

614 Het Projectbureau CHT heeft een tweetal kerntaken. De eerste kerntaak betreft het van de grond trekken van de voorbereiding van de realisatie van de twee pilot-concepten waarbij de volgende fasering kan worden aangehouden:

- (a) Inventarisatiefase: gedetailleerde inventarisatie van de elementen van het concept en draagvlakvorming bij direct betrokken partijen;
- (b) Ontwikkelingsfase: het opstellen van een ontwikkelingsplan in nauwe samenwerking met direct betrokkenen inclusief de vaststelling van de organisatievorm van de uitvoering, de specifieke projecten en activiteiten, de begroting en de financiering;
- (c) Uitvoeringsfase: realisatie van het concept door de uitvoeringsorganisatie per pilot;
- (d) Evaluatiefase: evaluatie van de tastbare resultaten, het inventariseren van verbetermogelijkheden en het vaststellen van het vervolgtraject.

De projectleiders zullen met name in de Inventarisatie- en Ontwikkelingsfase een belangrijke rol spelen (ad a en b). Vanaf de Uitvoeringsfase (ad c) zal naar verwachting de 'eigen' projectorganisatie van het CHT-concept het estafettestokje van het nationale projectbureau CHT kunnen overnemen.

615 De tweede kerntaak van het Projectbureau CHT betreft het bundelen en toegankelijk maken voor derden van de opgedane kennis en ervaring met beide pilot-concepten. Deze kennis kan van groot belang zijn voor het succesvol ontwikkelen van andere concepten in de toekomst. Dit kan plaatsvinden onder andere door middel van:

- (a) het vervaardigen van handboeken en checklists;
- (b) het organiseren of leveren van bijdragen aan seminars en platforms met betrekking tot de stimulering van CHT;
- (c) het opbouwen en onderhouden van relatienetwerken in binnen- en buitenland;
- (d) het uitwisselen van initiatieven en informatie (transferpunt);
- (e) het adviseren bij nieuwe ontwikkelingen;
- (f) het (doen) verrichten van onderzoek en opbouwen van een databank.

De kosten van het Projectbureau CHT worden geraamd op circa f 8 ton jaarlijks

616 Een globale begroting van de kosten van het Projectbureau CHT leidt tot de volgende opstelling:

projectleiders (2)	f 300.000,--
projectassistent (1)	- 70.000,--
secretariaatsmedewerker/administratie (1)	- <u>50.000,--</u>
totale personeelskosten	f 420.000,--
reis- en verblijfskosten	f 25.000,--
bureaunkosten (20% opslag)	- 90.000,--
bestuurskosten	- <u>15.000,--</u>
subtotaal	f 550.000,--
onvoorzien (ca. 10%)	- 50.000,--
onderzoeks- en ontwikkelingskosten	- <u>200.000,--</u>
totaal	f 800.000,-- =====

617 Ter toelichting op bovenstaande begroting het volgende:

- (a) gezien het zware kaliber van de projectleiders dient naar onze mening rekening gehouden te worden met hoge personeelslasten (ad f 150.000 inclusief sociale lasten);
- (b) de bureaunkosten betreffen kosten voor huisvesting, kantoorkosten en algemene kosten e.d.; een opslag van 20% van de personeelskosten is hiervoor als richtgetal gekozen; mogelijk dat deze kosten lager uitvallen indien bij een bestaande instelling kantoorruimte kan worden gehuurd waarbij tevens van de reeds aanwezige infrastructuur gebruik kan worden gemaakt;
- (c) de post 'onderzoeks- en ontwikkelingskosten' betreft de kosten die gemaakt moeten worden voor de verdere conceptontwikkeling (eventueel uitbesteed onderzoek), waarbij van een bedrag van f 100.000,- per concept is uitgegaan.

618 Voorgesteld wordt het systeem van budgetfinanciering toe te passen waarbij binnen de periode van vier jaar in principe met het budget voor 'onderzoeks- en ontwikkelingskosten' kan worden geschoven.

Financiering door de Rijksoverheid

619 De kosten van het projectbureau worden voor 100% gesubsidieerd door het Ministerie van EZ en het Ministerie van WVC, beide voor 50%. Het projectbureau wordt vooralsnog voor maximaal vier jaar gesubsidieerd, waarbij na twee jaar een tussentijds evaluatiemoment wordt ingebouwd met betrekking tot de verrichtingen van de stichting en de bereikte resultaten per concept. De uitvoering van de voorbereiding kan als afgerond worden beschouwd indien voor beide concepten een afzonderlijke organisatie tot stand is gekomen, die met de realisatie van een ontwikkeld plan kan aanvangen.

Aanvullende financiering door participanten

620 Gezien het belang dat de direct betrokken partijen bij een succesvolle realisatie van de CHT-concepten hebben lijkt het ons realistisch indien na het eerste jaar, waarin de eerste voorbereiding en uitwerking van het concept heeft plaatsgevonden, het budget voor het Projectbureau CHT wordt vermeerderd met minimaal een bedrag gelijk aan het bedrag dat de Rijksoverheid voor 'onderzoeks- en ontwikkelingskosten' fourneert (ad f 1 ton per concept). Er zal zo spoedig mogelijk gestreefd dienen te worden naar een afzonderlijke (project)organisatie voor elk CHT-concept.

621 In de eerste twee jaar zullen waarschijnlijk de meeste ontwikkelingskosten worden gemaakt waardoor het denkbaar is dat het begrote budget aanmerkelijk tekort zal schieten. Op zich lijkt ons dit een gezonde prikkel voor de participanten bij het concept hun belang ook op financiële wijze bij de voorbereiding van het CHT-concept tot uitdrukking te brengen door middel van het storten van een eigen bijdrage voor de onderzoeks- en ontwikkelingskosten. Omdat partijen waarschijnlijk graag zeggenschap over de aanwending van de 'eigen' middelen willen hebben zal dat tevens de oprichting van een afzonderlijke (project-)organisatie per pilot-concept versnellen, één van de doelstellingen van het projectbureau.

Een eenduidige relatie met de Rijksoverheid is gewenst

622 Teneinde een duidelijke relatie te leggen tussen de stichting CHT en de Rijksoverheid wordt aanbevolen voor het bestuur van de stichting een eenduidig aanspreekpunt bij één van beide departementen af te spreken, teneinde te voorkomen dat het bestuur met een intern coördinatievraagstuk bij de Rijksoverheid wordt geconfronteerd.

623 Jaarlijks worden er door de stichting voortgangsrapportages uitgebracht aan de Rijksoverheid omtrent de besteding van de middelen, de bereikte resultaten en de verwachte uitkomsten, één en ander conform de subsidievoorwaarden van de Rijksoverheid.

624 Bij de evaluatie van het functioneren van het Projectbureau en de voortgang en de resultaten die zijn geboekt kan eveneens worden betrokken of participanten in twee jaar tijd in voldoende mate een eigen (financiële) bijdrage hebben geleverd aan de verdere ontwikkeling van de concepten.

625 Valt deze evaluatie negatief uit, dan moet niet worden uitgesloten dat de subsidie van rijkswege wordt stopgezet. Hetzelfde geldt uiteraard indien er in 4 jaar geen zichtbare resultaten zijn geboekt.

Mogelijkheden voor de ontwikkeling van een projectorganisatie per concept

626 Het is gewenst dat er voor elk cultuurhistorisch concept (voorlopig 2 pilots) een afzonderlijke projectorganisatie wordt opgericht door de deelnemende partijen, waardoor het concept een structurele inbedding krijgt en er een organisatie is die het concept gedurende een aantal jaren 'dynamisch' houdt.

627 De organisatievorm kan tussen de beide concepten verschillen. Bij het concept 'Noorderkwartier' zullen relatief omvangrijke investeringen in objecten en infrastructuur moeten worden gedaan om het concept te realiseren. Bij de VOC kan goed gebruik gemaakt worden van de bestaande elementen van het concept en ligt de nadruk vooral op de gezamenlijke marketing ervan.

628 De projectorganisaties kunnen verschillende juridische rechtsvormen hebben, te weten:

- (a) een stichting, waarin de direct betrokken partijen (overheid, instellingen en bedrijfsleven) in het bestuur deelnemen;
- (b) een NV of BV, waarin de deelnemende partijen (overheid, instellingen en bedrijfsleven) in het aandelenkapitaal participeren;
- (c) een vennootschap onder firma, waarbij de betrokken partijen (overheid, instellingen en bedrijfsleven) met elkaar overeenkomen wat de inbreng van een ieder zal zijn;
- (d) een 'vrijwillige' projectorganisatie met een stuurgroep zonder rechtspersoonlijkheden waarbij een zogenaamde 'raamovereenkomst' tussen partijen wordt gesloten;
- (e) een Gemeenschappelijke Regeling tussen de betrokken lagere overheden (bijvoorbeeld in het kader van een openbaar lichaam);
- (f) een vereniging met een verenigingsbureau dat door de leden wordt gesubsidieerd.

629 Welke juridische en organisatorische vorm het beste zal zijn voor de beide pilot-concepten dient nader te worden onderzocht door het Projectbureau CHT. Daarbij zal zoveel mogelijk gestreefd dienen te worden naar het aangaan van een Publiek Private Samenwerkingsvorm (PPS), waarbij vooraf duidelijk zicht dient te bestaan op een 'voldoende' gemeenschappelijk belang tussen overheid, instellingen en bedrijfsleven. Zowel bij het 'Noorderkwartier' als de 'VOC' zijn mogelijkheden daarvoor in principe aanwezig.

630 Op basis van de thans aanwezige kennis van de pilot-concepten zijn door ons ideeën ontwikkeld voor de invulling van de afzonderlijke projectorganisaties. Voor beide pilot-concepten zullen deze hierna beknopt worden aangegeven. Het betreffen hier voorbeelden omdat partijen uiteindelijk zelf de organisatie dienen aan te geven, uiteraard afhankelijk van de uiteindelijke ontwikkeling van het concept.

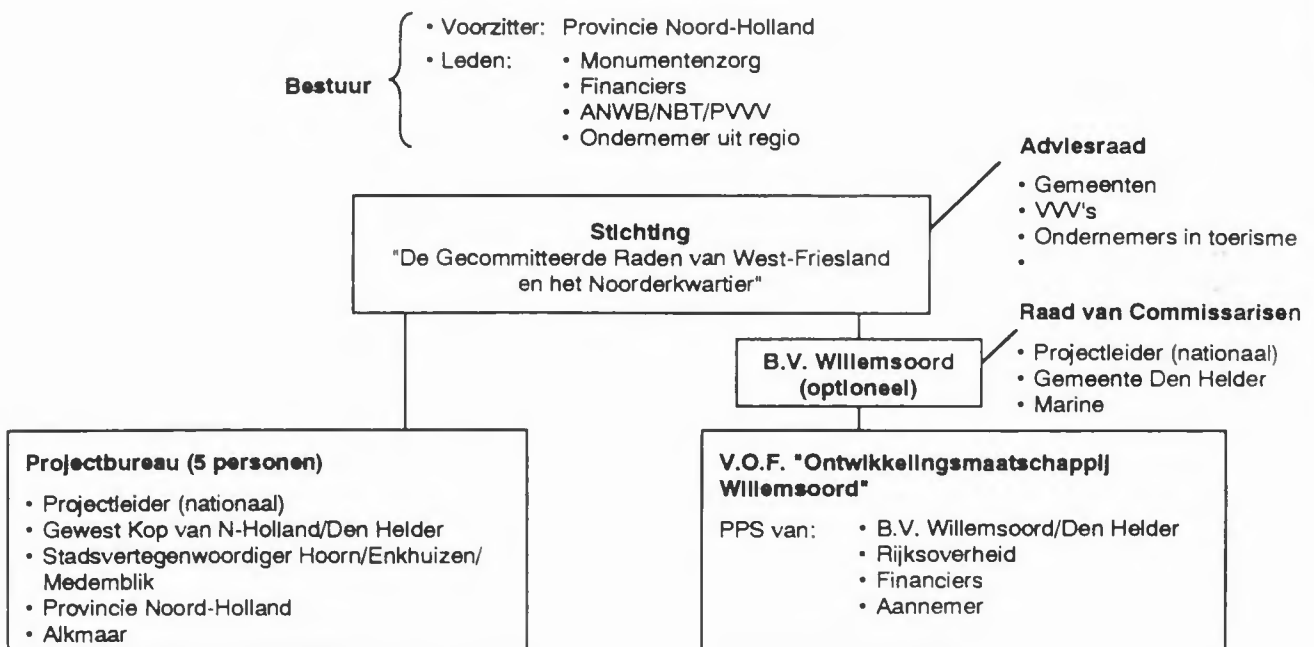
Voorbeelduitwerking van een afzonderlijke organisatie voor het Noorderkwartier

631 Bij de ontwikkeling van het concept "Het Noorderkwartier" zijn twee belangrijke coördinatievraagstukken aan de orde:

- (a) de thematische aanpak van het gebied rond "Leven tussen het Water";
- (b) de ontwikkeling van het project "Rijkswerf Willemsoord".

Deze coördinatievraagstukken zijn zeer verschillend van aard en betreffen ook goeddeels verschillende samenwerkingspartners. Derhalve behoort een afzonderlijke projectorganisatie met twee uitvoerende organen tot de mogelijkheden, die elk een deel van het concept voor hun rekening nemen zonder daarbij de samenhang te verliezen (zie tevens figuur 6).

Figuur 6: Concept Noorderkwartier: organisatievoorstel



Coopers & Lybrand Management Consultants

(i) Thematische aanpak "Noorderkwartier: Leven tussen het Water"

632 Voor het tot stand brengen van een gebundelde aanpak rond de thema's "water en land", "water en techniek", "water en welvaart" en "water en verdediging" (dit laatste omvat meer dan louter de Rijkswerf Willemsoord) is met name een intergemeentelijke samenwerking noodzakelijk. De organisatie die hiervoor verantwoordelijk wordt gesteld, moet in staat zijn ook "boven de partijen" te staan. Daarom behoort de oprichting van een stichting tot de mogelijkheden waarin het bestuur wordt ingevuld door vertegenwoordigers op persoonlijke titel van de belangrijkste gemeenten op CHT-gebied binnen de regio en een vertegenwoordiger van de provincie en van de VVV's. Gedacht kan worden aan de heroprichting (middels deze stichting) van de "Gecommitteerde Raden van West Friesland en het Noorderkwartier", het toenmalige regionale bestuur in de periode 1573 - 1795. Destijds waren zeven steden lid van deze raden, die vergaderden in Hoorn.

633 In deze stichting kan de projectleider vanuit het landelijk projectbureau de trekkersfunctie krijgen, waarbij hij ondersteund wordt door nader te bepalen eigen projectmedewerkers, gedetacheerd door de direct betrokken partijen. In ieder geval dient te worden zorg gedragen voor een voldoende slagvaardigheid en manoeuvreerruimte voor de projectleider; voorkomen dient te worden dat onderlinge belangenverschillen tussen de deelnemende partijen tot inertie of vertraging kunnen leiden.

(ii) Ontwikkeling Rijkswerf Willemsoord

634 Voor dit ontwikkelingsproject is een organisatie voor de bouw en restauratie nodig. Enerzijds dienen hierin vertegenwoordigers van de relevante overheden (provincie, gemeente, Marine) te participeren, anderzijds is het noodzakelijk in deze organisatie vertegenwoordigers van particuliere geldverschaffers (banken, projectontwikkelaars) en Monumentenzorg op te nemen. De opdracht voor deze organisatie is eenduidig en in de tijd planmatig aan te geven, wanneer eenmaal een goed ontwikkelings- en inrichtingsplan voor de werf is opgesteld.

635 Een geschikte vorm voor een dergelijke gerichte, wellicht tijdelijke organisatie kan de "V.O.F." (Vennootschap onder firma of een B.V.) zijn. In een V.O.F. kunnen bijvoorbeeld alle belangrijke partijen financieel participeren en kan d.m.v. de statuten en het bestuursreglement de invloed van de participanten worden geregeld. Zo kan worden bereikt dat de ontwikkeling van de Rijkswerf op zichzelf als project kan worden aangepakt, maar via het directiestatuut van de VOF een relatie met de "thema-organisatie" voor het Noorderkwartier wordt gewaarborgd. Deze band kan onder andere worden gerealiseerd door een personele unie af te spreken voor de functies van "directeur VOF" en "projectleider thema-organisatie".

636 Een variant hierop is dat tussen de stichting en de VOF een project BV door de stichting wordt opgericht, teneinde het aansprakelijkheidsrisico te verminderen (vanwege de hoofdelijke aansprakelijkheid van vennoten in de VOF).

Een eenduidige hoofdstructuur is gewenst

637 De coördinatie tussen "Willemsoord" en de "thema-organisatie" dient, behalve op het operationele vlak door middel van de genoemde personele unie, ook op het bestuurlijk vlak goed geregeld te zijn. Vanuit het gezichtspunt van het landelijk projectbureau is het immers wenselijk slechts een aanspreekpunt voor het totaalconcept te verkrijgen. In figuur .. is één en ander schematisch aangegeven.

Voorbeelduitwerking van een afzonderlijke organisatie van het VOC-concept

638 Doordat het VOC-concept als thematisch concept gebruik maakt van een groot aantal bestaande voorzieningen en initiatieven, is vooral behoefte aan een afstemmingsplatform waar de verschillende activiteiten worden gecoördineerd en de promotie van het concept ter hand wordt genomen. Door bundeling van krachten kan synergie worden bereikt.

639 De oprichting van een "Vereniging Oostindische Compagnie" sluit daarbij wellicht het dichtst bij aan. Deze vereniging vormt een federatief verband van verschillende subverenigingen en/of nadere rechtsvormen die lid kunnen zijn. De voorkeur van de direct betrokken partijen gaat uit naar een regionale indeling, omdat op regionaal niveau de afstemming tussen de direct betrokken instanties en organisaties het best georganiseerd kan worden, zoals de samenwerking tussen gemeenten, musea, bedrijfsleven, VVV's en vrijwilligersorganisaties. Daartoe zouden een viertal regionale verenigingen en/of stichtingen kunnen worden opgericht, aangeduid met 'VOC-Kamer', die de VOC-activiteiten binnen de regio op elkaar afstemmen. Vooralsnog kan aan vier 'VOC-Kamers' worden gedacht, te weten:

- (a) de Kamer Zeeland (Middelburg, Vlissingen, Veere etc);
- (b) de Kamer Rotterdam/Delft (regionale samenhang en aanvullend op elkaar qua accent);
- (c) de Kamer Amsterdam;
- (d) de Kamer Enkhuizen/Hoorn (regionaal verband).

640 Daarnaast zouden gezamenlijke projecten kunnen worden uitgevoerd tussen de Kamers onderling (filmprojecten, tentoonstellingen, evenementen en dergelijke) en kunnen eventueel aparte rechtsvormen worden opgericht voor ontwikkelingsprojecten zoals een aparte BV voor de ontwikkeling en verkoop van souvenirs, de replicabouw en exploitatie van VOC-schepen en de restauratie van VOC-monumenten met private financiering.

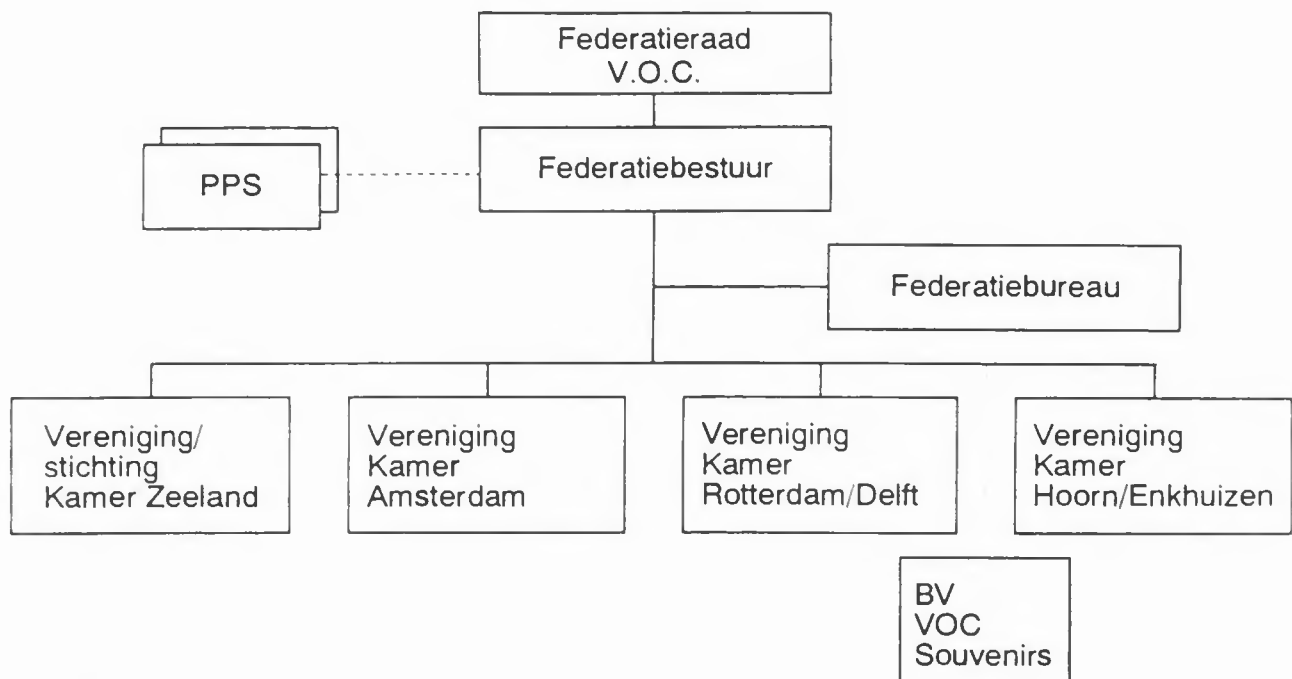
641 De oprichting van een aparte beheersmaatschappij voor de aankoop, het beheer en de exploitatie van VOC-onroerend goed behoort tevens tot de mogelijkheden. Tijdens de groepsinterviews met direct betrokken partijen werd namelijk geconstateerd dat het culturele erfgoed van de VOC onvoldoende zorgvuldig wordt bewaakt.

642 Met betrekking tot de promotie en marketing van het concept naar de diverse doelgroepen toe (bijvoorbeeld cultuurtoeristen, nabuurlanden, intercontinentale markt) kunnen aparte fondsen worden gevormd voor de dekking van kosten. De partijen die zich het meest betrokken voelen bij een bepaald marktsegment kunnen, uiteraard in overleg met de Federatie VOC, specifieke marketingconcepten voor de diverse deelmarkten uitwerken, waarbij zoveel mogelijk 'maatwerk' wordt nagestreefd omdat bijvoorbeeld de Japanse markt anders bewerkt dient te worden dan de Engelse. Door het grote aantal direct betrokken partijen kunnen de kosten voor elke partij relatief gering zijn.

643 Vanwege de opzet en organisatie van het concept kan enerzijds de regionale dagtochtenmarkt worden gestimuleerd, en anderzijds een samenhangende VOC-tour van Enkhuizen tot Middelburg worden aangeboden. Samenwerking met vervoerbedrijven (NS, Streekvervoer, touringcarbedrijven), touroperators en het hotelwezen is daarvoor noodzakelijk.

644 Eén en ander kan als volgt schematisch worden weergegeven (zie figuur 7). De uiteindelijke invulling van de organisatievorm is afhankelijk van de feitelijke uitwerking van het concept en de modus waarop partijen elkaar weten te vinden.

Figuur 7: federatief verband



Coopers
& Lybrand
Management Consultants

Perspectief over vier jaar

645 Nadat voor beide pilot-concepten afzonderlijke (project-)organisaties zijn opgericht, vermindert de rol van het centrale Projectbureau CHT, en verschuift het zwaartepunt naar de beide afzonderlijke organisaties (decentraal). Indien het Projectbureau CHT ook aan haar 'eigen' zelfstandige taak heeft voldaan (kennisbundeling - en overdracht), kan overwogen worden het Projectbureau op te heffen. Beide projectleiders zouden eventueel kunnen 'overgaan' naar de afzonderlijke projectorganisaties.

646 Op langere termijn (na vier jaar) zou zich een draagvlak ontwikkeld kunnen hebben voor de realisatie van een 'infrastructuur' op het gebied van CHT. Daarbij kan worden gedacht aan de oprichting van een landelijk platform waarin diverse belanghebbende partijen elkaar op min of meer permanente basis informeren over nieuwe ontwikkelingen, en waar initiatieven aan elkaar kunnen worden gekoppeld en gezamenlijke studies kunnen worden verricht.

647 Bij een 'voldoende' draagvlak zou op termijn bijvoorbeeld een Vereniging CHT opgericht kunnen worden waarvan zowel natuurlijke personen als rechtspersonen lid kunnen zijn (bijvoorbeeld vergelijkbaar met de Vereniging voor Natuurmonumenten).

De vereniging zou kunnen beschikken over een eigen verenigingsbureau dat op structurele basis informatie bundeld en verstrekt, en fondsen verwerft voor de realisatie van nieuwe concepten op het gebied van CHT. De leden zouden van de activiteiten op de hoogte gehouden kunnen worden en zouden bijvoorbeeld tegen tariefsreductie aan activiteiten kunnen deelnemen.

648 Een landelijk opererend Projectbureau CHT kan de weg voorbereiden voor deze ontwikkeling door een basis voor een dergelijke infrastructuur te leggen. De komende vier jaar zal moeten blijken wat het draagvlak voor een dergelijke ontwikkeling zal zijn.

BIJLAGE A: VERANTWOORDING VAN HET ONDERZOEK

Hierna wordt de opzet van het onderzoek behandeld. Eerst wordt de opzet van de projectstructuur beschreven. Hierna komt de fasering van het onderzoek aan de orde.

Opzet projectstructuur

Voor de uitvoering van het onderzoek is een projectstructuur gekozen. Het onderzoeksteam werd van de zijde van de opdrachtgever ondersteund door een ambtelijke klankbordgroep. In deze klankbordgroep hadden zitting twee vertegenwoordigers van de ministeries van Economische Zaken en Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur. Daarnaast was de directeur van de Rijksdienst voor Monumentenzorg in de ambtelijke klankbordgroep vertegenwoordigd.

De functie van de klankbordgroep betrof zowel de inhoudelijke als procesmatige begeleiding van het onderzoek. Met de klankbordgroep werden tussentijdse onderzoeksresultaten teruggekoppeld en besproken. Daarnaast is de klankbordgroep om suggesties gevraagd bijvoorbeeld met betrekking tot in het kader van het onderzoek te benaderen instanties en personen.

Ten behoeve van het onderzoek werd een zogenoemde Initiatiefgroep samengesteld. Deze bestond uit vier personen, deskundig op het onderhavige onderzoeksgebied.

De leden van deze groep waren:

- (a) Drs. L.F. Ploeger, voorzitter (oud President directeur N.V. Nederlandse Spoorwegen);
- (b) Mr. J.A.M. Hendriks (Commissaris van de Koningin in Overijssel);
- (c) Drs. J. Kleiterp (Voorzitter van de Directie van Bank Pierson Heldring Pierson N.V.);
- (d) Mr. P.A. Nouwen (Hoofddirecteur van de ANWB);

Het onderzoek is in samenspraak met de Initiatiefgroep uitgevoerd. Tussenrapportages werden door de Initiatiefgroep beoordeeld en becommentarieerd. De Initiatiefgroep is in totaal vijf maal bijeen geweest, meestal aan het einde van een onderzoeksfase. In de Initiatiefgroep vond besluitvorming plaats omtrent de verdere voortgang van het onderzoek. Bij de behandeling van de onderzoeksfasering zullen de besluitvormingsmomenten worden aangegeven.

Fasering van het onderzoek

Het onderzoek bestond uit vier fasen:

Fase 1: Afbakening en conceptinventarisatie

Fase 2: Conceptbeoordeling en -selectie

Fase 3: Projectorganisatie en toetsing

Fase 4: Rapportage en presentatie

Elke fase wordt achtereenvolgens beknopt beschreven.

De totale doorlooptijd van het onderzoek bedroeg zes maanden. Fase I startte in juni 1992. De eindrapportage is in november uitgebracht.

Fase I: Afbakening en conceptontwikkeling

Fase I had tot doel:

- (a) de beleidsdoelstellingen van de Rijksoverheid inzake het cultuurhistorisch toerisme duidelijk te formuleren;
- (b) de elementen vast te stellen die deel uitmaken van een cultuurhistorisch concept;
- (c) het verkennen en inventariseren van mogelijke cultuurhistorische concepten;
- (d) afbakening ten aanzien van de nader te onderzoeken concepten.

Fase I bestond in hoofdlijnen uit twee onderzoeksstappen: het verrichten van deskstudie en het houden van werkconferenties met deskundigen uit het veld.

Verrichten deskstudie

Diverse relevante studies en beleidsnota's inzake cultuurhistorisch toerisme werden bestudeerd. Daarnaast werd - door middel van deskresearch en interviews - uitvoerig marktonderzoek verricht naar ontwikkelingen ten aanzien van het inkomend en binnenlands toerisme. Speciale aandacht hierbij hadden de ontwikkelingen inzake het cultuurhistorisch toerisme.

Op grond van het deskonderzoek is een eerste aanzet gegeven voor de aanscherping van de beleidsdoelstellingen en de elementen van een cultuurhistorisch concept. De beleidsdoelstellingen en concept-elementen dienden als input voor de twee werkconferenties, met vertegenwoordigers van betrokken partijen in het veld.

Werkconferenties met deskundigen

In juni werden twee werkconferentie georganiseerd. Het deelnemersveld bestond uit vertegenwoordigers van:

- (a) het toeristisch bedrijfsleven: reiswereld, touroperators;
- (b) institutionele beleggers;
- (c) belangenorganisaties, voorlichtings- en onderzoeksinstituten: ANWB, ANVV, NBT;
- (d) overheidsorganen;
- (e) culturele instellingen: monumentenzorg, musea.

De conferenties hadden tot doel het aan de hand van een discussienotitie:

- (a) bespreken van de Rijksoverheidsdoelstellingen inzake cultuurhistorisch toerisme;
- (b) bespreken en inventariseren van de elementen van een cultuurhistorisch concept;
- (c) inventariseren van concepten die mogelijk als pilot-project kunnen fungeren.

Een belangrijk nevendoeel van de werkconferenties betrof het verrichten van enig missiewerk en het creëren van een draagvlak voor samenwerking tussen de direct betrokken partijen.

Fase 2: Conceptbeoordeling en -selectie

De geformuleerde elementen van een concept en aan het concept te stellen eisen werden vertaald in selectiecriteria. Aan de hand van deze criteria beoordeelde de Initiatiefgroep de geïnventariseerde concepten. Op grond van het selectieproces werden begin juli door de Initiatiefgroep vier concepten geselecteerd voor nader onderzoek.

In de maanden juli en augustus onderzocht het onderzoeksteam de vier concepten op de volgende aspecten:

- (a) de aanwezige ingrediënten voor het concept;
- (b) de conceptbeschrijving;
- (c) de (mogelijke) doelgroepen van het concept;
- (d) financiële indicaties voor realisering van het concept;
- (e) de samenwerkingsmogelijkheden binnen het concept;
- (f) het tijdsplan voor realisering van het concept.

Het onderzoek naar de vier concepten bestond uit deskresearch aangevuld met gesprekken met deskundigen en/of bij het concept betrokken instanties.

Beschrijving van genoemde aspecten leidde tot een oordeel over de concepten. De resultaten van het onderzoek naar de vier concepten werden vastgelegd in een rapportage. De rapportage is vervolgens besproken met de ambtelijke klankbordgroep en de Initiatiefgroep. Op grond van de rapportage selecteerde de Initiatiefgroep voorlopig twee concepten die als 'pilots' zeer geschikt werden bevonden.

De geselecteerde concepten werden in september en oktober nader onderzocht. Voor elk van de concepten werden werkconferenties belegd waaraan werd deelgenomen door partijen die het meest betrokken (kunnen) zijn bij de daadwerkelijke uitvoering en realisering van de twee concepten. Belangrijk was te vernemen of de betrokken partijen zich konden scharen achter de geformuleerde concepten. Daarnaast kon een eerste aanzet voor toekomstige samenwerking worden gegeven. De concepten zijn eveneens besproken met enkele vertegenwoordigers van het toeristisch bedrijfsleven, monumentenzorg en belangenorganisaties.

Fase 3: Projectorganisatie en toetsing

In eerste instantie zijn enkele alternatieve organisatiemodellen ontwikkeld en beschreven over de wijze waarop de projectorganisatie rond de concepten vorm kan krijgen. Deze alternatieven zijn vastgelegd in een discussienotitie en vormde input voor de groepsinterviews met de ambtelijke klankbordgroep en de Initiatiefgroep.

Tijdens de groepsinterviews met de bij de uitvoering van de twee concepten betrokken partijen zijn deze modellen voorgelegd en getoetst. De voor- en nadelen van elk alternatief zijn tegen elkaar afgewogen. De conclusies dienaangaande, evenals een beschrijving van de alternatieve organisatiemodellen, zijn in dit rapport opgenomen. De vraag naar de meest wenselijke projectorganisatie werd ook aan de orde gesteld in het overleg met enkele vertegenwoordigers van het toeristisch bedrijfsleven, de monumentenzorg en belangenorganisaties.

Fase 4: Eindrapportage en presentatie

De eindresultaten van het onderzoek zijn vastgelegd in dit rapport. Dit rapport is besproken met en vastgesteld door de Initiatiefgroep en is aan beide opdrachtgevers aangeboden.

BIJLAGE B: DEELNEMERS AAN DE WERKBIJENKOMSTEN INZAKE HET VOC-CONCEPT

Leden van de Initiatiefgroep

Drs. L.F.Ploeger	oud President directeur van de Nederlandse Spoorwegen en voorzitter van de Initiatiefgroep;
Mr. J.A.M.Hendrixx Drs. J. Kleiterp	Commissaris van de Koningin in Overijssel; Voorzitter van de Directie van Bank Pierson Heldring & Pierson N.V.;
Mr. P.A. Nouwen	Hoofddirecteur van de ANWB.

Leden van de Ambtelijke klankbordgroep

Drs. F.J.L. van Dulm Dhr. C. Groen	Rijksdienst voor de Monumentenzorg Ministerie van Economische Zaken, Hoofdafdeling Toerisme
Mr. D.J. van der Neut	Ministerie van WVC, Bureau Werkgelegenheids- en investeringsprojecten Cultuur

(Groeps)interviews met deskundigen uit het veld

Dhr. H.H. Bos	Nederlands Bureau voor Toerisme
Dhr J. Buddingh	Arke Reizen
Ir. P. van Dun	Rijksdienst voor Monumentenzorg
Drs. P.H. van Gessel	Nederlands Bureau voor Toerisme
Mr. I. Hoogland	KLM
Dr. J. de Jong	Rijksuniversiteit Utrecht
Drs. R.H.J. Klok	Rijksdienst voor het Oudheidkundig Bodemonderzoek
Mevr. D. Scholt	Stichting Nationale Contactcommissie Monumentenbescherming (NCM)
Drs. A.G.M. Lodders	VSB Fonds
Drs. R.P. Zijp	Zuiderzeemuseum
Dhr. A.G.M. Olbertz	ANVV
Drs. ing. W.L.F. Rietbergen	ANWB

Deelnemers aan de werkbijeenkomsten inzake het VOC-concept

Mr. D.J. Krajenbrink	Burgemeester Gemeente Enkhuizen
Mevr. J.J. Schipper	Gemeente Hoorn, afdeling voorlichting
Drs. P.H.L.M. van de Meerakker	Gemeente Amsterdam, Economische Zaken
Mevr. H.C. Mani	Gemeente Rotterdam, Ontwikkelingsbedrijf
Dhr. G.J.C. Stevense	Gemeente Middelburg, Dienst Stadsontwikkeling
Mevr. M.J.C. Bijman	Provincie Zuid-Holland, Bureau Bedrijven, Toerisme en Projecten
Dhr. R.J.P. Toole	Provincie Noord-Holland, afdeling Cultuur
Dhr. J.G.C.C. Becht	Provincie Zeeland, Bureau Recreatie, Toerisme en
Mevr. Drs. E.S. van Eyck-van Heslinga	Scheepvaartmuseum Amsterdam Cultuur
Mevr. drs. A. Olie	Scheepvaartmuseum Amsterdam
Drs. P. Sijnke	Gemeente-archief Middelburg
Dhr. D.E. Sikkens	Stichting Nederland Bouwt VOC-Retourschip
Dhr. Ing. P.C. de Boer	VVV Enkhuizen
Mevr. drs. M.A. Peeters	VVV Rotterdam
Mevr. C. Rasenberg-François	VVV Middelburg
Dhr. D. van der Pijl	VVV Hoorn
Dhr. B. Kist	Rijksmuseum/Stichting VOC-schip Amsterdam

Deelnemers aan de werkbijeenkomsten inzake het Noorderkwartier-concept

Dhr. M. Vermeulen	Gemeente Den Helder, afdeling EZ
Dhr. J. Manderfeld	Wethouder Ruimtelijke Ordening, Gemeente Den Helder
Dhr. J. Stobbe	Gewest Kop van Noord-Holland
Dhr. J. Velzenboer	SOW Hoorn
Dhr. R.J.P. Toole en	
Mw. F. Hellendoorn	Provincie Noord-Holland, Dienst WEB
Dhr. D. van de Pijl	Streek VVV West-Friesland
Mevr. S.C. van Vliet	Gemeente Enkhuizen, Dir. Zuiderzeemuseum
Mevr. C.M.D. Dijkstra-IJskes	Gemeente Alkmaar
Dhr. K. Woestenburg	Hoogheemraadschap Noord-Hollands-Noorder- kwartier
Mevr. J.H. Sandstra-Loots	Gemeente Enkhuizen
Mevr. M. van Bodegraven	Gemeente Haarlem, Provinciale VVV

Deelnemers aan de werkbijeenkomsten inzake beide concepten

Drs. Ing. W.L.F. Rietbergen	ANWB
Dhr. E.R. van Brederode	NCM
Mr. E.F.A.M. de Charro	Dutch Travel Trade

Samenstelling van het onderzoeksteam

Drs. S. Dijkstra	Associate Director bij Coopers & Lybrand Management Consultants, tevens projectleider
Drs. P.F.A.M. Linssen	Consultant bij Coopers & Lybrand Management Consultants
Ir. F.F. Pigeaud	Manager bij Coopers & Lybrand Management Consultants

BIJLAGE C: ELEMENTEN VAN EEN TOTAAL-CONCEPT

In verschillende rapporten worden criteria c.q. randvoorwaarden genoemd waaraan de pilot concepten moeten voldoen. Door ons zijn deze criteria in twee categorieën ingedeeld, te weten:

- (a) harde eisen;
- (b) wensen.

HARDE EISEN	WENSEN
Duidelijk gedefinieerd in termen van doel, methoden en middelen	gemeente-overschrijdend (zich uitstrekkend over een streek of regio)
Alle elementen van een totaalconcept omvattend (zie onderstaande opsomming)	gerelateerd aan de overige drie thema's van de nota 'Ondernemen in Toerisme' : Nederland Waterland, de Stedenring, de Kust
Vernieuwend, stimulerend en dynamisch in presentatie	passend binnen de prioriteiten van de Vierde Nota Ruimtelijke Ordening (VINEX)
Educatief van karakter ('history is fun'); een regionale en/of nationale voorbeeldwerking; vormen een clustering van cultuurhistorische elementen	
Geen opening nieuw subsidieloket	

De lijst met selectiecriteria kan verder worden aangevuld en dient te worden vastgesteld door de Initiatiefgroep.

Op basis van een eerste verkenning zijn de volgende elementen van een CHT-concept geïnventariseerd (niet uitputtend opgesomd):

- (a) samenhang van cultuurhistorische attracties/bijzondere bezienswaardigheden/evenementen rondom één herkenbaar thema;
- (b) internationaal herkenbaar als typisch Nederland-gebonden;
- (c) 'totaalconcept' waarin structuren, ensembles, objecten (inclusief archeologische vindplaatsen), de omgeving en 'plaatsgebonden' gebeurtenissen met elkaar verbonden worden;
- (d) gericht op bewuste, maar recreatief/educatieve beleving van de geschiedenis ('history is fun');
- (e) gegroepeerd rond een cultuurhistorische erfenis die origineel is (geen namaak);

- (f) gecombineerd tot een totaalconcept waarin objecten, monumenten, de historische omgeving en evenementen logisch passen;
- (g) interessant voor gemiddeld geïnteresseerden (cultuurtoeristen);
- (h) bij voorkeur aansluitend op drie andere nationale (NBT) thema's:
 - (i) Nederland Waterland,
 - (ii) Stedenring,
 - (iii) Kust;
- (i) een meerjarige levensduur;
- (j) een produkt van samenwerking tussen overheid en bedrijfsleven c.q. particulieren;
- (k) structurele (mede-) financiering door derden.

BIJLAGE D: MARKTPOTENTIEEL EN HUIDIGE CULTUURHISTORISCH BEZOEK NOORDERKWARTIER

	Totaal aantal Nederland	Totaal Bestedingen Nederland	Noorderkwartier (schattingen)		
			Totaal aantal (potentieel)	Gerealiseerd aantal	% penetratie
Dagtochten	869.000.000	f 11.600.000.000			
waarvan cultuurhistorische bezoeken	25.700.000	f 564.000.000	5.000.000 1)	1.000.000 2)	20%
Binnenlandse vakanties (lang en kort)	14.600.000	f 3.046.000.000	450.000	450.000	
Cultuurhistorische <u>bezoeken</u> tijdens vakanties	± 10.000.000	± f 200.000.000	675.000 3)	250.000 2)	37%
Inkomend toerisme	5.800.000		600.000	150.000	
Cultuurhistorische <u>bezoeken</u> tijdens vakanties	± 6.000.000	± f 200.000.000	600.000	150.000 2)	25%
Totaal cultuurhistorische bezoeken	41.700.000	f 964.000.000	6.275.000	1.400.000	22%

- 1) gebaseerd op 3.000.000 inwoners op circa 50 km afstand en 1.7 CHT bezoek per jaar
- 2) uitkomsten marktonderzoek van de provincie Noord Holland en CBS
- 3) potentieel uitgaande van gemiddelde cultuurhistorische interesse van de binnenlandse vakantieganger

BIJLAGE E: LITERATUURLIJST NOORDERKWARTIER

- . Don, drs P.:
"Kunstreisboek Noord-Holland", P.N. van Kampen & Zoon; 1987
- . Woude, dr. A.M.:
"Het Noorderkwartier", H. Veenman & Zonen; 1972
- . Diederik, F:
"Archeologica, de archeologie van het Noorden van Noord-Holland in historisch en landschappelijk perspectief", Uitgeverij Pirola; 1989
- . Provincie Noord-Holland:
"Noord-Holland en het Toerisme"; juli 1992
- . Gewest Kop van Noord Holland:
"Inschrijving Toerisme Trofee 1991"; september 1991
- . Samenwerkingsorgaan Westfriesland Gewest Kop van Noord-Holland:
"Inschrijving Toerisme Trofee 1992"; juli 1992
- . Gemeente Den Helder:
"Ontwikkeling Vestingswerken Kop van Noord-Holland"; augustus 1992

BIJLAGE F: LITERATUURLIJST VOC

- Sporen van de Compagnie, De VOC in Nederland,
R. van Gelder & Lodewijk Wagenaar, 1988
- Handel in de Gouden Eeuw,
Dr. H. Klompmaker, 1966
- De Nadagen van de VOC 1783 - 1795
C.G. Pillo, 1992
- Bewind en Beleid bij de VOC 1672 - 1702
F.S. Gaastra, 1989
- Varen om Peper en Thee, Nederlands Scheepvaartmuseum,
E.M. Jacobs, 1991
- De Geschiedenis van de VOC,
F.S. Gaastra, 1991
- De Republiek en de vrede van Europa
Dr. J. Aalbers, 1980