

Communicatie in de Deltawateren

Communicatieplan Deltawateren

Datum	xxx 2016
Status	Definitief

Colofon

Rijkswaterstaat Zee en Delta

In samenwerking met:
Provincie Zuid-Holland
Provincie Noord-Brabant
Provincie Zeeland
Ministerie van Economische zaken

xxx
Definitief

Inhoud

1	Inleiding	4
2	Situatieanalyse	7
3	Doelgroepen	9
4	Communicatiedoelen	10
5	Kernboodschap	11
6	Strategische uitgangspunten	13
7	Communicatiemiddelen	16
8	Organisatie van de communicatie	19
9	Financiering	21
Bijlage A	Overzicht intermediairs en communicatiekanalen	22

1 Inleiding

De Deltawateren Hollands Diep, Haringvliet, Oude Maas, Grevelingen, Oosterschelde, Veerse Meer en Westerschelde & Saefthinghe (liggend in de provincies Zeeland, Zuid-Holland en Noord-Brabant) zijn aangewezen als Natura 2000-gebied. De afwisselende natuur, het vele zoute en zoete water, dieptes en ondieptes en de aanwezigheid van getij maken de Deltawateren tot een uniek gebied in Europa. Het is van levensbelang voor allerlei planten, vogels, vissen en zoogdieren. De aanwijzing gebeurde tussen 2009 en 2013 door het ministerie van EZ (voormalig LNV en EL&I).

Figuur 1

Ligging 7 Natura 2000-gebieden in de Deltawateren (Beheerplan Deltawateren, 2014)



Natura 2000 (N2000) is een Europees netwerk van natuurgebieden waar bijzondere dieren en planten voorkomen. In deze gebieden draait het om bescherming, gebruik en beleving van de natuur. Het doel van Natura 2000 is de achteruitgang van de biodiversiteit te stoppen. Voor elk Natura 2000-gebied wordt een beheerplan opgesteld. Hierin staat beschreven hoe planten, vogels, vissen en andere dieren, zoals zeehonden, én hun leefgebied beschermd worden. Tegelijk geeft een beheerplan duidelijkheid over welke menselijke activiteiten wel en niet zijn toegestaan, en zo ja, onder welke voorwaarden of dat een Nb-wet vergunning nodig is. Rijkswaterstaat stelt, samen met de bevoegde instanties, het Beheerplan Deltawateren op.

Er is gekozen om de zeven aangewezen wateren in één beheerplan op te nemen vanwege de samenhang tussen de gebieden. Voordeel is dat het beheerplan door middel van één gezamenlijk (gebieds)proces ingevuld kan worden. Dit zorgt bovendien voor een eenduidige aanpak en benadering voor de zeven gebieden. Twee gebieden, namelijk Krammer-Volkerak en Zoommeer, vallen buiten het beheerplan. Voor deze Deltawateren is er nog geen definitief aanwijzingsbesluit.

In het beheerplan zijn maatregelen opgenomen om de Natura 2000-doelen te behalen. De maatregelen zorgen voor een betere staat van instandhouding en beleving van de natuur. Hoe de doelen gehaald worden, is beschreven in de onderliggende plannen; het uitvoeringsplan, monitoringplan, toezicht- en handavingsplan en communicatieplan. Dit communicatieplan heeft betrekking op het Beheerplan Natura 2000 Deltawateren gedurende de eerste uitvoeringsfase van zes jaar, van 2015 tot en met 2021. Het plan is tot stand gekomen met inbreng van de bevoegde gezagen en de (communicatie)medewerkers van Het Zeeuwse Landschap, HISWA, Natuurmonumenten en Nationaal Park Oosterschelde. Staatsbosbeheer heeft het plan meegelezen. Tijdens de uitvoeringsfase werkt Rijkswaterstaat als voortouwnemer samen met de bevoegde gezagen en andere betrokkenen de communicatiestrategie en -middelen verder uit en past deze aan de op dat moment actuele situatie aan.

Belang van communicatie

Communicatie en educatie kunnen een belangrijke bijdrage leveren aan het behalen van de natuurdoelen. Door doelgroepen bewust te maken van mooie en gevarieerde natuur in het gebied en de manier waarop zij kunnen bijdragen aan het behoud en de ontwikkeling ervan, kan leiden tot een positieve en coöperatieve houding ten opzichte van Natura 2000. Als doelgroepen snappen waarom iets niet mag, kan dat bijdragen aan goed naleefgedrag. Het keurmerk Natura 2000, als indicatie van een gebied met hoge natuurkwaliteiten, biedt bovendien kansen voor marketing wat weer een positieve impuls kan geven aan de lokale economie (gebiedspromotie). Intermediairs kunnen hiervan slim gebruikmaken. De beheerders zullen natuurbeheer en inrichtingmaatregelen uitvoeren in de gebieden. Om misverstanden te voorkomen, is het belangrijk dat zij bezoekers goed informeren over wat er gebeurt en waarom.

Regie op regionaal niveau

Het Beheerplan Deltawateren gaat over een omvangrijk gebied, met meerdere wateren, waarbij veel verschillende partijen zijn betrokken. Voor een succesvolle uitvoering is samenwerking, duidelijke regie over de uitvoering en een actieve inzet van betrokkenen cruciaal. De afgelopen jaren is tijdens het opstellen van het beheerplan een netwerk van betrokken organisaties ontstaan. Enkele organisaties, waaronder Het Zeeuwse Landschap, HISWA, Natuurmonumenten en Nationaal Park Oosterschelde zijn bereid hun communicatiemiddelen beschikbaar te stellen voor het uitdragen van de boodschap en denken graag mee. Een centraal aanspreekpunt (een regisseur) die deze partijen actief benadert, kan helpen bij een succesvolle uitvoering van de communicatie.

Grenzend aan het Natura 2000-gebied Deltawateren liggen de Natura 2000-gebieden Voordelta en Vlakte van de Raan, die een vergelijkbare natuuropgave hebben. Enkele belanghebbenden zijn betrokken bij alle drie de gebieden. Door communicatie (inzet en acties) voor deze gebieden slim te koppelen, is

efficiencywinst en synergie te behalen. Samenwerking en kennisbundeling kan een krachtige boodschap opleveren.

Daarom denkt Rijkswaterstaat Zee en Delta erover na om de communicatie over Natura 2000-gebieden die bij haar in beheer zijn, regionaal af te stemmen en te organiseren. Tijdens de uitvoeringsfase kan de organisatie verder vorm krijgen.

De communicatiestrategie is gericht op contact met intermediairs, aanhaken bij bestaande middelen, daar zijn waar de doelgroep is en aansluiten bij de informatiebehoefte (informatie op maat). Een communicatieregisseur kan hierin een belangrijke rol vervullen. Het idee is om maar beperkt nieuwe communicatiemiddelen te ontwikkelen. Wel zijn enkele communicatiemiddelen nodig in het kader van preventie (onderdeel van de toezicht- en handhavingsstrategie). Communicatie kan bijdragen aan de bekendheid en acceptatie van de maatregelen uit het beheerplan onder bezoekers en gebruikers. Deze middelen zijn opgenomen in dit plan en staan specifiek benoemd in het toezicht- en handhavingsplan Deltawateren.

2 Situatieanalyse

Hoe ziet de omgeving waarin we ons bevinden eruit? Wat zijn sterke en zwakke punten van Natura 2000 en het beheerplan? Welke kansen kunnen we benutten in de communicatie en hoe kunnen we sterkten gebruiken om bedreigingen van buitenaf en zwakten te verkleinen? Hiervoor is een beknopte SWOT-analyse gemaakt.

Kansen

- Uniek gebied met bijzondere wateren (veelzijdigheid in dynamiek) biedt kansen voor draagvlak voor natuurbeheer en duurzaamheid
- Veel intermediairs actief die mogelijkheden bieden om bij aan te sluiten
- Uiteenlopende kanalen beschikbaar om doelgroepen te bereiken
- Ondernemers en gastheren in het gebied (gastheerschap) zien de meerwaarde van een robuust ecologisch systeem en het 'label' Natura 2000
- Gedeelde belangen
- Beheerplan geeft vooral ook duidelijkheid t.o.v. huidige situatie waarin afspraken erg versnipperd liggen (duidelijkheid rondom toegankelijkheid)
- Gebruik en natuurbescherming kunnen samengaan, mits er voldoende wordt gecommuniceerd en goede afspraken en voldoende voorzieningen zijn (bron: onderzoeksrapport Alterra '*Recreatie en Natuur, Kennis over effecten, kwetsbaarheid, handelingsperspectieven en monitoring van recreatie in Natura 2000-gebieden*')
- Het algemene publiek heeft een neutrale houding t.o.v. N2000, omdat er nog relatief veel onbekendheid is met dit predicaat

Bedreigingen

- Negatief imago Natura 2000 in de media: uitstraling dat N2000 beperkend werkt voor ontwikkelingen
- Lastig om ongeorganiseerde doelgroepen (onder andere bezoekers uit het buitenland) te bereiken
- Veel gebruikers in het gebied waarvoor 'communicatie op maat' nodig is
- Uitgestrekt gebied met verschillende wateren die uiteenlopende gebruikers kennen
- Mogelijke veranderingen door nieuwe natuurwet
- Voor elk Natura 2000-gebied worden eigen regels opgesteld en wordt de communicatie anders geregeld. Hierdoor is er geen eenheid en zijn de verschillende maatregelen en/of spelregels lastig uit te leggen (sommige gebieden kennen gedragsregels, andere gebieden werken met eigen vormgeving enz.)
- Op veel plekken in het gebied komt de bezoeker eerst in aanraking met de 'verboden' borden en pas daarna met de mooie natuur. Dat is jammer

Sterkten

- Bestaande regelgeving (Nb-wetgeving)
- Deltawateren niet op slot; N2000 biedt ruimte voor beleving, gebruik en ontwikkeling
- Toetsing van het huidige gebruik leidt tot minder administratieve lasten voor gebruikers
- Inrichtingsmaatregelen kunnen zorgen voor een duidelijke situatie in het veld
- Veel partijen aangehaakt bij totstandkoming beheerplan en betrokkenheid is groot (veelzijdige participatieve inbreng)

- Beheerplan brengt partijen samen wat leidt tot betere samenwerking en afstemming
- Partijen hebben bestaande communicatiemiddelen waarmee ze hun achterban bereiken (groot bereik)
- Natura 2000 inzetten als kwaliteitskeurmerk voor Europese topnatuur (vergelijkbaar met Michelinster) kan meerwaarde opleveren voor lokale economie

Zwakten

- Opstellen en vaststellen Beheerplan Deltawateren is langdurig proces (met als gevolg: afbreukrisico voor draagvlak)
- In het voortraject is er weinig positieve berichtgeving geweest
- Veel partijen met uiteenlopende belangen en motieven
- Gevoelige relaties met enkele organisaties
- Veel overheden zijn betrokken en komen niet met één boodschap naar buiten (inconsistent handelen)
- Overheden houden bij het ontwikkelen van beleid nog onvoldoende rekening met N2000 (aandachtspunt voor interne communicatie)
- Beperkt budget voor communicatie en handhaving

Ideale situatie

Idealiter komen de vele betrokken overheden met één heldere, goed afgestemde boodschap naar buiten. Ondersteund met aansprekende foto's en overzichtelijke kaarten. Voor de ondernemers en burgers is het duidelijk waarvoor je bij welk 'loket' moet zijn. Liefst is dit één loket of contactpersoon. Het is een mooie ambitie om ernaar te streven dat elke inwoner, bezoeker of gebruiker in de regio weet wat Natura 2000 is, de Deltawateren en de spelregels kent, trots is op het gebied, de waarde ervan inziet en zich netjes aan de regels houdt. De praktijk is echter weerbarstiger. We hebben te maken met veel partijen, uiteenlopende belangen, een omvangrijk gebied, een negatief imago rondom Natura 2000 ('het gebied gaat op slot') en een beperkt budget. Gelukkig zijn er voldoende sterke punten en kansen om te bereiken dat de maatregelen uit het beheerplan gecommuniceerd kunnen worden. En als we dit op een positieve manier doen, kan zelfs draagvlak gecreëerd worden. Betrokken partijen, de intermediairs, zijn bereid om hun steentje bij te dragen, willen meewerken en stellen communicatiekanalen beschikbaar. Ze willen meedenken over de juiste insteek en boodschap en willen kennis en ervaring delen. Dat biedt kansen!

3 Doelgroepen

We richten ons in dit communicatieplan in hoofdzaak op twee doelgroepen:

- Gebruikers van het gebied die door hun activiteiten mogelijk impact hebben op de natuur in de Deltawateren. Om te bereiken dat deze gebruikers bereid zijn bij hun activiteiten rekening te houden met de natuurwaarden, zich aan de regels te houden en zodoende bij te dragen aan de doelen uit het beheerplan, is het belangrijk dat zoveel mogelijk gebruikers de maatregelen kennen (kennis), zich realiseren wat het beheerplan voor hun eigen doen en laten betekent (bewustwording) en de maatregelen en gedragsregels naleven (gedrag). Bezoekers hoeven de inhoud van het beheerplan natuurlijk niet te kennen. Als ze maar zien waarom ze bijvoorbeeld niet op een dijk mogen fietsen.

Gebruikers zijn onder andere: bewoners, (vaar)recreanten/bezoekers, kitesurfers, sport en beroepsvissers, jachthavens, (recreatie)ondernemers, industrie, havenbedrijven, beroepsvaart, landbouwers

- Intermediairs: alle partijen die betrokken zijn bij de totstandkoming en uitvoering van het beheerplan, eigendommen in de gebieden beheren (terreinbeheerders) of op een andere manier betrokken zijn bij de natuur in de Deltawateren, bijvoorbeeld de vergunningverleners en belangengroepen. Een belangrijke doelgroep binnen deze groep intermediairs zijn medewerkers die betrokken zijn bij communicatie/voorlichting, educatie, monitoring, toezicht en handhaving. Doel is deze partijen te motiveren, faciliteren en ondersteunen om de boodschap uit te dragen en vorm te geven, en de dialoog met hun achterban aan te gaan.

Intermediairs zijn onder andere: Rijksoverheid, provincies, waterschappen en gemeenten, handhavers, natuur- en bezoekerscentra, gidsen en vrijwilligers, gastheren (ondernemers), musea, VVV's, ANWB-kantoren, terreinbeheerders, boswachters en natuurverenigingen en andere belangenorganisaties, onder andere vertegenwoordigers van de sectoren.

In de bijlage is een overzicht opgenomen van de intermediairs met wie al contact is met daarbij hun belangrijkste, bestaande communicatiekanalen (aanvullen tijdens uitvoeringsfase). Een aparte doelgroep om nog te vermelden, is de pers. Deze groep vormt tegelijk een middel om de boodschap naar gebruikers over te brengen. De pers is verder uitgewerkt in de communicatiemiddelen, onder het punt 'media: free-publicity'.

4 Communicatiedoelen

Het doel van de communicatie is om een bijdrage te leveren aan een soepele en efficiënte uitvoering van het beheerplan, zodat de instandhoudingsdoelstellingen worden gerealiseerd. Communicatie moet een realistisch beeld scheppen van de mogelijkheden, maatregelen en beperkingen, maar zeker ook van de kansen voor mens en natuur.

Communicatiedoel gebruikers:

- *Kennis*: gebruikers weten dat de Deltawateren een bijzonder en kwetsbaar gebied vormen, weten welke activiteiten wel of niet mogelijk zijn en snappen waarom dat is en ze weten dat hun gedrag mogelijk impact heeft op de deltanatuur. Ook weten ze waar zij terecht kunnen voor informatie en vragen
- *Houding*: gebruikers waarderen en respecteren de deltanatuur en Natura 2000 en willen bijdragen aan de instandhouding hiervan
- *Gedrag*: gebruikers genieten van de natuur, zijn trots op het gebied (voelen zich verbonden en zien de mogelijkheden), dragen dit uit en houden zich aan de spelregels

Communicatiedoel intermediairs:

- *Kennis*: intermediairs weten wat het beheerplan voor hen betekent, kennen de communicatiestrategie en de afspraken voor samenwerking
- *Houding*: intermediairs staan achter de strategie en zijn bereid een actieve rol te spelen bij de communicatie over Natura 2000 Deltawateren
- *Gedrag*: intermediairs zijn betrokken bij het beheerplan, leveren input voor de strategie, stellen hun communicatiekanalen beschikbaar en dragen de boodschap uit naar hun achterban. Ze werken actief mee aan de positieve uitstraling van het gebied

De doelgroepen opzoeken en de dialoog aangaan (interactie), ook gedurende de uitvoeringsperiode, kan bijdragen aan het bereiken van gewenst gedrag. Uiteraard spelen inrichting (betonning, maar ook hekken en parkeerplaatsen of andere faciliteiten) van locaties en handhaving ook een belangrijke rol. De rol van communicatie en voorlichting is beschreven in het Toezicht- en handavingsplan Deltawateren, paragraaf 3.3.2..

5 Kernboodschap

De kernboodschap is een beknopte weergave van wat we de doelgroepen willen vertellen. Wat moet de doelgroep zich in elk geval herinneren?

Natura 2000: beschermen, gebruiken, beleven

Wonen, werken en recreëren in de Deltawateren is een belevenis. De afwisselende natuur, het vele zoute en zoete water, dieptes en ondieptes en de aanwezigheid van getij maken de Deltawateren tot een uniek gebied dat van levensbelang is voor allerlei planten, vogels, vissen en zoogdieren. De dieren kunnen hier ongestoord naar voedsel zoeken, broeden, rusten of hun jongen groot brengen. De Deltawateren behoren tot de top natuurgebieden van Europa, wat heeft geleid tot de allerhoogste waardering: de aanwijzing als Natura 2000-gebied. Geniet en werk mee aan het behoud van dit unieke waterrijke gebied. Zo kunnen bescherming, gebruik en beleving van natuur blijven samengaan. Nu en in de toekomst.

Een korte, algemene boodschap, vooral voor bezoekers is:
 Je kunt hier genieten van prachtige natuur op en rond het water; van unieke planten en dieren. Weet wel dat je op sommige plekken en in sommige jaargetijden, bijvoorbeeld het broedseizoen, de dieren en planten ongestoord hun gang moeten kunnen gaan. Door het garanderen van rust, blijft dit bijzondere, waterrijke natuurgebied bestaan.

Belangrijke boodschappen zijn bovendien:

- Natura 2000 staat voor topnatuur. Het is een keurmerk voor een natuurgebied waar bescherming, gebruik en beleving centraal staat.
- De minister van EZ heeft zeven samenhangende Deltawateren aangewezen als Natura 2000-gebied om bescherming te bieden aan de leefomgeving, de bijzondere soorten dieren die er leven en het voedselgebied voor soorten in aangrenzende en/of andere gebieden (trekvoegels). Dit zijn de gebieden Hollands Diep, Haringvliet, Oude Maas, Grevelingen, Oosterschelde, Veerse Meer en Westerschelde & Saefthinghe die liggen in Zeeland, Noord-Brabant en Zuid-Holland. Voor deze wateren is één beheerplan opgesteld.
- De Deltawateren hebben een belangrijke, internationale waarde. Het gebied is een onmisbare schakel voor trekvoegels die tussen Siberië en West-Afrika hier een tussenstop maken om 'bij te tanken'. Ook is het gebied de toegangspoort voor trekvisserij naar achtergelegen Europese landen.
- Het Natura 2000-Beheerplan Deltawateren geeft aan welke afspraken gemaakt zijn om de leefomgeving en de soorten dieren in de Deltawateren te beschermen. Uitgangspunt is het realiseren van de ecologische doelen in een zorgvuldige balans van activiteiten in het gebied.
- Natura 2000 is Europese regelgeving. Het is het vervolg op de vogel- en habitatrichtlijn en in Nederland in de Natuurbeschermingswet vastgelegd.
- Natura 2000 is een middel om natuurdoelen te bereiken en biedt tegelijk kansen voor gebruikers. Het schept duidelijkheid over wat wel of niet mag en of een vergunning nodig is of niet. Want huidige activiteiten zijn getoetst en voor activiteiten die geen negatieve effecten hebben op het behalen van de doelen, hoeft geen vergunning aangevraagd te worden. Uiteindelijk zorgt het beheerplan voor een robuust gebied en ontstaat ruimte voor groei in gebruik.

- Rijkswaterstaat heeft als grootste beheerder van het gebied de verantwoordelijkheid om de uitvoering van het beheerplan te organiseren, waarbij verschillende overheden (onder andere ministerie van Economische Zaken, provincie Zeeland, provincie Zuid-Holland, provincie Noord-Brabant en Rijkswaterstaat) de uitvoeringstaken op zich nemen.
- Ook de terreinbeheerders zorgen voor uitvoeringstaken (inrichtings- en herstelmaatregelen).
- Het ministerie van Economische Zaken, ministerie van Infrastructuur en Milieu / Rijkswaterstaat, provincie Zeeland, provincie Zuid-Holland en provincie Noord-Brabant zijn de bevoegde gezagen in het gebied voor vergunningverlening en handhaving in het kader van de Natuurbeschermingswet (toezicht houden en het vrijblijvend aanspreken van overtreders kan door de vertegenwoordigers van alle bevoegde gezagen (dus zowel provincie als EZ en RWS) of door de (Rijks)politie).
- Bevoegde gezagen zijn opdrachtgever.

Boodschap en toon op maat

Niet alle doelgroepen hoeven het hele verhaal en hetzelfde verhaal te kennen. Bijvoorbeeld een dagrecreant moet vooral weten waarom dit gebied zo waardevol is (wat leeft er), waar hij dit het best kan ontdekken en waar hij wel en niet mag komen. Bij een intermediair zoals de overheid ligt de nadruk op Natura 2000, wie zijn de partners, wie neemt welke uitvoeringstaken op zich (dit is meer procescommunicatie). Ook zou de maatschappelijke relevantie voor het voetlicht gebracht kunnen worden. Geniet van de natuur, dat is gezond (boodschap richting bijvoorbeeld ondernemers in het kader van gezondheidsbeleid).

Naast de boodschap kan ook de communicatiestijl, ook wel de tone-of-voice, per doelgroep verschillen. Om aandacht te trekken en te zorgen dat regels worden nageleefd, gebruiken het bevoegd gezag verschillende beelden, kaarten, invalshoeken en voorbeelden. Om de juiste toon en informatiebehoefte te achterhalen, is het slim de doelgroep persoonlijk op te zoeken, bijvoorbeeld door enkele diepte-interviews (zou een stagiair kunnen uitvoeren).

6 Strategische uitgangspunten

Positief thema en maatwerk

Het thema in de communicatie is steeds: *beleven, gebruiken en beschermen*. Dit sluit aan bij de landelijke Natura 2000-boodschap en heeft een positieve uitstraling. Het advies is om dit thema waar mogelijk als slogan toe te passen. Per doelgroep wordt gekeken welke aspect van de boodschap het meest aanspreekt. Zo ontstaat een maatboodschap. Een artikel voor de nieuwsbrief van Vogelbescherming Nederland focust op hoe Natura 2000 bijdraagt aan het behoud van het leefgebied van vogels, terwijl het artikel voor een blad van de recreatiesector meer zal gaan over hoe vaarrecreanten bewust kunnen omgaan met de natuur en rustgebieden van zeehonden in bijvoorbeeld de Oosterschelde. In het thema ook de internationale waarde van de Deltawateren voor trekvogels en trekvissen meenemen.

Spelregels en het 'waarom' centraal

Rijkswaterstaat communiceert, als voortouwnemer en grootste beheerder van het gebied, in eerste instantie over waarom de Deltawateren een N2000-gebied is, waarom bescherming nodig is en hoe we dat bereiken: maatregelen uit het beheerplan en de spelregels voor gedrag. Naast het uitleggen welke activiteiten wel en niet mogelijk zijn (regelgeving) is het vooral belangrijk het waarom toe te lichten. Waarom worden aan bepaalde gebruiksactiviteiten voorwaarden gesteld en wat levert dit op? Focus op gedeeld belang. Doel is dat de natuur zijn waarden behoudt, zodat wij en onze kinderen ervan kunnen blijven genieten, de natuur zijn economische waarde houdt als trekpleister voor bezoekers, als visserijgrond, enzovoorts. Bovendien moet bij de doelgroepen duidelijk zijn op welke wijze zij aan die voorwaarden kunnen voldoen. Dit vergroot de kans op draagvlak en goed gedrag. Intermediairs hebben een rol in de communicatie over de maatregelen.

Samenwerken en gebruikmaken van bestaande middelen en kanalen

De strategie is om daar te zijn waar de doelgroep is en de aandacht te trekken door informatie die voor hen relevant is. Daarom wordt zoveel mogelijk gebruikgemaakt van bestaande communicatiemiddelen en -activiteiten ('meeliften'). *Het is de taak van de beheerder van een gebied om informatie in brede zin over zijn gebied te (laten) verschaffen*. Dit betreft dus ook de informatie in het kader van Natura 2000. Het gaat specifiek om gebieden van terreinbeheerders, maar ook jachthavens en trailerhellingen (gemeentes) en dijken (waterschap/Rijkswaterstaat). Intermediairs worden gemotiveerd en gefaciliteerd om de boodschap te verspreiden richting hun achterban. Bestaande kanalen worden via de leden van de voormalige klankbordgroepen geïnventariseerd. De leden uit de klankbordgroepen vertegenwoordigen onder andere de sportvisserij-, wandel-, landbouw- en duiksector. Een belangrijke schakel richting gebruikers. Deze leden kunnen een actieve rol vervullen in het communicatieproces. Door samen te werken en samen de dialoog aan te gaan, kom je veel dichterbij de doelgroep. Voorbeeld: een kernachtig verhaal over Natura 2000 op de website van de Nederlandse Kitesurf Vereniging (NKV). Of een interview/artikel in een ledenmagazine van een intermediair. Maar ook: het maken van afspraken met de NKV over het monitoren en reageren op online discussies op forums. En aanhaken bij bestaande of op te zetten campagnes biedt kansen. Zo heeft Natuurmonumenten het idee om de delta als gebied te gaan promoten.

Inzetten van ambassadeurs

Het is een idee om 'ambassadeurs' voor het Beheerplan Deltawateren in te zetten: een (regionaal) bekend persoon, een directeur of lid van een belangenvereniging, iemand die respect afdwingt of aanzien heeft in de branche. Deze persoon vertelt over het belang van Natura 2000 in een toon die de doelgroep aanspreekt. De ambassadeurs krijgen een rol bij feestelijke momenten en vertellen over het beheerplan, de natuurwaarden, natuurbescherming en gebruiksmogelijkheden van het natuurgebied in interviews en bij bijeenkomsten. Dit kunnen overigens ook 'gewone' gebruikers of leden van maatschappelijke organisaties en verenigingen zijn. Zij hebben een positief verhaal te vertellen. Het is slim daarvan gebruik te maken.

Personen die als ambassadeur ingezet kunnen worden, zijn bijvoorbeeld burgemeesters, Olympisch kampioen windsurfen Dorian van Rijsselberghe, een lokale sportheld of Jack de Vries, hij is sinds juni 2013 voorzitter van de Nederlandse Onderwatersport Bond (NOB). Er is ook winst te behalen als leden van organisaties als de NOB of een kitesurfer het Natura 2000-verhaal uitdragen. Over de mogelijkheden kan met de intermediairs van gedachten worden gewisseld.

Contentmanagement: mijlpalen in beeld

Rijkswaterstaat stelt voor om jaarlijks een communicatiekalender op te stellen. Hierop staan projectmijlpalen en nieuws, zoals het instellen van een rustgebied, maatschappelijke onderwerpen en actualiteiten van 'buiten' die communicatiekansen opleveren. Denk aan onderwerpen die op de maatschappelijke kalender staan (issuekalender.nl) of aan regionale (sport) evenementen en gebeurtenissen die te maken hebben met bijvoorbeeld de seizoenen en natuur (via provincies en VVV's). Zo vindt in 2015 het WK Onderwaterfotografie plaats in het Grevelingenmeer. De communicatieregisseur kan contact opnemen met de organisatie om te kijken of de Natura 2000-boodschap een plek kan krijgen in de communicatiemiddelen.

Op de kalender kunnen ook de behoeftes van de doelgroep worden meegenomen in termen van content (wat willen ze weten, welke content willen ze gebruiken, benutten, etc.). Dit speelt bijvoorbeeld bij de kitesurfers die nieuwe regelgeving of wijzigingen in de zonegrens verspreiden via social media. De content is dan: zonerings. Als we weten dat hierover nieuws te melden is, mag dit niet ontbreken op de kalender. De communicatieregisseur vult de kalender voor Deltawateren (en probeert slim te koppelen met de Voordelta en Vlake van de Raan), haalt hiervoor input bij de intermediairs en stemt af met de bevoegde gezagen.

Inzetten op bewustzijn door beleving

Als je de natuur beleeft, is de kans groot dat je het meer gaat waarderen, dat je begrijpt waarom bepaalde maatregelen nodig zijn en ben je eerder geneigd je aan de spelregels te houden. De intermediairs, zoals Nationaal Park Oosterschelde, IVN, Natuurmonumenten en Het Zeeuwse en Zuid-Hollands Landschap spelen een belangrijke rol in natuurbeleving en -educatie. Ook de gastheren in de verschillende gebieden (Oosterschelde, Grevelingen, Westerschelde – Zwinstreek) zijn een belangrijke schakel. En de bevoegde gezagen kunnen bij beleidsvorming en/of projectontwikkeling rekening houden met Natura 2000 en communicatiekansen benutten. Via het meerjarig programma 'Beleef de Delta' verleidt IVN Zeeuwse bedrijven en bewoners om zich te verbinden met het gebied. Dit draagt bij aan het

borgen van het gezamenlijke belang van natuur, landschap en duurzaamheid in harten en hoofden.

Gezamenlijke afzender

Waar mogelijk gebeurt de communicatie vanuit een gezamenlijke afzender van de bevoegde gezagen. In de communicatiemiddelen worden deze partijen (met logo) genoemd. Dit zorgt voor een betrouwbare uitstraling en laat zien dat de boodschap breed gedragen wordt.

Regie op regionaal niveau

Rijkswaterstaat benadert de communicatie voor de Natura-2000 gebieden die bij haar in beheer zijn op regionaal niveau en geeft dit samen met de bevoegde gezagen en in afstemming met belanghebbende organisaties vorm. Het uitgangspunt daarbij is dat de samenhang en synergie met andere Natura 2000-gebieden in de regio wordt benut:

- Op regionaal niveau gaat het over veelal dezelfde belanghebbenden.
- Activiteiten zijn vaak gebiedsoverstijgend: bijvoorbeeld vissers begeven zich in zowel de Westerschelde als in de Vlake van de Raan en de Voordelta. Recreanten, zoals kitesurfers, zeilers en sportvissers en hun belangenorganisaties hebben belang bij zowel de binnenwateren als de zeegebieden.
- Communicatie kan op elkaar worden afgestemd en wordt daardoor minder fragmentarisch dan bij een aanpak op uitsluitend gebiedsniveau.
- Er is efficiencywinst te behalen door gericht en eenduidig te communiceren bij het ontwikkelen van communicatiemiddelen, het verankeren van kennis daarover en het ontwikkelen van het communicatienetwerk bestaande uit partnerorganisaties. Een communicatieregisseur stuurt dit proces aan.
- Voor intermediairs is het prettig om één contactpersoon te hebben. De regisseur bouwt een netwerk op en kan eenvoudig (bilaterale) gesprekken organiseren.

Door regie te voeren op de communicatieaanpak voor de Natura 2000-gebieden Deltawateren, Voordelta en Vlake van de Raan is efficiency en effectiviteit te bereiken. Daartoe zal Rijkswaterstaat in afstemming met de partners voor een communicatieregisseur zorgdragen.

7 Communicatiemiddelen

Enkele interne en externe middelen die gedurende de uitvoeringsperiode worden ingezet, ook in het kader van handhaving, zijn onder andere:

Teksten over Natura 2000

Een (PowerPoint of Prezi) presentatie en basisteksten over Natura 2000 en over de inhoud van het Beheerplan Deltawateren helpen om zoveel mogelijk dezelfde boodschap uit te zenden. Deze teksten staan op de website van Rijkswaterstaat en de communicatieregisseur verspreidt ze onder de intermediairs. Ook gidsen die rondleidingen geven, kunnen het verhaal gebruiken. Het verhaal gaat over de bijzondere waarden van de Deltawateren en over hoe natuur, beleving en economie met elkaar samengaan.

Infographic

Goede kaarten met uitleg, ondersteund door eenvoudige symbolen. Een totaalkaart en een detailkaart per gebied. Bestemd voor op bijvoorbeeld websites van de intermediairs, brochures en informatieborden om de gebruikers een goed beeld te geven van wat wel en niet mag op verschillende locaties. Met symbolen van dieren (en bijzondere planten) die op de gebieden en op de zandplaten te vinden zijn.

Folder/factsheet per Deltawater

De factsheet beschrijft het gebied met een kaart, inclusief de zonegrenzen (de infographic), geeft informatie over de planten en dieren in het gebied, de betekenis van het gebied voor deze flora en fauna, feiten, spelregels en uitleg waarom het naleven van deze spelregels belangrijk is, algemeen stukje over N2000 en het Beheerplan Deltawateren. De folder, bijvoorbeeld in de vorm van een waaier of A4 factsheet, is bedoeld voor alle gebruikers van en betrokken in het gebied en wordt verspreid via intermediairs en is op te vragen bij de intermediairs (o.a. bij de partijen die betrokken zijn bij het opstellen van het beheerplan, gemeenten, havens, campings, hotels, recreatiegelegenheden, kitesurfscholen en VVV-kantoren). De informatie is ook in het Duits en Engels beschikbaar. De 'bekkenpaspoorten' van de Zuidwestelijke Delta zijn een mooie basis.

Informatieborden en logo Natura 2000

Een van de strategische uitgangspunten is: samenwerken en gebruikmaken van bestaande communicatiemiddelen. Het is immers de taak van de beheerder van een gebied om informatie in brede zin over zijn gebied te (laten) verschaffen. Met dit in het achterhoofd wordt gedurende de uitvoeringsperiode een inventarisatie van bestaande borden gedaan: waar staan ze, wat is de inhoud en wanneer zijn ze aan vervanging toe. Waar staan ze nog niet en zijn ze wel nodig? Dit gaat via de bevoegde gezagen, terreinbeheerders en sectoren (via klankbordgroepen). Het streven is om zoveel mogelijk uniformiteit in de borden aan te brengen en te zorgen voor een duidelijke boodschap. Op bestaande informatieborden en -panelen in het gebied moet minimaal het N2000-logo worden toegevoegd. Hiervoor stellen we het logo op een sticker en digitaal beschikbaar (voor nieuwe borden). Naast het logo zou de slogan 'beleven, gebruiken en beschermen' toegevoegd kunnen worden of een slogan als 'Europese topnatuur'.

Flyer, presentatie, interview

In overleg met vertegenwoordigers van de sectoren kan voorlichtingsmateriaal ontwikkeld worden, bijvoorbeeld voor jachthavens. Dit is maatwerk. De communicatieregisseur kan faciliteren door het leveren van teksten (in meerdere talen) en beelden. Tevens kan een lezing worden verzorgd op ledenvergaderingen of een interview voor in het ledenblad.

Gedragscode

De waterrecreatiesector heeft aangegeven om in goed overleg een gedragscode op te stellen, die aansluit bij de landelijke (nog te vormen) gedragscode. Over de inhoud, het opstellen en het verspreiden zullen nadere afspraken gemaakt moeten worden. De gedragscode zal voornamelijk inzetten op kennis en draagvlak voor de natuur en het positief beïnvloeden van gedrag op en om het water.

Website

Volgens de strategie worden bestaande websites benut: van Rijkswaterstaat, provincies, waterschappen, gemeenten en van (lokale) betrokken organisaties (intermediairs), waaronder Natuurmonumenten, Nederlandse Kitesurf Vereniging, HISWA, het Grevelingschap, Het Zeeuwse Landschap en Nationaal Park Oosterschelde. De communicatieregisseur voorziet deze partijen van achtergrondinformatie en nieuws. Op de website www.rijkswaterstaat.nl komt een subpagina 'Deltawateren' met hierop het beheerplan en andere documenten, doelen, planning en actuele informatie. De huidige website www.natura2000Deltawateren.nl is nu ondergebracht bij DLG en komt te vervallen. De meeste informatie is straks terug te vinden op de website van RWS onder www.rijkswaterstaat.nl/deltawateren. Er komt geen aparte website over Deltawateren. Informatie over het gebied zoeken bezoekers bij de VVV's en op websites van andere organisaties en bevoegde gezagen. Ook de RWS website www.vaarweginformatie.nl is informatie over de situaties op de vaarwegen te vinden.

Toolkit, inclusief mobiele tentoonstelling

Natura 2000-gebied Voordelta biedt een toolkit voor ondernemers met hierin teksten, een brochure, placemats en een reizende tentoonstelling. De tentoonstelling wordt regelmatig neergezet in gemeentehuizen, bibliotheken, bij recreatieve ondernemers enz. Iets dergelijks kan ook voor Deltawateren worden ontwikkeld. Via de website van Rijkswaterstaat kunnen de teksten, factsheets, het logo, maar ook persberichten en het beheerplan gedownload worden. Ook wordt een reizende tentoonstelling ontwikkeld in de vorm van rolbanners per gebied. Intermediairs, maar ook de bevoegde gezagen, kunnen deze banners desgewenst gebruiken.

Media: free publicity en successen vieren

Via het sturen van persberichten, kant-en-klare artikelen en het geven van interviews kan gratis publiciteit worden gegenereerd in dagbladen, h-a-h-bladen en in vakbladen. Hiermee wordt het grote publiek bereikt. Daarbij kan tactisch worden gekozen voor bijvoorbeeld de start van het zeil- en recreatieseizoen, het ontwikkelen van maatregelen of het behalen van successen door goede samenwerking tussen partijen (bijv. aanwijzen van kitesurflocaties). Het is van belang een goede relatie op te bouwen en te onderhouden met de (vak)pers. Ze regelmatig van nieuws voorzien, is cruciaal. Ook het organiseren van een

persbezoek op locatie kan helpen. Wellicht zijn afspraken te maken over een reeks artikelen in een regionale krant of huis-aan-huisblad. Hier is een belangrijke taak weggelegd voor de communicatieregisseur.

Social media

Ook hier is een belangrijke taak weggelegd voor de communicatieregisseur. Deze houdt bij wat er in de sociale media (Twitter, Facebook, blogs, forums, YouTube, fotosites etc.) over Deltawateren gezegd wordt en reageert (indirect) door communicatiekansen te benutten. Dit kan door het geven van een interview, een blog op de website of een bericht of (foto)actie op de Facebook-pagina en Twitteraccount van intermediairs.

In overleg met intermediairs zijn mogelijkheden voor het inzetten van apps te onderzoeken. Denk aan een app met kitesurflocaties. Kitesurfers gebruiken apps die te maken hebben met het weer of de wind. Een app met zonegrenzen en regelgeving zou ook handig zijn. Of een app voor waterrecreanten, sportvissers of vogelaars. Er is al een scala aan (gratis) apps te verkrijgen, zoals de vissengids, visplanner, varendoejesamen-app of de ANWB-app met waterkaarten en informatie uit almanak 2 voor watersporters. Hieraan zou relevante informatie over Natura 2000 kunnen worden toegevoegd.

Nieuwsbrief en ledenmagazines

Met artikelen in bestaande (digitale) nieuwsbrieven en magazines van Rijkswaterstaat en betrokken organisaties (intermediairs) bereiken we de achterban. Om Natura 2000 bij de *interne doelgroepen* meer bekendheid te geven, zijn personeelsbladen, zoals het personeelsblad KRACHT van RWS, een goed middel. Maar denk ook aan een bericht op intranet, een lunchlezing of interne informatiebijeenkomst als er nieuws te melden is. De basisteksten en presentatie geven een mooie basis.

RWS informatielijn (0800-8002)

Hier kunnen burgers / gebruikers met vragen of opmerkingen over het werk van Rijkswaterstaat zeven dagen per week van 's ochtends 06:00 uur tot 's avonds 22:30 uur telefonisch terecht. Een actuele Q&A-lijst gaat naar de RWS infolijn en naar de bevoegde gezagen. Ieder bevoegd gezag heeft de taak om voor juiste en tijdige informatie te zorgen en helpt dus ook de Q&A's actueel te houden.

De precieze keuze voor middelen en het moment van inzetten van die middelen is sterk afhankelijk van de doelgroep en boodschap. Bovenstaande middelen geven een indicatie. De uiteindelijke inzet zal in overleg met anderen gedurende de uitvoering worden vormgegeven. Denk aan specifieke middelen voor handhavers en bebording in het gebied. Maar ook aan gadgets, zoals een 'codegadget' voor kitesurfers mocht behoefte zijn aan een dergelijk middel.

8 Organisatie van de communicatie

De organisatie van de communicatie en de uitvoering, bepalen mede het succes van de communicatie. Essentieel is de 'centrale regie', afspraken over woordvoering en het versturen van persberichten. Rijkswaterstaat heeft hierin, als voortouwnemer en grootste beheerder, een voortrekkersrol. Het (communicatieve) handelen van andere betrokkenen heeft echter ook gevolgen voor de gezamenlijke strategie en daarmee het succes van de uitvoering van het beheerplan. Het is daarom noodzakelijk om de verantwoordelijkheid gezamenlijk te nemen en als bevoegde gezagen gelijk op te trekken. In de uitvoeringsfase zullen de provincies in de frontlinie staan als bevoegd gezag. De intermediairs die betrokken zijn bij het opstellen van het beheerplan hebben hun medewerking toegezegd in het uitdragen van de boodschap.

Betrokken partijen

Als grootste beheerder en als voortouwnemer van het Natura 2000-beheerplan Deltawateren voert RWS de regie, ook wat betreft communicatie. Vanuit die rol spreekt RWS andere partijen aan op de communicatie die voor de uitvoering van het beheerplan relevant is en faciliteert waar mogelijk. Zonder daarbij de verantwoordelijkheden over te nemen van die andere partijen.

Bij het organiseren van de communicatie over het Beheerplan Deltawateren zijn in ieder geval de bevoegde gezagen in relatie tot Natura 2000 en de voortouwnemer van het beheerplan betrokken, de Provincie Zeeland, Zuid-Holland, Noord-Brabant, ministerie van EZ en Rijkswaterstaat.

Hoe werken deze partijen samen?

Uitgangspunten voor de samenwerking rondom communicatie zijn:

- Ieder bevoegd gezag en iedere beheerder heeft vanuit eigen verantwoordelijkheid de taak om juiste en tijdige informatie over Natura 2000 Deltawateren beschikbaar te stellen en daarvoor actief eigen middelen en kanalen in te zetten.
- Efficiëntie en eenduidigheid wordt bevorderd door de inzet van een communicatieregisseur. Deze neemt geen taken over van individuele bevoegde gezagen of beheerders, maar bevordert de samenhang van de activiteiten en ondersteunt waar mogelijk.

Regie op communicatie: communicatieregisseur op regionaal niveau

Binnen RWS Zee en Delta wordt de centrale regie voor communicatie over Natura 2000 voor Deltawateren, Voordelta en Vlakte van de Raan belegd bij de communicatieregisseur. Deze regisseur:

- heeft het totaaloverzicht van communicatieactiviteiten over natuur en Natura 2000 Voordelta, Vlakte van de Raan en Deltawateren;
- weet wat er speelt bij de afzonderlijke beheerders en bevoegde gezagen;
- fungeert als spin in het web en onderhoudt contacten met de intermediaire partijen die een rol spelen bij de communicatie;
- brengt overheden, (belangen)organisaties en bedrijven met elkaar in gesprek over communicatie (lobbyist);
- heeft overzicht van ontwikkelingen, mijlpalen en actualiteiten in het gebied;
- bekijkt bij welke acties en initiatieven in het gebied kan worden aangehaakt met de Natura 2000-boodschap ('inpluggen' en 'meeliften');

- houdt de communicatiekalender bij;
- vertaalt de algemene kernboodschap naar een maatwerk boodschap, afhankelijk van de campagne, het initiatief of het project waarbij wordt aangehaakt;
- inventariseert en actualiseert de lijst met intermediairs en hun communicatiemiddelen en -kanalen;
- maakt gebruik van bestaande communicatiekanalen;
- onderhoudt contacten met de media en grijpt kansen voor free publicity en zet hierbij eventueel ambassadeurs/boegbeelden uit zijn/haar netwerk in;
- bewaakt de voortgang en effectiviteit van de gezamenlijke communicatie-inspanningen;
- bewaakt de woordvoering en is woordvoerder bij gebiedsoverstijgende vraagstukken;
- zorgt voor actueel houden van de website over Deltawateren, foldermateriaal etc. en spreekt ook andere partijen hierop aan en overlegt over het ontwikkelen van nieuwe communicatiemiddelen.

De communicatieregisseur werkt voor Deltawateren, de Voordelta en Vlake van de Raan en doet het werk in afstemming met de bevoegde gezagen en beheerders. Voor de Beheerplannen Noordzeekustzone en Wadden (Waddenzee en de Waddeneilanden) is ook een communicatieregisseur actief vanuit Rijkswaterstaat. Dit maakt een eenduidige communicatie over Natura 2000 op de zee en in de delta mogelijk. Ook is Rijkswaterstaat als grootste beheerder van de rijkswateren op deze manier makkelijk aanspreekbaar.

Regulier overleg met georganiseerde belanghebbenden

Het Beheerplan Deltawateren is tot stand gekomen via een intensief regioproces. Diverse belanghebbende organisaties zijn actief betrokken geweest via regionale klankbordgroepen, de bestuurlijke adviesgroep (BAND) en het bestuurlijk overleg (BOND). Ook gedurende de uitvoeringsperiode van het beheerplan zal er via diverse gremia afstemming en inbreng mogelijk zijn. De nadruk ligt op de uitvoering (treffen van maatregelen, communicatie, handhaving, monitoring), maar altijd in overleg met betrokkenen. Het is gewenst de leden van de klankbordgroepen en BAND een rol te geven in het communicatieproces, bijvoorbeeld als intermediair of actief in een werkgroep. Hoe de uitvoeringorganisatie eruit ziet, staat beschreven in het uitvoeringsplan behorende bij het beheerplan. Om de communicatie-werkzaamheden goed te kunnen uitvoeren, is contact met belanghebbenden via een regulier overleg onmisbaar. Bij de ambtelijke en bestuurlijke bijeenkomsten tijdens de uitvoeringsperiode staat communicatie uiteraard op de agenda. Ook is het een idee om de partijen uit de klankbordgroepen te benaderen en om medewerking te vragen bij het uitdragen van de boodschap.

Voor het opstellen van dit plan is een werkgroep in het leven geroepen bestaande uit (communicatie)medewerkers van partijen uit de BAND en de bevoegde gezagen. Deze werkgroep komt een of twee keer per jaar bijeen om concreet over de communicatie te praten. Ook vanuit handhaving (RUD's) is belangstelling om aan te sluiten. Belangrijk, want handhaving en communicatie hangen nauw met elkaar samen en spelen een belangrijke rol in het behalen van de natuurdoelen. Indien nodig en mogelijk, sluit de communicatieregisseur aan bij een regulier overleg met handhavers, zoals het Platform Groene Handhaving.

In de komende maanden en tijdens de uitvoeringsfase krijgt de organisatie verder vorm.

9 Financiering

In de uitvoeringsfase van het Beheerplan Deltawateren wordt in principe uitgegaan van de huidige communicatie-inspanningen en -middelen die betrokken partijen leveren.

Extra kosten die direct volgen uit het Natura 2000 Beheerplan Deltawateren zijn globaal de volgende, RWS Zee en Delta neemt deze voor haar rekening.

- Rijkswaterstaat stelt een communicatieregisseur aan. De kosten voor een senior communicatieadviseur in de rol van communicatieregisseur voor de gebieden Deltawateren, Voordelta en Vlake van de Raan worden geschat op gemiddeld anderhalve dag per week. De meeste tijd zal worden besteed aan Deltawateren. Daarbij zal de inzet in bepaalde periodes intensiever zijn, bijvoorbeeld bij de start van de uitvoeringsfase, rondom een evaluatie of in het recreatieseizoen.
- De jaarlijkse kosten voor het actueel houden van middelen worden geraamd op 30.000 euro per jaar. Dit zijn terugkerende kosten zoals het actualiseren en bijdrukken van gebiedsgerichte factsheets, overig/onvoorzien (bijv. actualiseren tentoonstelling, beeldbank)
- De eenmalige investering bedraagt ongeveer € 80.000. Denk daarbij aan: opstellen basistekst over N2000 Deltawateren, opstellen presentatie, ontwikkelen infographic, ontwikkelen factsheets in NL/ENG/Duits (5.000 stuks per gebied, uitgaande van bestaande fotografie), ontwikkelen N2000-sticker (500 stuks), ontwikkelen mobiele tentoonstelling, overige kosten (denk aan ontwikkelen gedragscode, ontwikkelen flyer voor gebruikers o.b.v. factsheets, vertaalkosten)

Kosten voor bebording zijn niet in dit plan opgenomen. In het uitvoeringsplan is beschreven welke afspraken de betrokken partijen (waterschappen, Rijkswaterstaat, terreinbeherende organisaties, gemeenten en provincies) hierover maken.

Bijlage A Overzicht intermediairs en communicatiekanalen

Overzicht intermediairs en hun communicatiekanalen op basis van leden klankbordgroepen, BAND en BOND. De meeste intermediairs hebben een eigen website, sommigen een twitteraccount en/of Facebook-pagina. Deze kanalen zijn (nog) niet apart opgenomen in onderstaand overzicht. Het overzicht is (nog) niet compleet en wordt gedurende de uitvoeringsfase aangevuld.

Intermediar	Communicatiekanaal
ANWB	<i>magazine, digitale nieuwsbrief, anwbwatersport.nl</i>
Brabants-Zeeuwse Werkgeversvereniging Brabantse Milieufederatie Brabants Particulier Grondbezit	<i>lunchbijeenkomsten voor leden</i>
Combinatie van Beroepsvissers Commissie Hoeksche Waard	
De Steltkluit Dow Benelux	
Evides	
Faunabeheereenheid Noord-Brabant Federatie particulier grondbezit Federatie van Beroepsvissers ZW-NL Federatie van Hengelsportverenigingen Zuidwest Nederland	
Verenigde gemeenten Goeree-Overflakkee, Hoeksche Waard, Noord-Brabant, Oosterschelderegio en Westerschelderegio	
Gemeente Albrandswaard	<i>gemeentelijke websites, pagina</i>
Gemeente Bergen op Zoom	<i>in huis-aan-huisbladen</i>
Gemeente Borsele	
Gemeente Hellevoetsluis	
Gemeente Moerdijk	
Gemeente Noord-Beveland	
Gemeente Oostflakkee	
Gemeente Schouwen-Duiveland	
Gemeente Steenbergen	
Gemeente Steenbergen	
Gemeente Tholen	
Groenservice Zuid-Holland	<i>recreatiezuidholland.nl/heerlijkbuiten.nl</i>
Havenbedrijf Zeeland Seaports Havenschap Moerdijk Het Brabants Landschap Het Zeeuwse Landschap Het Zuid-Hollands Landschap HISWA Vereniging Hoekschewaardse Landschap Hollands Particulier Grondbezit	<i>rondleidingen</i> <i>HISWA magazine, website</i>

IVN (Instituut voor Natuureducatie & Duurzaamheid) *opleider natuurgidsen, natuurouders, gastheren, coördinator natuureducatienetwerken, mede-initiatiefnemer Oosterschelde- en Grevelingenweek, coördinatie communicatie en educatie voor NPO*

Kamer van Koophandel
KNNV (vereniging voor veldbiologie)
Koninklijke Hippische Sportfederatie (KNHS)
Koninklijke Nederlandse Jagers Vereniging (KNJV)
Koninklijke Nederlandse Natuurhistorische Vereniging (KNNV)
Koninklijke Schuttevaer
Koninklijk Nederlands Watersport Verbond (KNWV)

LTO-NOORD

ministerie van Economische Zaken
ministerie van Infrastructuur en Milieu

MKB-Zeeland

Natuur- en recreatieschap Grevelingen
Nationaal Park Oosterschelde (NPO) *infozuilen/borden, educatiemateriaal, publieksactiviteiten waaronder Oosterscheldeweek*
Nat. Ver. Tholen
Nederlandse Kitesurf Vereniging (NKV) *website, forum Kitehigh.nl*
Nederlandse Onderwatersport Bond (NOB)
Nederlands Platform voor Waterrecreatie
Natuurmonumenten *facebook.com/beleefdedelta,*
Puur Natuur (verenigingsblad), Stuifmail (personeelsblad), promotiekraam
evenementen, folders en brochures, informatiepanelen rond de Oosterschelde,
nieuwsbrief Schouwen-Duiveland, rubrieken in Wereldregio en Vliegende Hollander
Magazine, rondvaarten op de Oosterschelde met gids en folderstand

Productschap Vis (organisatie opgeheven)
Producentenorganisatie van de Ned. Kokkelvisserij
Producentenorganisatie Mosselcultuur
Producentenorganisatie Oesters
Promotie Zeeland Delta *Deltagids*
Provincie Noord-Brabant
Provincie Zuid-Holland
Provincie Zeeland *zeeland.nl, provinciewerk*
(openbare nieuwsrubriek, Jouw Zeeland (schakel tussen beleid en jongeren van
Zeeland) en interne middelen als intranet, intern nieuwsblad en Shout (voor
berichten en foto's)

Recron (Z-H en Zld)
Rijkswaterstaat *vaarweginformatie.nl, hydrografische kaart*

Scouting Nederland
Sportvisserij Zuidwest Nederland *sportvisserijgids, sportvisakte, vispas*
Staatsbosbeheer regio Zuid *boswachtersaanzee.wordpress.com*
Staatsbosbeheer regio West *(weblog Zeeuwse boswachters)*
Stichting Ark Natuurontwikkeling
Stichting Het Zeeuwse Landschap
Stichting Het Zuid-Hollands Landschap
Stichting Parkmanagement Bedrijventerrein TNP

Stichting Recreatietoervaart Nederland (SRN)

varendoejesamen.nl

VBC Grevelingenmeer

VBC Veerse Meer

VBC Volkerak-Zoommeer

Vekabo

Vereniging Natuurmonumenten

Visserijbedrijf Nobel

Vogelbescherming Goeree-Overflakkee

Vogelbescherming Nederland

VVV

natuurinzeeland.nl

Wandeloverleg Zuid-Holland

Waterschap Brabantse Delta

Waterschap Hollandse Delta *'Waterschap' (blad van Unie v waterschappen)*

Waterschap Scheldestromen *waterschapstijdschrift Scheldestromen*

Wildbeheereenheid (WBE) De Gouwe

Wildbeheereenheid (WBE) Eiland IJsselmonde

Wildbeheereenheid (WBE) Goeree-Overflakkee

Wildbeheereenheid (WBE) Hoeksche Waard

Wildbeheereenheid (WBE) Schouwen-Duiveland

Wildbeheereenheid (WBE) Zuid-West Zuid-Beveland

Zeeuws Agrarisch Jongeren Kontakt

Zeeuwse Milieufederatie

ZLTO Belangenbehartiging