



# Werkprogramma 2019-2022

Partners van de Nationale Parken Deal

## *Nationale Parken Nieuwe Stijl*



## Inhoud



.....	1
<b>Werkprogramma 2019-2022</b> .....	1
<b><i>Nationale Parken Nieuwe Stijl</i></b> .....	1
<b>1. Inleiding</b> .....	3
<b>2. Streefbeeld Nationale Parken Nieuwe Stijl 2030</b> .....	3
<b>3. De strategische doelen geactualiseerd</b> .....	4
<b>4. Werkprogramma 2019-2022</b> .....	7
<b>5. Organisatie</b> .....	16
<b>6. Werkwijze</b> .....	18
<b>7. Inzet per partner</b> .....	22
<b>8. Financiën 2019</b> .....	25

## 1. Inleiding

**Nationale parken zijn de Rembrandts van de Nederlandse natuur met aantrekkingskracht voor binnen- en buitenlandse bezoekers, plekken waar mensen zich mee verbonden voelen, zich thuis voelen. Voor deze en toekomstige generaties.**

**Dit willen de partners die zich inzetten voor de realisatie van Nationale Parken Nieuwe Stijl in 2030 hebben verwezenlijkt.**

Voor u ligt het werkprogramma van de partners van de Nationale Parken Deal <sup>1</sup>. Dit programma geeft aan waar de partners en de betrokken (aspirant-)nationale parken Nieuwe Stijl gezamenlijk de komende vier jaar aan werken om de ambities uit de Nationale Parken Deal te verwezenlijken. Na vaststelling door de Regiegroep (i.o.) van het werkprogramma, wordt er jaarlijks een jaarplan uit dit werkprogramma gedestilleerd en een jaarlijkse voortgangsrapportage. Op basis van de voortgangsrapportage, wordt het werkprogramma - indien en waar nodig - bijgesteld. In het werkprogramma is ook aangegeven aan welke acties in 2019 wordt gewerkt.

## 2. Streefbeeld Nationale Parken Nieuwe Stijl 2030

Het streefbeeld dat in 2016 door de partners van de NPs is onderschreven<sup>2</sup> staat nog steeds overeind.

### *Streefbeeld Nationale Parken Nieuwe Stijl 2030*

*In Nederland liggen veel mooie en bijzondere natuurgebieden. De nationale en internationale natuurwaarden van deze gebieden zijn bijzonder en hoog. Dankzij de ligging in de Delta op de overgang van land naar water kent Nederland een zeer grote variatie aan natuur op een klein oppervlak. De karakteristieke Nederlandse cultuurlandschappen, stadjes, dorpjes, waterwerken en kust- en zeelandschappen zijn, anders dan in veel andere landen, nauw verweven met de natuurgebieden. Dat maakt de natuurgebieden kwetsbaar, en tegelijkertijd is de interactie tussen mens en natuur een voorwaarde voor de instandhouding.*

*Deze bijzondere kwaliteit biedt kansen voor de ontwikkeling van een aantal (natuur)gebieden tot nationale iconen die je gezien moet hebben, waarbij een juiste balans is gevonden tussen het beschermen en het beleefbaar maken van deze unieke natuur. De ontwikkeling van natuur en duurzaam toerisme in de nationale parken versterkt elkaar.*

*De nationale parken zijn in 2030 iconen met natuurkernen van nationale allure en met (inter)nationale aantrekkingskracht. Ze zijn herkenbaar en ze vertellen ieder een eigen verhaal, een verhaal dat past bij het karakter van het gebied. Ze presenteren zich gezamenlijk en samen geven ze de merkwaarde vorm zoals verwoord in het verhaal van Nederland. De nationale parken omvatten meer dan de natuurterreinen die oorspronkelijk als nationaal park zijn aangewezen. Het zijn gebieden waarbinnen natuurkernen liggen in een groter landschappelijk/cultuurhistorisch en ruimtelijk ensemble en die een grote diversiteit herbergen. Diversiteit binnen, maar ook tussen de gebieden. In de natuurkernen is ruimte voor dynamiek van de natuur. In de zones daaromheen is meer ruimte voor de mens en aandacht voor kwaliteit van landschap en cultuurhistorie. Het kenmerk van de gebieden is dat deze zijn gevormd door (vroeger) menselijk ingrijpen en de manier waarop de mens met de natuur is omgegaan, want daarin onderscheidt de Nederlandse natuur zich. De diversiteit in beleving kenmerkt zich door beleving van natuur met op korte afstand de beleving van een ingekaderd landschap, en dat deze onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn.*

*Bewoners, maatschappelijke instellingen, overheden en ondernemers in en om het nationale park voelen zich met het park verbonden.*

*De nationale parken vormen de basis voor de merkontwikkeling van de regio, ze zijn de drijfveer voor toeristische en recreatieve campagnes, en daarmee voor de sociaal-economische en sociaal-culturele*

<sup>1</sup> ANWB, CRA, Federatie particulier Grondbezit (FPG), IPO, Gastvrij Nederland, IVN, Landschappen NL, Ministerie LNV, MKB Nederland, Natuurmonumenten, NBTC Holland Marketing, Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed (RCE), Samenwerkingsverband Nationale Parken (SNP), Staatsbosbeheer, VNO-NCW .

<sup>2</sup> Uit: Programmaplan Transitie "Naar Nationale Parken van Wereldklasse" 2015-2018,

*ontwikkeling van de regio. Kortom: ze zijn het visitekaartje van de regio, maar bovenal van de Nederlandse natuur en landschap.*

### 3. De strategische doelen geactualiseerd

Bij de start van het programma in 2015 is in breed samengestelde themateams<sup>3</sup> verkend waar de opgaven en uitdagingen voor nationale parken Nieuwe Stijl liggen, op welke punten veranderingen wenselijk zijn om de beoogde ontwikkeling mogelijk te maken en wat je daarvoor kunt doen. In de fase daarna verschoof het accent van kennis vergaren naar het ontwikkelen van een leerstructuur en het opstellen van een standaard. In de huidige fase ligt de nadruk op het toepassen, verbeteren en verankeren van de standaard in de (aspirant-) nationale parken. Het accent verschuift van landelijk naar gebiedsgericht. Van het op 'overkoepelend' niveau vaststellen van doelen, criteria en activiteiten naar co-creatie tussen de partners en gebieden en de gebieden onderling. Het werkprogramma beschrijft niet de (veelheid aan) activiteiten die in gebieden en gebiedsprocessen plaatsvinden, het beschrijft de overkoepelende activiteiten. Het ontwikkelen en benutten van een netwerk van experts is daarbij een speerpunt.

In de afgelopen jaren heeft zich een aantal nieuwe ontwikkelingen voorgedaan die direct van invloed zijn op de transitie naar Nationale Parken nieuwe stijl. De meest ingrijpende ontwikkelingen zijn de klimaat-, energie- en landbouwtransities die vragen om grote ruimtelijke ingrepen.

Hoe anticiperen we op de klimaatverandering? Zien we kansen of enkel bedreigingen? En welke rol kunnen nationale parken spelen in de transitie naar een circulaire landbouw en andersom? In het Kabinetsperspectief van de NOVI (2018) worden de nationale parken van de toekomst, waarbij gestreefd wordt naar parken met een landschappelijke zone rond natuurkernen, aangeduid als gebieden die kansen bieden voor synergie tussen landbouw en natuur.

Een andere ontwikkeling is dat de verwachting is dat het aantal (inter)nationale bezoekers aan Nederland tot 2030 met 60% zal toenemen (van 18 mln in 2017 naar 29 mln in 2030) en de vraag om een adequaat antwoord daarop neemt toe. Ook hier moeten nu (infra) maatregelen genomen worden en investeringen plaatsvinden om straks voorbereid te zijn en deze toestroom in goede banen te leiden en zodoende overbelasting van de grote steden, maar ook van kwetsbare natuur te voorkomen. De Nationale Parken Nieuwe Stijl kunnen een rol spelen in de spreiding van het (inter) nationale toerisme. *Het zijn onze iconen van de toekomst.*

Dit alles heeft grote implicaties op de ruimtelijke inrichting van Nederland. De noodzaak ontstaat om integraal na te denken over het ontwerp en de inrichting van de ruimte, over grenzen van vakdisciplines heen, en om samenhangende ruimtelijke concepten te creëren die de bestaande omgevingskwaliteit als uitgangspunt nemen en nieuwe omgevingskwaliteit genereren. Met de Nationale Parken Nieuwe Stijl kijken we waar kansen liggen om deze transitie-opgaven mede te realiseren, op zodanige wijze dat het de kwaliteit van de nationale parken ten goede komt.

Maar ook onze samenleving ontwikkelt zich, mensen zoeken meer en meer zelf en samen oplossingen voor vraagstukken, gaan nieuwe verbindingen aan met hun omgeving en creëren zo samen een nieuw Nederland. De nieuwe omgevingswet die in 2021 van kracht wordt, biedt de instrumenten om in participatie en co-creatie met burgers en bedrijfsleven deze transities mogelijk te maken. De nieuwe omgevingswet biedt kansen om een nationaal park als verbindende netwerkorganisatie in de omgeving in te zetten.

*Nationale Parken Nieuwe Stijl zijn nieuwe ruimtelijke entiteiten die zulke integrale opgaven mogelijk maken.*

Deze ontwikkelingen vragen een actualisatie en aanscherping van de doelen uit de Nationale Parken Deal<sup>4</sup>. De vijf strategische doelen van het werkprogramma 2019-2022 zijn:

<sup>3</sup> In deze themateams zaten vertegenwoordigers van de RCE, SNP, de TBO's, WNF, provincies, nationale parken, ANWB, IUCN, NBTC. Later verenigd in de partners van de Nationale Parken Deal

<sup>4</sup> <http://www.nationaleparkenbureau.nl/documenten/en+verslagen/default.aspx#folder=977404>

1. de natuur-, erfgoed-, belevings- en ruimtelijke kwaliteiten van nationale parken in Nederland verhogen;
2. de kwaliteiten van nationale parken verbeteren door synergie te zoeken tussen de transitieopgave voor de nationale parken en de landbouw-, energie- en klimaatopgaven
3. de aantrekkingskracht van nationale parken voor Nederlandse en buitenlandse bezoekers verhogen
4. de verbondenheid van de samenleving met de natuur versterken;
5. een sterkere merk- en marktpositie van nationale parken in Nederland bereiken

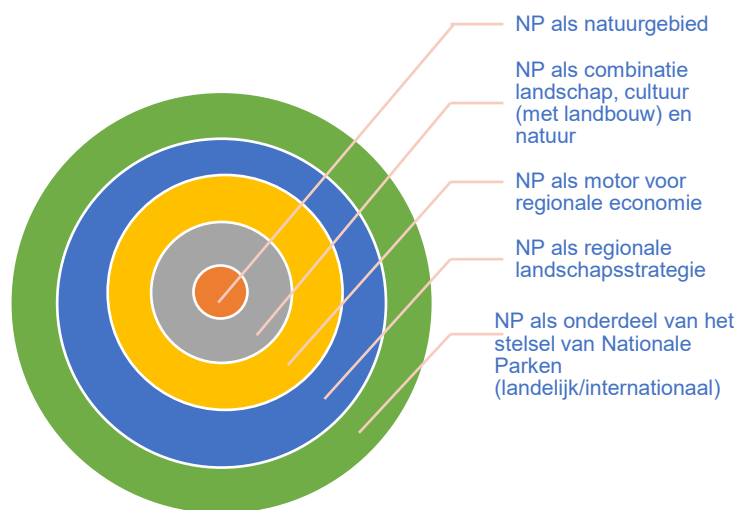
### Standaard

In 2018 hebben de partijen betrokken bij de nationale parken deal de vernieuwde standaard<sup>5</sup> met elkaar vastgesteld, als ambitiekader met de strategische doelen vertaald in criteria. De komende 2-3 jaar wordt de standaard gebruikt als richtsnoer voor de (door)ontwikkeling naar Nationale Parken Nieuwe Stijl en wordt gekeken of de criteria werkbaar, haalbaar en toepasbaar zijn.

Op dit moment heeft de standaard nog geen juridisch basis. Over twee a drie jaar zullen de partijen van de Nationale Parken Deal de standaard evalueren, waar nodig aanpassen en vastleggen in een vernieuwde Standaard. Het is de verwachting dat als de standaard zijn waarde heeft bewezen, deze wel een juridische basis geboden zal worden.

De standaard bevat de criteria voor nationale Parken Nieuwe Stijl conform de ambitie van de partners uit de Nationale Parken Deal. Hij geeft handvatten en richtsnoeren voor nationale parken die een kwaliteitsverbetering nastreven en een transformatie willen doormaken naar verbreding van de doelstellingen. De standaard is een middel om de kwaliteiten van gebieden te verhogen, op meerdere thema's en in samenhang tussen de thema's: natuur, cultuurhistorie en landschap, beleving, gebiedsidentiteit, sociaaleconomische ontwikkeling, regionale inbedding en professionalisering van governance.

Deze thema's vragen afzonderlijk expertise om te implementeren en te realiseren in gebieden. De samenhang tussen de thema's vraagt in de realisatie ervan om een multilevel aanpak (samenwerking tussen publiek-private actoren).



*Samengevat ziet deze ambitie en de aanpak daartoe te komen er als volgt uit (zie schema hiernaast):* Als we constateren dat de meeste NPs zich in de binnenste cirkel van bovenstaand figuur (cirkelversie van de WUR-governance driehoek) bevinden, een enkeling (op weg is naar) in de 2<sup>e</sup> cirkel, en de ambities uit de standaard richting 3<sup>e</sup> en 4<sup>e</sup> cirkelschil gaan, dan is er de komende jaren veel te doen. De realisatie van de standaard – in zijn gehele samenhang – in de gebieden is daarvoor een belangrijk instrument.

<sup>5</sup> Sinds najaar 2017 zijn LNV en provincies met elkaar in overleg over Nationale Parken, rollen, verantwoordelijkheden, ambities en middelen. November 2018 hebben provincies hierover gezamenlijk een brief aan Minister LNV gestuurd. Minister LNV heeft aangegeven dat ze voorjaar 2019 de Tweede Kamer op de hoogte zal brengen van de stand van zaken.

In onderstaande tabel een overzicht van de doelen uit de Nationale Parken Deal voor 2030, de geactualiseerde strategische doelen voor 2022 en de thema's uit de standaard.

Hoofddoelen NPDeal	Strategische doel (kort)	Thema's standaard	Programmalijnen Prioriteiten 2019
<b>Planet</b> De kwaliteit van Nationale parken in Nederland verhogen	1) kwaliteit natuur, ruimte en beleving verhogen	I natuur en landschap	Ruimtelijke samenhang, kwaliteit en fysieke herkenbaarheid
	2) bijdragen aan transities voor landbouw, energie en klimaat zichtbaar maken		
<b>People</b> De betrokkenheid van de samenleving bij natuur versterken	3) aantrekkingskracht verhogen	II eigen gebiedsidentiteit en aantrekkingskracht	Zichtbaarheid en aantrekkingskracht, bekendheid, beleving en gebiedsidentiteit
	4) verbinding natuur – samenleving versterken	IV Educatie  V wetenschappelijk onderzoek	
<b>Profit/prosperity</b> Een sterkere merk- en marktpositie van nationale parken in Nederland	5) een sterkere merk- en marktpositie in Nederland bereiken	III Sociaal economische ontwikkeling	regionale economie en partners

Governance en vereiste plannen

Het schema laat de samenhang zien tussen de Nationale Parken Deal, de strategische doelen, de standaard en de programmalijnen.

Doordat de doelen onderling veel samenhang vertonen is het lastig om de afzonderlijke onderdelen in hokjes op te delen. Zo zal door het verbeteren van de ruimtelijk samenhang en kwaliteit van natuur, landschap en erfgoed de fysieke herkenbaarheid van nationale parken worden vergroot en gaat de gebiedsidentiteit meer leven in de regio. De zichtbaarheid van de nationale parken wordt groter door het geven van meer bekendheid aan nationale parken (marketing en communicatie). Als gevolg daarvan ligt het voor de hand dat er meer (herkenbare) belevingsproducten zullen komen, waarmee een impuls wordt gegeven aan de regionale economie. Hiermee wordt de verbinding tussen het park en de omgeving vergroot.

Deze samenhang vraagt in de realisatie van het werkprogramma om afstemming tussen verschillende onderwerpen en oog voor het voortdurend blijven zien van de verschillende functionaliteiten in relatie tot elkaar; het is één samenhangend pakket. De doelen zoals in het schema opgenomen worden daartoe vertaald in een slimme mix van actiepunten.

## 4. Werkprogramma 2019-2022

Hierboven staan de strategische doelen waarvoor de partners van de nationale parken zich willen inzetten. In het hiernavolgende staat beschreven hoe deze doelen de komende 4 jaar resultaten opleveren, en in welke volgorde deze opgepakt worden.

### Prioriteiten in 2019

In 2019 ligt het zwaartepunt in de uitwerking van het werkprogramma bij activiteiten die betrekking hebben op:

- a. het **thema ruimtelijke samenhang, kwaliteit en fysieke herkenbaarheid** van Nationale Parken. De verbreding van de ruimtelijke strategie, van natuur naar cultuur en het omringende landschap: wat is een logische en herkenbare entiteit met een eigen gebiedsidentiteit? Het 'groter maken van de koek' creëert zowel ruimte voor het versterken van de natuurkern als voor verbinding en samenhang met de omgeving en samenleving met deze kwalitatief belangrijke gebieden.
- b. het **thema zichtbaarheid en aantrekkingskracht** van de Nationale Parken (in samenhang en afzonderlijk). De transitie die partijen voorstaan met de Nationale Parken moet de komende tijd zichtbaar en bekend gaan worden voor bezoekers en bewoners.

In onderstaand werkprogramma wordt bij de relevante activiteiten aangegeven of deze met prioriteit in 2019 zullen worden opgepakt en uitgewerkt.

In 2019 is er naast deze inhoudelijke thema's er ook extra aandacht voor **algemene uitwisseling van kennis en ervaringen met het ambitiekader van de standaard en advisering van (aspirant) Nationale Parken over de toepassing van de standaard**. Het NPB zal in samenwerking met experts uit de diverse geledingen van de partners en de parken hieraan werken. *(zie voor verdere uitleg hierover hoofdstuk werkwijze)*.

Vanaf 1 januari 2019 werken de maatschappelijke partners van de Deal conform het voorstel voor de **nieuwe landelijke organisatiestructuur** waarbij LNV en provincies gezamenlijk formeel opdrachtgever<sup>67</sup> zijn voor het Nationale Parken Bureau en waarin de partners van de Nationale Parken Deal zich met het Samenwerkingsverband Nationale Parken hebben verenigd in een Platform van samenwerkende partijen voor de Nationale Parken. Uit dit platform wordt een delegatie afgevaardigd (kernteam) die samen met de formele opdrachtgevers de Regiegroep gaat vormen. De Regiegroep stelt het werkprogramma en het jaarplan vast en het kernteam stuurt inhoudelijk het NPB aan. *(zie voor verdere uitleg hoofdstuk organisatie)*.

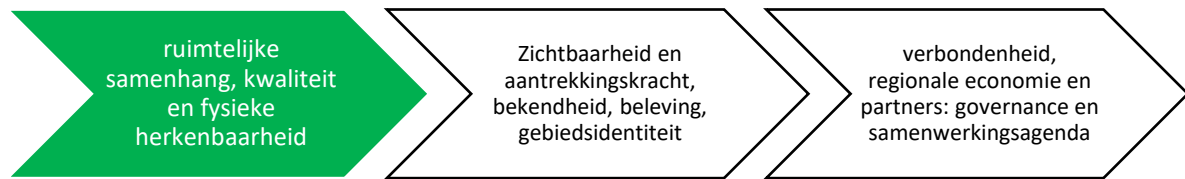
---

<sup>6</sup> Gebaseerd op een voorstel van SNP, Natuurmonumenten, LandschappenNL en Staatsbosbeheer. Dit voorstel hiervoor ligt ter besluitvorming voor in het Shareholderoverleg van 7 december 2018.

<sup>7</sup> Gezamenlijk opdrachtgeverschap vanuit LNV en provincies hangt af van de nog te maken afspraken tussen beide partijen.



## Pijler 1 Ruimtelijke samenhang, kwaliteit en fysieke herkenbaarheid



Om Nationale Parken te ontwikkelen tot iconen is een kwaliteitssprong nodig. Een ruimere begrenzing van de nationale parken kan daaruit voortvloeien. Bij de meeste van de huidige nationale parken is alleen de natuurkern begrensd. Zoals in de criteria voor natuur en landschap in de standaard opgenomen maakt een ruimere begrenzing van een nationaal park het mogelijk dat de kwetsbare natuurkernen binnen het gebied (beter) beschermd kunnen blijven, en in het omliggende landschap een overgang is naar meer menselijke activiteit. Door hierbij de te kijken naar de samenhang in ecosystemen, gradiënten en abiotische en biotische relaties in een gebied, worden de condities voor het behoud en herstel van ecosystemen en de biodiversiteit verbeterd.

Door ruimere begrenzing en samenhang aan te brengen in landschappelijke, landschapsecologische en cultuurhistorie in een gebied, kan er meer eenheid ontstaan. Het geeft ruimte voor zoneringen en keuzes in gebruiksfuncties. De samenhang vormt de basis voor de ontwikkeling van een eigen gebiedsidentiteit en – verhaal (ontwikkeling tot sterk merk), en kan daarmee een impuls aan de ruimtelijke kwaliteit van een gebied geven. De nationale parken worden daarmee onderscheidend.

De verbreding van de ruimtelijke strategie, van natuur naar cultuur, kennis, educatie, economie zorgt ervoor dat de 'koek groter wordt': *De Nationale Parken* tezamen vormen een provincie-overstijgend, landelijk stelsel waar de mooiste natuurkernen (uit het Natuurnetwerk en Natura 2000) in samenhang met de cultuurhistorische en landschappelijke (en landbouw) omgeving gebieden van nationale allure of zelfs internationale allure vormen. Het worden *iconen voor synergie tussen natuur, landschap, landbouw, recreatie en energie*. Dit stelsel biedt in de toekomst ook kansen voor een samenwerkingsagenda op het gebied van kennis, innovaties en (ruimtelijke) kwaliteitsverbetering.

### 1. Er is een leidraad voor ruimtelijke kwaliteit en natuur

In 2019 is er een leidraad gereed die een handelingskader biedt voor de gebieden om de standaard in het gebied op dit thema te realiseren. In deze leidraad is ook opgenomen welke rol de gebieden kunnen spelen ta.v. transitieopgaven en welke uitgangspunten en kaders hierbij kunnen worden gehanteerd (wat past wel en niet in de Nationale Parken nieuwe stijl). Zie verder punt 4.

#### Concreet in 2019:

- *In 2019 is de Leidraad Ruimtelijke kwaliteit en natuur gereed*  
Trekker: Expertteam Ruimtelijke kwaliteit. Betrokken: NP x

### 2. Nationale parken maken gebruik van een landschapsstrategie

De ontstane landschap is (in de meeste gevallen) in Nederland een optelsom van de fysisch-geografische ligging en eigenschappen en het (historische) gebruik van het landschap door de mens. De beschreven landschapshistorie draagt bij aan het begrip en de identiteit van een gebied. Dit is een van de bouwstenen voor een goede landschapsstrategie of masterplan, welke bijdraagt aan een samenhangende en gedeelde visie op de ontwikkeling van een gebied. Voorbeelden hiervan in binnen- en buitenland (NP Hoge Kempen, Thames landscape strategy, Landschapsvisie Drentsche Aa) geven de toegevoegde waarde aan voor partijen in een gebied als gezamenlijke 'weg om te bewandelen naar de stip op de horizon'.

#### Concreet in 2019:



- *In 2019 wordt voor de Hollandse Duinen in een pilot een landschapsstrategie gemaakt, begeleid door de partners*  
*Trekker: NP Hollandse Duinen. Betrokkenen: RCE, CRA, SBB, provincie, Dunea.*

### 3. De nationale parken zijn fysiek herkenbaar.

Mensen weten wat een nationaal park is, weten wanneer ze zich binnen een nationaal park bevinden, en ervaren het als een uniek en samenhangende gebied. Dat kan op veel verschillende manieren, het meest bekend is de bebording. Daarnaast zijn er andere aspecten zoals poorten, maken van zichtlijnen verhelderen cultuurhistorie, en consequent gehanteerde huisstijl en inrichting.

Een nationaal park kan divers zijn t.a.v. grondeigendom, beheer, toegangswegen (en paden) en diverse landschapsvormen (droge natuur, zee, cultuurgrond). Dat vraagt maatwerk om kosten effectief een fysieke herkenbaarheid te realiseren die toegevoegde heeft en recht doet aan de belangen van de partijen en past bij de identiteit van het gebied. Dit op een zodanige wijze dat de zichtbaarheid van grondeigenaren door het label NP versterkt wordt, het vormt de 'kroon'.

Een goed ontwerp is hiervoor van belang. Het ontwerp kan betrekking hebben op verschillende aspecten zoals zonering (tbv functies en bezoekers), ontsluiting, oriëntatie, bebouwing, meubilair, etc. De samenhang en de beeldtaal hebben grote invloed op de beleving van het gebied. Een goed ontwerp is een krachtig instrument op verschillend schaalniveau. Het ontstaat niet vanzelf, er moet aandacht voor zijn bij ontwikkelingen en daarnaast moet het ontwerp – indien nodig - worden geactualiseerd. De nationale parken benutten het ontwerp om de identiteit van het park te versterken en zichtbaar te maken. *Hierbij is een sterke relatie met actiepunt 7.*

#### Concreet in 2019

- *In x NP wordt een ruimtelijk ontwerp gemaakt.*  
*Trekker: NP x. Betrokkenen: experts ruimtelijke kwaliteit*

### 4. Nationale Parken zijn geborgd in omgevingsbeleid.

De omgevingskwaliteit van een nationaal park moet – waar nodig - beschermd zijn. De natuurwaarden zijn dat in vrijwel alle gevallen, maar een nationaal park is ruimer. Het gaat over de verbreding van de ruimtelijke strategie, van natuur naar synergie met landschap, landbouw, landschap, recreatie, energie, kennis, educatie, economie. Het 'groter maken van de koek' creëert zowel ruimte voor het versterken van de natuurkern als voor verbinding en samenhang met de omgeving en samenleving met deze kwalitatief belangrijke gebieden.

Dit veronderstelt een samenhang en wederzijdse beïnvloeding van functies en deelgebieden. Opname in het nationale en provinciale omgevingsbeleid maakt het mogelijk dat er experimenten;/pilots;/living labs kunnen plaatsvinden voor verbinding met de grotere opgaves zoals klimaat en landbouw.

#### Concreet in 2019:

- *Inspanning voor opname en uitwerking in Nationale en provinciale omgevingsvisies*  
*Trekker: LNV en provincies.*

### 5. Integrale regionale ontwikkeling

Provincies, gemeenten en parken maken de integrale regionale ontwikkeling mogelijk door in hun beleidskeuzes en inzet van middelen prioriteit te geven aan deze ontwikkeling middels Nationale Parken Nieuwe Stijl. Ze dragen zorg voor de benodigde investeringsgeld (via IBP en regiodeals, erfgoed telt).

#### Concreet in 2019:

- *IBP voorstellen realiseren en regiodeals 2018 realiseren en indienen regiodeals 2019 voor NPs.*  
*Trekker: provincies en NP x*

- *Ontwikkelen en uitvoeren Erfgoed Deal vanuit beleidsbrief Erfgoed Telt*  
Trekker: RCE / OC&W

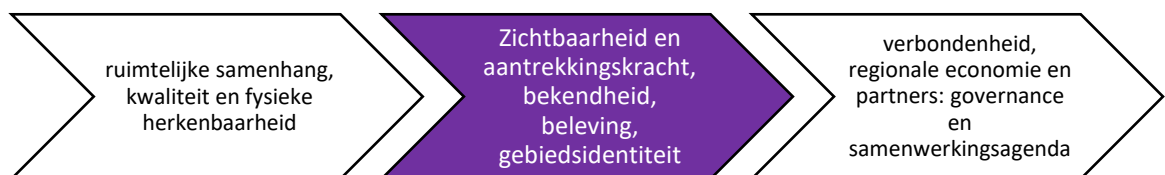
6. Twee nationale parken zijn pilot voor grote maatschappelijke (transitie)opgaven.

Nationale Parken nieuwe stijl hebben de potentie een aanzienlijke bijdrage te kunnen leveren aan duurzame transitie/ grote opgaven en biodiversiteit opgaven waar Nederland voor staat. Nationale parken bieden interessante mogelijkheden (als proeftuin in) voor deze transitieopgaven, bijv. door vastleggen van CO2, water vasthouden en water bergen (klimaatadaptatie) , circulaire duurzame landbouw.

Nationale Parken zijn gebieden met hoge natuurwaarden die tegelijk de maatschappelijke meerwaarde van die natuur zichtbaar maken als voorbeelden en proeftuinen voor duurzaam ruimtegebruik.

Nationale Parken kunnen bijdragen aan grote maatschappelijke opgaven zoals klimaat adaptatie, energie- en landbouwtransitie. Om dit concreet te maken streven we ernaar dat twee nationale parken pilot zijn om te experimenteren met opgaven op het terrein van klimaatadaptatie of landbouwtransitie.

## Pijler 2 – Zichtbaarheid en aantrekkingskracht



In Nederland zijn over een paar jaar een aantal nationale parken iconen met internationale of nationale aantrekkingskracht. Een aantal nationale parken is een vakantiebestemming geworden voor Nederlanders en buitenlandse bezoekers en leveren een bijdrage aan de spreiding van (inter)nationale bezoekers voor zover deze kwaliteit zoeken.

In 2019 heeft – naast het thema ruimtelijke samenhang- het thema zichtbaarheid en aantrekkingskracht prioriteit. We zetten de komende tijd extra inzet en capaciteit in op het zichtbaar maken van de Nationale Parken om de herkenbaarheid, aantrekkelijkheid en bekendheid van Nationale parken te vergroten. Ankerpunten in de zichtbaarheid zijn de lancering van de marketingcampagne in het voorjaar en de Klokhuisdag in mei 2019.



Zichtbaarheid vergroten gaat over de vraag hoe we kunnen inspelen op de behoeften van de (potentiele) bezoeker in de verschillende fasen van de customer journey. Hiermee hangen diverse acties samen waaraan we de komende tijd werken. Door de zichtbaarheid van de gebieden te vergroten (nr 7, 8, maar ook nr 2 en 3) , worden potentiële bezoekers eerder geïnspireerd om informatie over het gebied te zoeken (nr 8, 10). Als er voldoende aantrekkelijke informatie te vinden is zal de bezoeker gaan boeken en begint de reis. Het eerste contact, de ontvangst en het eerste bezoek volgen (nr 8, 9) en laten een herinnering achter die

aanleiding kan zijn voor een vervolfbezoek (nr. 9, 11).

7. 3 tot 5 nationale parken ontdekken hun gebiedsidentiteit en maken deze zichtbaar  
Om het gebied herkenbaar en aantrekkelijk te maken (voor bewoners en bezoekers) is een sterke en onderscheidende gebiedsidentiteit nodig. De gebiedsidentiteit werkt immers door in de wijze waarop je je herkenbaar wilt maken. De identiteit van een gebied is niet vanzelfsprekend. De identiteit kan opgehaald, ontdekt en geactiveerd worden door hier doelgericht aan te werken. Dat betekent goed kijken welke aspecten onderdeel zijn van de identiteit van het gebied, hoe deze onderscheidend zijn en hoe die aspecten beter zichtbaar te maken en relevantie te geven. Dit vraagt een multidisciplinaire aanpak en heeft een link met landschapshistorie en -strategie (zie ook actiepunt 2). Een onderdeel/nadere uitwerking van deze gebiedsidentiteit is de zichtbare herkenbaarheid van Nationale Parken in ruimtelijke ingrepen (zie actiepunten 2 en 3), communicatiemiddelen, beeldtaal, gastheren, personeel, etc.

Concreet in 2019:

- *Kennisuitwisseling en advisering van (aspirant) nationale parken (op aanvraag) ten aanzien van merkontwikkeling (identiteitsontwikkeling) en merkactivatie.*  
*Trekker: Team MBM, betrokken: NP x*

8. Er loopt een internationale marketingcampagne voor Nationale Parken in Nederland.  
(Inter)nationale aantrekkingskracht ontstaat niet vanzelf, toeristen ontdekken een bestemming zelden vanzelf. Dit moet ontwikkeld worden en daarvoor is o.a. een gerichte marketing campagne nodig. In 2019 wordt gestart met het ontwikkelen en uitrollen van een campagne voor Waddenzee Werelderfgoed, Hollandse Duinen en NL Delta. Vanaf 2020 kunnen andere gebieden aanhaken. De nadruk in de campagne ligt op het vertellen van het verhaal van de Nederlandse natuur, waardoor de spin off van de campagne groter zal zijn dan alleen de gebieden die direct in de etalage worden gezet. De doelgroep waar deze campagne zich op richt is de 'independent explorer', welke zich kenmerkt door 'opgaan in het gebied, off the beaten track, ontdekken nieuwe culturen, persoonlijke ontwikkeling'. In 2021 is het landelijke NBTC thema 'Ode aan het Landschap' waarbij de NPs aansluiten en optimaal van zullen profiteren. Tegelijkertijd en in samenhang met de internationale campagne wordt ook gewerkt aan een landelijke campagne voor Nationale Parken.

Concreet in 2019:

- a) *De internationale marketingcampagne start voorjaar 2019 voor Waddenzee Werelderfgoed, NP Hollandse Duinen en NP NL Delta. De website, content en media wordt mei 2019 gelanceerd en er volgen 1-2 persreizen met buitenlandse journalisten. Ook worden social media acties uitgevoerd.*  
*Trekker: NPB, NBTC. Betrokken: betreffende 3 parken, regionale marketingbureaus, SBB, NM, RCE,*
- b) *Vorbereiding aansluiting andere NPs aan internationale campagne (voor 2020)*  
*Trekker: NP x en NBTC. Betrokken: NPx*
- c) *Ontwikkelen nationale marketingcampagne voor NPs, in samenhang met b*  
*Trekker: NPB, SNP en NPx. Betrokken: NBTC, Regionale Marketing Organisaties*
- d) *Het beeldmerk/logo voor NPs met de daarbij behorende toepassing wordt geëvalueerd en (indien gewenst) doorontwikkeld.*  
*Trekker: SNP. Betrokken: NP x, NPB.*
- e) *Vorbereiding 2021 themajaar 'ode aan het landschap'. NBTC bereidt dit themajaar voor en heeft nationale regie hierop. Voor de deelname van NPs zullen 2019 en 2020 jaren zijn van voorbereiding programmering en afstemming met (inter)nationale campagnes.*  
*Trekker: NBTC betrokken: NP x, SNP, SBB, RCE, NM, regionale marketingbureaus*

9. Er zijn overkoepelende product-marktcombinaties voor belevingsconcepten.  
Er zijn overkoepelende concepten ontwikkeld voor belevingen in nationale parken. Bezoekers weten wat ze aan belevingen kunnen verwachten in een nationaal park. Uiteraard is dat voor elk park anders, maar er worden ook belevingen ontwikkeld die passen bij het overkoepelende verhaal en de bezoeker

het gevoel geven dat ze echt in een nationaal park zijn. Dit versterkt de herkenbaarheid van nationale parken. Essentiële kenmerken daarbij zullen zijn bijzondere en kwalitatief hoogstaande (natuur)belevingen.

De belevingen die ontwikkeld zijn dragen bij aan bewustwording van natuur, landschap en duurzaamheid.

*Concreet in 2019:*

- *Organisatie mackaton voor ontwikkeling overkoepelende belevingen of producten voor NPs*  
*Trekker: NPB, Betrokken: NP Zuid Kennemerland en andere , ANWB, SBB, NM, IVN*
- *Ontwikkeling product-markt combinaties (op basis van ideeën/uitkomsten mackaton)*  
*Trekker: NP x, ANWB en NM. Betrokken: SBB, IVN*
- *Reisdoel Natuur wordt uitgewerkt als overkoepelend belevingsconcept voor NPs*  
*Trekker: SNP. Betrokken: NP x .*
- *Het initiatief voor bezoekerscentra is verder uitgewerkt zodat de herkenbaarheid en vindbaarheid van NPs worden vergroot*  
*Trekker: NPB Betrokken: NM, SBB, IVN, NP x, ANWB*

## 10. Communicatie

De transitie van de Nationale Parken vergt tijd. Bewoners en ondernemers in het gebied moeten daarbij betrokken worden. Een nieuwe begrenzing van een nationaal park moet niet alleen aansluiten bij de wordingsgeschiedenis, landschapstypen en cultuurgeschiedenis, maar ook aansluiten bij het beeld en de dagelijkse beleving die bewoners zelf van een gebied hebben. Dat past bij hun eigen verhaal. Dan gaan bewoners en ondernemers zich identificeren met een gebied, en het beschouwen als “hun park”. En trots en bewustzijn zorgt ervoor dat bewoners zich mede-eigenaar voelen en willen bijdragen in de zorg voor hun gebied. Er ontstaat verbondenheid.

Om de nationale parken meer in de harten en hoofden van de samenleving te krijgen is meer nodig dan een marketingcampagne. Betrokkenheid op gebieds- en regionaal niveau bij een park, maar ook werken aan overkoepelende publieksactiviteiten kan hieraan bijdragen. Partners ondersteunen de nationale parken in kennis en werkwijzen voor een grotere betrokkenheid van de bewoners bij het gebied. Samenwerking met regionale en bewonersgroepen wordt versterkt en krijgt een plek in de governance van elk Park. De verbreding van maatschappelijke doelstellingen wordt vertaald naar initiatieven in Nationale Parken. De partners zetten op basis van een (publieks) communicatieplan hun kennis en middelen hiervoor in. De komende tijd zetten we in op een aantal grotere publieksmomenten:

voorjaar 2019: lancering campagne en Klokhuisdag

2020: ....

2021: Ode aan het landschap

*Concreet in 2019:*

- *Er is een strategisch communicatieplan opgesteld over de communicatie van het werkprogramma NP (dus tussen alle betrokken partijen). B2B*
- *Daarnaast wordt er een strategisch communicatieplan opgesteld voor de publiekscommunicatie. B2C.*  
*Trekker: NPB. Betrokken: Expertteam communicatie: ANWB, NM, IVN, NBTC, NP x, SNP*

## 11. Landelijke monitor van bezoekers (aantallen en wensen) en het sociaaleconomisch effect.

Nationale parken hebben een monitoringsprogramma. Landelijk zal er een overkoepelende rapportage zijn over bezoekersaantallen, hun wensen, verwachtingen en feedback, en de sociaaleconomische spin off van nationale parken. Deze monitor gegevens kan ook zichtbaar maken welke manieren om bezoekers naar een gebied te trekken effectief zijn en in welke mate het park voldoet aan de verwachtingen die bij de bezoeker bestaan. Bezien wordt of afstemming kan plaatsvinden met landelijke monitoringsprogramma's zoals CBS/CPB/NBTC-NIPO. Het PBL neemt de ontwikkelingen in NP's sinds

2018 mee in Balans van de Leefomgeving.

In 2017-2018 is gewerkt aan een monitoringsfilosofie voor Nationale Parken aan de hand van de standaard, te beginnen met bezoekers en bestedingen.

**Concreet 2019:**

- *Leernetwerk over monitoring bezoekers en bestedingen*  
*Trekker: NPB, SNP. Betrokken: NP x, SBB, NM, provincies*
- *Landelijke rapportage over bezoekers en bestedingen in NPs opstellen.*
- *Afstemming onderzoeken met landelijke monitoringsprogramma's CBS/CPB/PBL/NBTC-NIPO.*
- *Ontwikkeling landelijke monitoringsfilosofie voor NPs .*  
*Trekker: NPB, SNP, NP x. Betrokken: SBB, NM,*

**Educatie en kennisontwikkeling**

De basis voor waardering van natuur en van buitenleven wordt vaak in de jeugd gelegd. Uit onderzoek blijkt dat mensen die natuur en buiten waarderen en opzoeken, hier meestal al vanaf jonge leeftijd mee zijn opgegroeid. De uitdrukking 'jong geleerd, oud gedaan' is hierop zeker van toepassing. Meer kennis over wat natuur, landschap en het ecosysteem zal in de meeste gevallen ertoe leiden dat de waardering voor en de verbondenheid met het gebied groter worden.

Tijdens de Europarc Conferentie in Schotland in 2018 hebben de jongeren een Jongeren Manifest gepresenteerd. Oproep van de jongeren is om hen meer te betrekken bij de ontwikkelingen in Natuur en Landschap. De vraag voor veel Nationale Parken en Landschappen is vervolgens hoe je dat dan doet.

12. Realisatie van een samenhangende en onderscheidende educatiestrategie voor NP's.

Het is een uitdaging om goede strategie te ontwikkelen waarmee zoveel mogelijk mensen op het juiste moment met een passend aanbod (beleving, educatie) bereikt kunnen worden. Voor een deel maatwerk per park, maar de strategie om dat te bereiken zal voor alle parken dezelfde elementen hebben. De basis daarvoor is een goede educatiestrategie voor alle nationale parken.

De regeling subsidie educatie is in 2018 geëvalueerd, dat vraagt – op kortere termijn – om een aanpassing van de criteria en regeling voor educatie in NPs. Daarom zal dit actiepunten in 2019 worden opgepakt.

**Concreet in 2019:**

- *opstellen educatiestrategie*  
*Trekker: IVN . Betrokken: SBB, NM, NP x, LNV, provincie*
- *vertalen educatiestrategie in criteria subsidiewijze en ontwikkelen subsidiewijze*  
*Trekker: LNV. Betrokken: IVN, provincies, NP x, SBB, NM,*
- *jongeren betrokkenheid in Nationale Parken en Landschappen aanpakken*  
*Trekker: IVN Betrokken: SNP, BNP, Europarc Sectie Low Countries, NPx*

In veel uiteenlopende onderzoeken is vastgesteld dat natuur en buitenzijn bijdraagt aan gezondheid en welzijn van mensen. Ook is de waarde van goed functionerende ecosystemen voor de maatschappij in studies vastgesteld. Dat vormt de basis om te concluderen dat goede nationale parken van belang zijn. Maar over de vraag op welke manier het meeste effect bereikt kan worden - voor natuur en maatschappij - valt nog veel te leren. In het gemeenschappelijke realisatie van de doelen door 'leren door te doen' is wetenschappelijk onderzoek van essentieel belang.

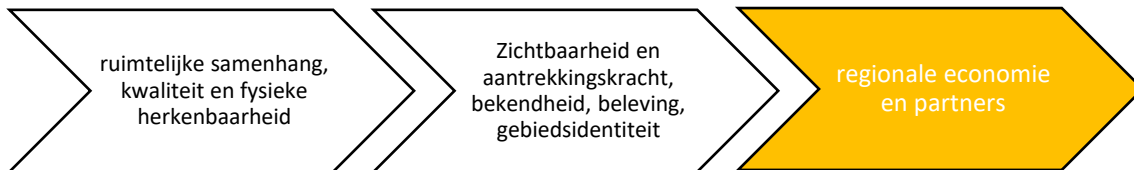
13. Er is een kennis- en onderzoeksagenda.

In deze agenda in elk geval aandacht hoe nationale parken een bijdrage kunnen leveren aan de oplossing van maatschappelijke transitievraagstukken.

De verwachting is dat nationale parken, juist vanwege de extra aandacht voor de ruimtelijke kwaliteit en duurzaam ruimtegebruik, een goede basis bieden voor pilots (zie actie 8).

Een ander onderdeel van de kennis agenda is de financiering van de nationale parken. Een nationaal park is niet zelf verantwoordelijk voor het beheer in een gebied, maar voegt betekenis toe ten aanzien van samenhang, bekendheid en meerwaarde. Een belangrijke slotstap om de investeringen in een gebieden zo goed mogelijk te laten renderen in maatschappelijke meerwaarde.

### Pijler 3 – regionale economie en partners



Een grotere schaal van nationale parken, maakt het ook mogelijk dat de kwetsbare natuurkernen beschermd blijven, terwijl in de bredere cultuurhistorische en landschappelijke omgeving bezoekers kunnen recreëren. Juist de voor Nederland typerende cultuurhistorische en landschappelijke omgeving vinden de Nederlandse en internationale bezoekers toeristen vaak interessant. De trend laat zien dat Nederland de komende jaren steeds meer internationale bezoekers zal trekken. De nationale parken kunnen in de toekomst een deel van deze bezoekers opvangen (passend bij het karakter van elk park), en bijdragen aan een betere spreiding daarvan (van Randstad naar achterland). Dit biedt kansen voor de economische ontwikkeling van de regio (stimulans recreatieve sector en innovatieve 'belevingsbranche'), de verbetering van de leefbaarheid, en het op peil houden van voorzieningen (winkels, etc), en genereert economische spin off.

De kwaliteitsimpuls in de natuur, de ruimtelijke inrichting en bereikbaarheid, kan ook een positief effect hebben op het vestigingsklimaat voor bedrijven en bewoners in een provincie. Steeds meer bedrijven willen geassocieerd worden met een groen profiel, en door de mogelijkheden van IT werken steeds meer mensen thuis, waardoor het wonen in een groenere omgeving op afstand van een stad gewilder wordt.

14. Het nationaal park heeft betekenis voor de regio.

Het nationaal park heeft uitstraling in de regio en brengt verbinding binnen de regio. Het draagt bij aan de ontwikkeling van de regio op cultureel, sociaal en economisch gebied, door bijvoorbeeld verbetering van het leefklimaat, aan gezondheid en arbeidsparticipatie en het aantrekken van culturele initiatieven.

15. Er zijn twee landelijke sponsor relaties met nationale parken.

Wanneer de bekendheid en zichtbaarheid van Nationale Parken toeneemt, wordt het interessant om te kijken of er samenwerkingen kunnen worden opgezet met nieuwe organisaties en bedrijfsleven. Dit geldt in eerste instantie natuurlijk voor de afzonderlijke Nationale Parken, maar ook het stelsel van parken is erbij gebaat bij een breed draagvlak in de samenleving. Daarbij hoort ook een relatie met het bedrijfsleven.

Eind 2022 zijn er een tweetal nieuwe landelijke samenwerkingen met bedrijven, instellingen of nutsbedrijven aangegaan die nationale parken sponsoren in natura of financieel. (met inachtneming en in afstemming met partners die eigen organisatiesponsoring en samenwerking met bedrijven kennen)

### *Betere samenwerking en slagvaardig organisatie*

Om de 3 pijlers uit te kunnen voeren en een duurzaam fundament voor de toekomst te geven is randvoorwaardelijk dat er in de nationale parken sprake is van een goede samenwerking en effectieve en

slagvaardige organisatie, zoals in het ambitiekader van de standaard is uitgewerkt.

De ruimtelijke opschaling en verbreding van de strategie van enkel natuur naar cultuur, kennis, educatie en economie vraagt om nieuwe vormen van governance, gebaseerd op samenwerking (in netwerkorganisatie) en eigenaarschap. Waarbij flexibiliteit, slagvaardigheid, effectiviteit, uitgaan van sociaal kapitaal dat aanwezig is en robuust leren kenmerkend zijn.

En er gebeurt natuurlijk al heel veel in provincie en regio's. Elke provincie heeft vaak al gebiedsprojecten of programma's lopen. Denk aan de Veluwe op 1, het Groene Hart van de Brabantse stedenrij. De transitie die de partners willen inzetten, heeft absoluut niet tot doel om hiernaast nieuwe gebiedsplannen of –processen te initiëren of gebiedsprogramma's in de wielen te rijden. De partners en de nationale parken willen juist graag samenwerken omdat de doelen vaak overlappen, en kijken waar we aanvullend kunnen zijn. Wat bijvoorbeeld denkbaar is, is dat gebiedscommissie in het kader van een provinciaal gebiedsprogramma, ook een rol vervult in de transitie van een nationaal park.

16. De nationale parken hebben effectieve governance met breed draagvlak en slagkracht.

De governance van het nationaal park is erop toegesneden dat het de iconische waarde die het park heeft voor Nederland borgt met bijbehorende schaal en merkwaarde en het de motor voor de regionale economie vormt of de strategie waarop de regionale economie wordt afgestemd. Het bestuur van het park draagt ervoor zorg dat de bescherming, het beheer en de (sociaaleconomische) ontwikkeling van het gebied in samenhang en balans plaatsvindt. Met partners en experts worden nationale parken ondersteund in de ontwikkeling van de governance. In 2018 is een langer lopende leernetwerk (kenniskring) over governance gestart.

17. Gebieden werken samen en vooral ten aanzien van het ontwikkelen en delen van kennis.

Nationale Parken (en andere gebieden) zien de noodzaak van samenwerken en vinden elkaar in brede samenwerkingsverbanden. In deze samenwerking wordt ook gezamenlijk kennis gedeeld en samen ontwikkeld. Er zijn diverse leernetwerken en er draaien pilots op verschillende thema's die een bijdragen leveren aan kwaliteitsverbetering.

*Concreet 2019:*

- *Kenniskring governance met deelname van 12 gebieden. Trekker: NPB, SNP. Betrokken: WUR en 12 NP x*

18. Er is procesbudget / basisfinanciering voor de organisatie en bemensing van de nationale parken.

Geen geld geen Zwitsers; geen Zwitsers geen extra projecten met project financiering. Veel subsidies of sponsor overeenkomsten zijn gebaseerd op specifieke en tijdelijke zaken, en kennen geen overhead financiering. Een beperkt procesbudget/ basisfinanciering voor nationale parken die werken aan de transitie is nodig om tot een slagvaardige organisatie te komen.

*Concreet 2019:*

- *Sinds najaar 2017 zijn LNV en provincies met elkaar in overleg over Nationale Parken, rollen, verantwoordelijkheden, ambities en middelen. November 2018 hebben provincies hierover gezamenlijk een brief aan Minister LNV gestuurd. Minister LNV heeft aangegeven dat ze voorjaar 2019 de Tweede Kamer op de hoogte zal brengen van de stand van zaken. Trekker: LNV en provincie. Betrokken: alle partners*

19. Er is een goede verdeling tussen de lusten en de lasten in elk nationaal park

Als de Nationale parken bekender worden zullen – als gevolg hiervan – inkomsten voor verschillende partijen hoger worden en tegelijkertijd de kosten voor beheer van voorzieningen en natuur voor de



eigenaar ook hoger worden. Dit kan leiden tot verdere scheefgroei in het lastenplaatje. In de governance van het park is hiervoor aandacht en worden goede onderlinge afspraken gemaakt over de verdeling van lusten en lasten.

*Concreet 2019:*

- *Strategische agenda voor verdeling lusten en lasten in nationaal park*

*Trekker: FPG. Betrokken : NP Utrechtse Heuvelrug, UPG, NPB*

20. Er is minimaal twee maal financiering uit Europese Subsidieprogramma's benut.  
Er is voor minimaal twee projecten of gebieden financiering uit Europese Subsidieprogramma's geworven.

## 5. Organisatie

Er is een landelijke organisatie waarin de partners van de Nationale Parken Deal samenwerken om de ambities uit de Nationale Parken Deal te realiseren.

Het programmabureau, het NPB, is formeel opdrachtnemer van het opdrachtgeversoverleg (LNV en provincies) en inhoudelijk opdrachtnemer van de Regiegroep. De partners van de Nationale Parken Deal (voorheen shareholderoverleg) en de bestuurders van Nationale Parken hebben zich verenigd in het Samenwerkend Platform voor Nationale Parken.<sup>8</sup>

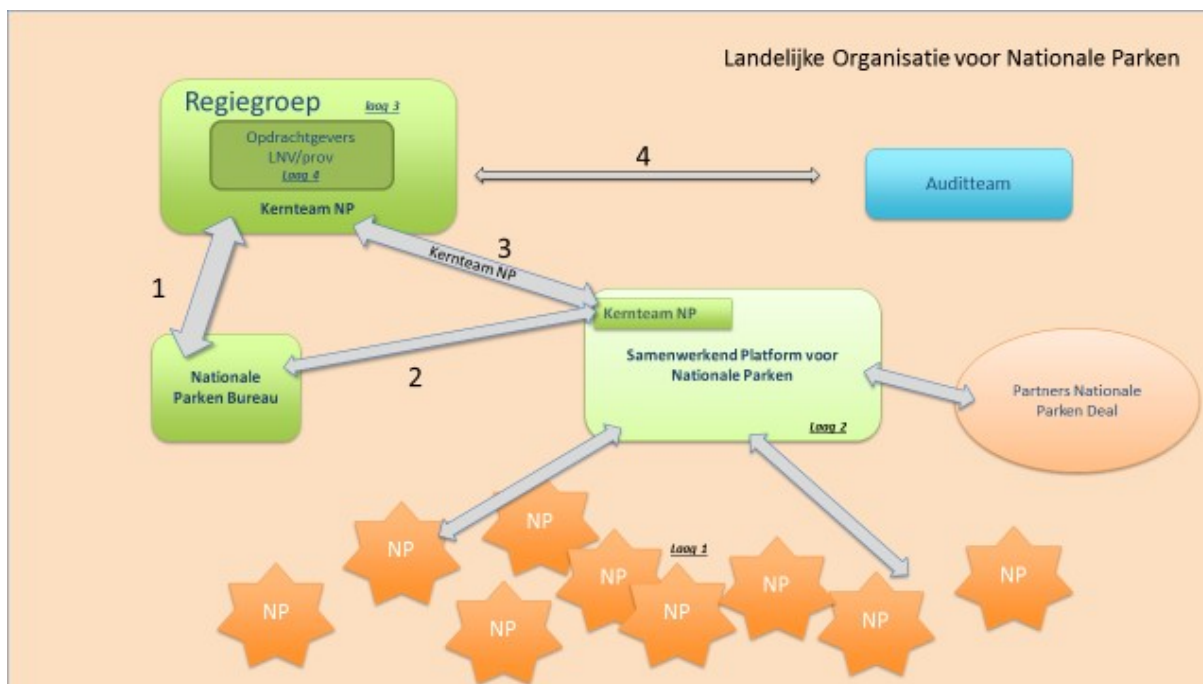
Het NPB coördineert, regisseert (op onderdelen) en faciliteert de transitie tot Nationale Parken nieuwe Stijl op overkoepelend niveau.

De Regiegroep stelt jaarlijks een verantwoordingsrapportage vast over het voorgaande jaar en een programmaplan voor het komende jaar.

De landelijke bestuurlijke organisatie, schema:

---

<sup>8</sup> De hierna beschreven organisatiestructuur is conform voorstel vanuit de maatschappelijke partijen van de Nationale Parken Deal. Hierover heeft nog geen finale besluitvorming plaatsgevonden.



Onder coördinatie van het Nationale Parken Bureau wordt het werkprogramma geoperationaliseerd. Verschillende actiepunten (zie boven in werkprogramma) worden door verschillende partners getrokken en uitgevoerd. De trekkers van de verschillende actiepunten hebben een thematische link met elkaar in de verschillende expertteams en – indien nodig – in het programmateam. Per activiteit of deelproject wordt binnen het programma afgesproken welke partij - eventueel met inzet / cofinanciering van andere partijen - de voorbereiding en uitvoering verzorgt.

De operationalisering gebeurt steeds in samenwerkende expertteams die afwisselend adviseren, onderbouwen, inspireren, onderzoeken, resultaten nastreven en dialogen organiseren.

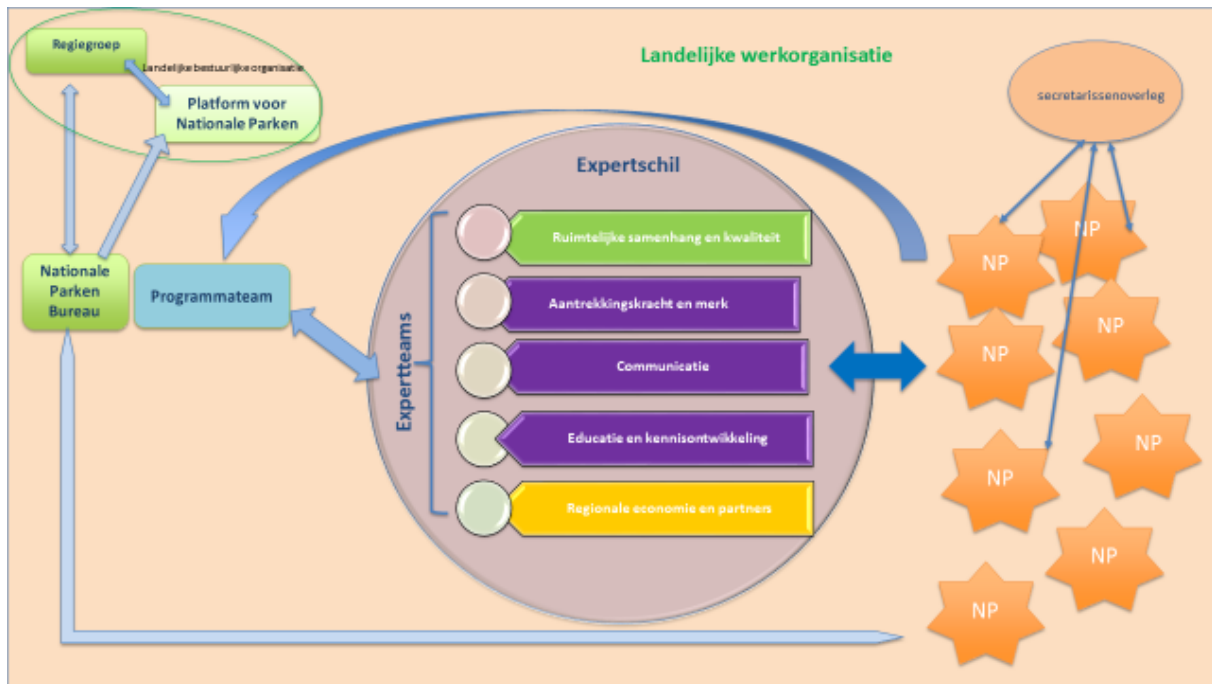
Daarnaast hebben de expertteams een belangrijke rol in de directe advisering van de (aspirant) Nationale Parken over het werkkader van de standaard. Alles gericht op het helpen en ondersteunen van de Nationale Parken in het realiseren van de doelen. De expertteams zijn georganiseerd op de verschillende thema's uit de standaard.

Er komen 5 verschillende expertteams. In de bijlage een overzicht van de (voorgenomen) samenstelling van deze expertteams:

- a. Ruimtelijke samenhang en kwaliteit. Trekker: Staatsbosbeheer. Leden: Natuurmonumenten, Landschappen NL, provincies Drenthe, Friesland, Gelderland, Zuid Holland, RCE, CRA, WNF, IUCN
- b. Aantrekkingskracht en merk / MBM. Trekker: NBTC. Leden: *nntb*
- c. Communicatie. Trekker: NPB Leden: provincie Friesland/ NP Alde Feanen, IVN, Natuurmonumenten, ANWB.
- d. Educatie en kennisontwikkeling. Trekker: IVN. Leden: NPB, SBB, LNV, provincie Zeeland / NP Oosterschelde
- e. Regionale economie en partners. Trekker: *NP x (nntb)*. Leden: *FPG, SNP*
- f. De leden van de kenniskring governance fungeren (vooralsnog) als de experts voor vragen en acties over governance. NPB is hiervan trekker en er nemen 12 (aspirant) Nationale Parken aan deel en Natuurmonumenten.
- g. Het huidige secretarissenoverleg wordt vervangen door een coördinatie-overleg tussen de Parken.

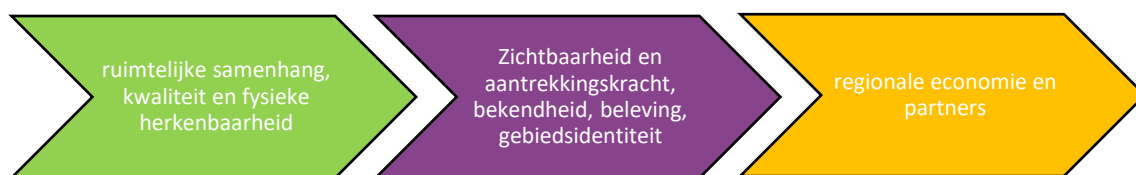
De samenhang tussen de verschillende activiteiten uit het werkprogramma en de directe advisering aan gebieden wordt bewaakt in een programmateam waarin vertegenwoordigers van de verschillende expertteams zitten (en/of soms de trekker van een bepaald actiepoint) en vertegenwoordigers vanuit een aantal (aspirant) Nationale Parken Nieuwe Stijl. Het programmateam wordt gefaciliteerd door het NPB.

Bijgaand een schema van de werkorganisatie en de samenhang met de landelijk bestuurlijke organisatie (figuur hierboven):



## 6. Werkwijze

De werkorganisatie stuurt op het behalen van de transitiedoelen via de programmalijnen van het werkprogramma:



Het versterken van **de ruimtelijke samenhang** en **de zichtbaarheid** vergt in 2019 de grootste inzet. Daarom besteden we de komende tijd veel aandacht aan het organiseren van expertise rond deze thema's, zodat de kennis die er is beschikbaar komt in producten en resultaten en in directe advisering aan nationale parken. In het werkprogramma is te zien aan welke producten en resultaten er op deze thema's in 2019 wordt gewerkt (zie hoofdstuk 4).

Daarnaast zijn de (aspirant) Nationale Parken bezig om het ambitiekader van de standaard om te zetten naar directe betekenis voor hun gebieden. Daarvoor is er behoefte aan directe advisering aan (aspirant) Nationale Parken over het werkkader standaard in zijn geheel, en op de afzonderlijke thema's.

Voor een eerstelijnsvraag kan een gebied direct contact opnemen met een van de leden van het betreffende expertteam. Deze beoordeelt zelf de reikwijdte van de vraag en geeft direct antwoord of verwijst door naar de specialistische hulp.

Voor specialistische hulp dient een (aspirant-) nationaal park een verzoek in bij het Nationale Parken Bureau. Het NPB zal vervolgens in aanwezigheid van een expert een intakegesprek houden met het gebied wat de opgave en vraag precies is. Op basis van dit gesprek wordt bepaald welke thematische kennis aansluit bij de specifieke behoeften van het gebied, en worden de juiste experts benaderd. Dit is dus maatwerk per gebied. Alle gestelde vragen worden geregistreerd en opgenomen in FAQ die voor iedereen beschikbaar is.

*Voorbeeld: gebied x vraagt wat ze moeten verstaan onder de interpretatie van landschapsecologische eenheid in gebied x. Dit kan een lid van expertteam ruimtelijke kwaliteit beantwoorden (eerstelijns vraag).*

*Als gebied x vraagt om de vertaling van hun gebiedsverhaal naar ruimtelijke iconen en op welke wijze deze het beste onderdeel gemaakt kunnen worden van het aanbod aan belevingen, dan is dit een specialistische vraag.*

*Voor de leesbaarheid nummeren de actiepunten die vallen onder de directe advisering van de gebieden over de standaard door (op de nummering van actiepunten uit hoofdstuk 4).*

## **21. Algemene en thematische uitwisselingen over de standaard voor de gebiedsaanduiding Nationaal Park.**

Het gaat hier over de informatie- en kennisoverdracht van de standaard, met als resultaat dat de doelgroepen de standaard kennen en er mee kunnen werken. En vice versa. De algemene informatie- en kennisuitwisseling zal aan het begin van het traject meer aandacht vragen om bekendheid te geven aan het bestaan van en de gebruiksmogelijkheden van de standaard.

*Resultaat:* doelgroepen kunnen de standaard gebruiken in hun gebied en de vertaalslag maken van de ambitie op thema's naar strategische plannen, programma- en projecten en realisatie in hun gebied (4), in hun organisatie (5) of kunnen de ambities incorporeren in hun beleidsterrein (6). En vice versa.

### Concreet in 2019:

- *x leernetwerken waarin algemene informatie en kennis uitgewisseld wordt over de standaard en hoe hiermee in gebieden gewerkt kan worden.*
- *presentatie over standaard maken en verspreiden*
- *opleiden partnerorganisaties en parken om over standaard te adviseren*
- *Engelse vertaling van standaard maken voor internationale verspreiding*
- *(inter)nationale uitwisseling, zoals bv over ruimtelijke kwaliteit en zichtbaarheid, of internationaal bv EU COST programma of via Europarc.*

*Trekker: NPB. Betrokkenen: NP x en partners in gebieden*

## **22. De realisatie van de standaard in de gebieden**

De (aspirant) Nationale Parken zijn zelf verantwoordelijk voor het realiseren van de standaard in hun gebied. Om hen zo goed mogelijk daarin te ondersteunen wordt eerstelijns en specialistische hulp en advies geboden op de verschillende onderdelen van de standaard.

De thematisch ingestelde expertteams kunnen worden bevroegd door de gebieden op de verschillende thema's uit de standaard. Ervaring moet uitwijzen in welke mate men hier gebruik van gaat maken.

De uitwisseling over de verschillende onderdelen/thema's van de standaard zal de meeste tijd en aandacht vragen vanuit de partners (experts in expertteams) en het NPB. Hier ligt een directe koppeling met de leernetwerken voor de hand. Meerdere partners (en wellicht ook enkele gebieden) leveren hun inzet in deze expertteams.

In de groepen zitten experts van verschillende pluimage, maar wellicht niet altijd goed in staat om de

vraag uit het gebied te beantwoorden. De expertgroepen kunnen indien nodig ook terugvallen op andere experts uit de groep van partners en gebieden. Zo heeft bv RCE cultuurhistorische specialisten op verschillende landsdelen die natuurlijk niet allemaal in een expertgroep zitten. Vanuit de verschillende expertteams zullen (afhankelijk van het gebied en de vraag/thema's vanuit het gebied) wisselende experts de gebieden adviseren.

Op die manier kan het gedachtegoed uit de standaard zich de komende tijd verder verspreiden en ontwikkelen

*Resultaat:* eerstelijns en specialistisch advies in de gebieden  
*doelgroep:* specialisten in de gebieden.

*Concreet in 2019:*

- *inzet thematische expertteams (5-6 expertteams formen uit partners NPD, incidenteel aangevuld met anderen) in gebieden (zie voor invulling hoofdstuk organisatie). Zij geven eerstelijns hulp aan gebieden. Zij dragen ook zorg voor het bijhouden van de ervaringen vanuit gebieden over de standaard.*
- *Thematische leernetwerkbijeenkomsten over realisatie standaard*
- *Individueel specialistisch advies gebieden (vanuit thematische expertgroepen en verbonden partners). Specialistische hulp aan gebieden (wellicht tegen vergoeding)*

*Trekker: NPB verzorgt coördinatie.*

*Trekkers expertteams: SBB (ruimtelijk), NBTC (merk), FPG (marktpositie en sociaal economisch), IVN (educatie en kennis), NPB (governance en communicatie),*

*Betrokkenen: bijna alle partners en NP x*

### 23. Auditteam

Daarnaast komt er één auditteam van externe experts die gebieden adviseert op welke criteria u de standaard goed wordt gescoord en waar en hoe de gebieden zich nog verder kunnen ontwikkelen. Dit auditteam zal vanaf 2020/2021 gaan functioneren.

- 24.** Er is een handreiking of leidraad als onderlegger bij de standaard opgesteld die gebieden duidelijk maakt wat een verandering kan opleveren, in welke richting ze zich ontwikkelen en hoe ze dat kunnen doen. In elk geval zijn de hindernissen en stimulansen bekend.

Deze handreiking of leidraad wordt opgesteld vanuit de ervaring die wordt opgedaan bij de implementatie van de standaard in de gebieden en zal dus pas nadat enige ervaring is opgedaan ter hand worden genomen.

*Concreet in 2019:*

- *In 2018-2019 wordt een leidraad voor ruimtelijke kwaliteit en natuur opgesteld.*  
*Trekker: expertteam ruimtelijke kwaliteit en natuur (SBB, RCE, CRA, NM, DL, NP )*

### 25. Overall en leren

Het leren van de ervaringen die voortkomen uit 1-3.

*Resultaat:* een verbeterde standaard en de incorporatie van de standaard in het stelsel van nationale parken. Hieraan werken we op drie momenten:

- a. Ervaringen met het toepassen van de standaard registreren.

Er wordt ervaring opgedaan met het werken met de standaard. Sommige artikelen zullen daarbij stimulerend zijn, andere wellicht belemmerend. De vraag is dan of de belemmering kan worden

weggenomen (of veranderen in een stimulans) zonder dat dit in belangrijke mate ten koste gaat van het beoogde effect. Op deze manier kan een antwoord gevonden worden op de vraag hoe het werken met de standaard zo stimulerend mogelijk kan zijn. Hiervoor worden betrokkenen bij het werken met de standaard naar hun ervaringen en mening gevraagd.

b. effecten registreren die voortkomen uit aanpassingen om aan de standaard te voldoen.

Om te voldoen aan de standaard worden maatregelen genomen met de verwachting dat deze maatregelen bijdragen aan het bereiken van de programmadoelen (verhogen kwaliteiten van Nationale Parken, versterken betrokkenheid bij natuur en versterken merk- en marktpositie). Daarom goed om te registreren of dit ook zo werkt en kan worden waargenomen dat de maatregelen bijdragen aan het bereiken van de doelen. Dit kan door gerichte monitoring in parken.

c. Verder ontwikkelen en aanpassen van de standaard.

Dit vraagt een gecoördineerde aanpak. De thematisch expertteams halen in samenwerking met de nationale parken, de leerervaringen uit de gebieden op. Het NBP bundelt en ontsluit deze leerervaringen zodat deze kunnen worden gebruikt bij de evaluatie en bijstellen van de standaard over 2-3 jaar.

Concreet in 2019:

- *Digitaal informatiepunt standaard inrichten (gekoppeld aan algemeen emailadres NPB).*
- *Register ervaringen standaard opzetten.*

*Trekker: NPB. Betrokkenen: trekkers expertteams*

26. Evaluatie

In 2022 wordt de samenwerking tussen partijen en de standaard geëvalueerd. In samenhang met het hierboven beschreven punt (Overall en leren) wordt de standaard aangepast en verbeterd en wordt door partijen besloten hoe de standaard verder wordt geëffectueerd en/of vastgelegd door Rijk en provincies.

## 7. Inzet per partner

Hieronder een tabel met inzet per partners in capaciteit en middelen voor de uitvoering van het werkprogramma.

**Toelichting tabel:**

- **T = trekker, B = betrokken .**
- **Het NPB heeft de rol van facilitator en aanjager voor de verschillende actiepunten, en staat daarom aangegeven als Betrokken. Op specifieke onderdelen is NPB trekker.**
- **Expertteams. In de tabel is met E aangegeven welke organisaties in het expertteam zitten dat Trekker is of betrokken bij actiepunten. :**
  - **a = ruimtelijke samenhang en kwaliteit**
  - **b = aantrekkingskracht en merk**
  - **c = communicatie**
  - **d = educatie en kennisontwikkeling**
  - **e = regionale economie en partners**

**In onderstaande tabel zijn alleen de actiepunten uitgewerkt die in 2019 worden uitgewerkt.**



Resultaten	NPR	EXPERTteams					SNP	PARKEN	SBB	NM	DL	EPG	LNV	Provincie	IPO	RCE	CRA	NBTC	IVN	ANWB	LTO <sup>9</sup>	VNO	Recron
		a	b	c	d	e																	
<b>Pijler 1 Ruimtelijke samenhang, kwaliteit en fysieke herkenbaarheid</b>																							
1. Leidraad voor Ruimtelijke kwaliteit en natuur	B	T					B	E	E	E			E		E	E							
2. Nationale parken maken gebruik van Landschapsstrategie	B	B					T	E	E	E			E		E	E							
3. De nationale parken zijn fysiek herkenbaar.	B						T	B	B	B					B	B							
4. Inspanning om Nationale Parken te borgen in omgevingsbeleid	B											T	T										
5. Integrale regionale ontwikkeling	B						T					B	T										
a. IBP voorstellen realiseren en regiodeals 2018 en 2019																							
b. Ontwikkelen en uitvoeren regeling Erfgoed Telt															T <sub>10</sub>								
6. Twee nationale parken zijn pilot voor grote maatschappelijke opgaven (klimaat, landbouw).																							
<b>Pijler 2 Zichtbaarheid en aantrekkingskracht</b>																							
7. 3 tot 5 nationale parken ontdekken hun gebiedsidentiteit en maken deze zichtbaar	B		B				T	E	E				E				E		E				
8. Er is een internationale marketingcampagne voor Nationale Parken in Nederland	T		B				T	B	B								B		B				
a. ontwikkelen internationale campagne en lancering																							
a. aansluiting andere nationale parken aan internationale campagne	T						T										B						
b. ontwikkelen landelijke marketingcampagne	B						T	T									B						
c. beeldmerk / logo	B						T	B															
d. voorbereiding themajaar ode aan het landschap							B	B	B	B					B		T						
9. Er zijn overkoepelende product-marktcombinaties voor belevingsconcepten in nationale parken.	T						T	B	B						B			B	B				
a. hacketon ontwikkeling overkoepelend beleving/product																							
b. ontwikkeling product / beleving							B	B	B						B			B	T			B	
c. Reisdoel Natuur							T	B															
d. bezoekerscentra uitwerken	T						B	B	B									B					
10. Communicatie	B			T			E		E				E					E	E				
11. Landelijke monitor van bezoekers en sociaal economisch effect	T						T	B	B	B			B										
a. leernetwerk monitoring																							
b. landelijke rapportage bezoekers en bestedingen in NPs																							
c. afstemmen onderzoeken landelijke monitoringsprogramma's																							
d. afstemmen landelijke monitoringssystematiek NPs							T	B	B	B													
12. Educatie	B				T		E	E				E	E					T					
a. Realisatie van een samenhangende en onderscheidende educatiestrategie voor NP's																							
b. vertalen educatiestrategie naar nieuwe subsidiewijze					B		B	B	B			T	B					B					

Resultaten	NPB	EXPERTteams					SNP	PARKEN	SBB	NM	DL	EPG	LNV	Provinci	IPO	RCE	CRA	NBTC	IVN	ANWB	LTO <sup>11</sup>	VNO	Recron
13. Er is een kennis- en onderzoeksagenda																							
<b>Pijler 3 Regionale economie en partners</b>																							
14. Het nationaal park heeft betekenis voor de regio																							
15. Er zijn 2 landelijke sponsor relatie met nationale parken																							
<b>Betere samenwerking en slagvaardige organisatie</b>																							
16. Nationale parken hebben effectieve governance met breed draagvlak en slagkracht																							
17. Gebieden werken samen en ten aanzien van ontwikkelen en delen van kennis	T						T		B														
18. Er is procesbudget/basisfinanciering voor organisatie en bemensing parken												T	T										
19. er is een goede verdeling van lusten en lasten in elk nationaal park	B						B				T												
20. er is minimaal 2 maal financiering uit Europese subsidieprogramma's benut																							
<b>Ambitiekader standaard</b>																							
21. algemene en thematische uitwisselingen over standaard	T	T	T	T	T	T		B															
22. realisatie van standaard in de gebieden	T	T	T	T	T	T		B															
23. Auditteam																							
24. Handreiking/Leidraad standaard	B	T																					
25. Overall en leren: inrichten informatiepunt standaard	T	B	B	B	B	B																	
26. Evaluatie standaard																							

<sup>9</sup> LTO is (nog) geen ondertekenaar Nationale Parken Deal

<sup>10</sup> Uitwerking Erfgoed Telt ism Ministerie OC&W (geen ondertekenaar NPD)

<sup>11</sup> LTO is (nog) geen ondertekenaar Nationale Parken Deal

## 8. Financiën 2019

### Voorlopig overzicht *Bijdragen partners in 2019* :

Het betreft de bijdragen van de partners tbv bovenliggend gezamenlijk werkprogramma. Veel partners dragen vanuit eigen organisatie ook bij in en aan de (aspirant) Nationale Parken. Deze bijdragen zijn niet opgenomen in onderstaand overzicht.

Organisatie	Acties	Fte	financiën
SNP	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Regiegroep programma Nationale Parken</li> <li><b>b. Trekker: ontwikkelen landelijke marketingcampagne</b></li> <li><b>c. Trekker beeldmerk/logo</b></li> <li><b>d. Trekker Reisdoel Natuur</b></li> <li><b>e. Trekker leernetwerk monitoring</b></li> <li><b>f. Trekker afstemmen monitorings filosofie / sytematieken</b></li> <li>g. Betrokken bij voorbereiding themajaar Ode aan het landschap.</li> <li>h. Betrokken bij diverse communicatie activiteiten (o.a. Klokhuisdag)</li> </ul>	0.6 fte	67.000
Staatsbosbeheer	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <b>Managen Nationale Parken Bureau</b></li> <li><b>b. Trekker Expertteam Ruimtelijke kwaliteit</b>, en expertschil ruimtelijke kwaliteit</li> <li>c. betrokken bij pijler 1-acties</li> <li>d. betrokken bij pijler 2 -acties</li> <li>e. expertteam MBM</li> <li>f. expertteam communicatie</li> <li>g. betrokken bij leernetwerk monitoring en afstemmen monitorings systematieken</li> <li>h. expertteam educatie</li> </ul> <p>De belangrijkste bijdrage omvat in alle parken voortvarend meewerken aan beoogde transitie (niet begroot op fte / geld)</p>	5 fte	25.000 <sup>12</sup> 100.000
Natuurmonumenten	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Regiegroep programma nationale parken</li> <li>b. expertteam Ruimtelijke kwaliteit en expertschil ruimtelijke kwaliteit</li> <li>c. betrokken bij pijler 1-acties</li> <li>d. betrokken bij pijler 2-acties</li> <li><b>e. betrokken overkoepelend product/beleving</b></li> </ul>	200 uur	

<sup>12</sup> Salarisbijdrage programma ondersteuner

	f. expertteam communicatie g. betrokken bij leernetwerk monitoring en afstemmen monitorings systematieken De belangrijkste bijdrage omvat in alle parken voortvarend meewerken aan beoogde transitie (niet begroot op fte / geld)		
Landschappen NL	a. Expertteam Ruimtelijke kwaliteit, en expertschil ruimtelijke kwaliteit b. betrokken bij pijler 1-acties	100 uur	
FPG	a. Regiegroep programma Nationale Parken <b>b. Trekker actiepunt verdeling lusten en lasten</b>	80 uur	
Ministerie LNV	a. Nationale Parken Bureau <b>b. mede trekker actiepunt inspanning borging NPs in omgevingsbeleid</b> c. betrokken bij IBP voorstellen en regiodeals 2019 d. Bijdragen aan internationale marketingcampagne e. lid expertteam educatie <b>f. trekker vertalen educatiestrategie naar subsidiewijze</b> <b>g. mede trekker actiepunt procesbudget / financiering NP</b>	nntb	250.000  305.000
Provincies	a. Nationale Parken Bureau b. expertteam ruimtelijke kwaliteit <sup>13</sup> <b>c. mede trekker actiepunt borging NPs in omgevingsbeleid</b> <b>d. mede trekker IBP voorstellen en regiodeals 2019</b> e. expertteam MBM <sup>14</sup> f. expertteam communicatie <sup>15</sup> g. betrokken bij leernetwerk monitoring h. expertteam educatie <sup>16</sup> i. betrokken bij nieuwe educatie subsidiewijze. <b>j. mede trekker actiepunt procesbudget / financiering NP</b>	Nntb	nntb
RCE	a. expertteam ruimtelijke kwaliteit en expertschil ruimtelijke kwaliteit	0.6 fte	

<sup>13</sup> Deskundigen provincie Drenthe, Friesland, Gelderland, Zuid Holland

<sup>14</sup> Deskundige provincie Zeeland

<sup>15</sup> Deskundige provincie Friesland

<sup>16</sup> Deskundige provincie Zeeland

	b. betrokken bij pijler 1 acties c. <b>trekker ontwikkelen en uitvoeren Erfgoed Telt Deal</b> d. betrokken bij themajaar ode aan het landschap		
CRA	a. expertteam ruimtelijke kwaliteit b. betrokken bij actiepunten pijler 1 (landschapsstrategie en fysieke herkenbaarheid)	0.1 fte	
NBTC	a. Expertteam MBM b. betrokken bij pijler 2 acties c. <b>trekker themajaar ode aan het landschap</b> Voorts incorporeert NBTC de marketing van Nationale Parken en Holland National Parks in de Holland City Strategie.	0.3 fte	29.000 <sup>17</sup>
IVN	a. betrokken bij ontwikkeling mackaton, product/beleving en bezoekerscentra b. expertteam communicatie c. <b>trekker expertteam educatie</b> d. <b>Trekker Educatiestrategie</b> e. betrokken bij vertalen educatiestrategie naar subsidiewijze	400 uur	
ANWB	a. Regiegroep programma Nationale Parken b. expertteam MBM b. betrokken bij ontwikkeling product /beleving c. betrokken bij pijler 2 acties b. expertteam communicatie	0.1 fte	Middelen ANWB-fonds
Recron	a. expertteam MBM b. betrokken bij ontwikkeling product/beleving	Nntb	nntb
(aspirant) Nationale Parken	a. expertteam Ruimtelijke kwaliteit en expertschil <sup>18</sup> b. <b>Trekker actiepunt landschapsstrategie</b> <sup>19</sup> c. <b>Trekker actiepunt om NPs fysiek herkenbaar te maken</b> <sup>20</sup> d. <b>Mede- trekker IBP voorstellen en regiodeals 2019</b> <sup>21</sup>	NNtb	nntb

<sup>17</sup> Korting inhuur programmamanager MBM

<sup>18</sup> Drentsche Aa

<sup>19</sup> Hollandse Duinen

<sup>20</sup> nntb

<sup>21</sup> Alle (aspirant) NP

	<p><b>e. trekker actiepunt ontdekken gebiedsidentiteit<sup>22</sup></b>  <b>f. mede trekker internationale marketingcampagne<sup>23</sup></b>  <b>g. mede trekker aansluiting andere NPs aan internationale campagne</b>  <b>h. mede trekker landelijke marketingcampagne<sup>24</sup></b>  i. betrokken bij diverse pijler 1 en pijler 2 acties  j. expertteam communicatie<sup>25</sup>  k. expertteam educatie<sup>26</sup>  <b>l. mede trekker actiepunt samenwerking en kennis delen<sup>27</sup></b></p>		
Nationale Parken Bureau	<p>a. betrokken bij diverse pijler 1 acties  <b>b. mede-trekker internationale marketingcampagne</b>  <b>c. mede trekker aansluiting andere NPs aan internationale campagne</b>  <b>d. trekker mackaton ontwikkeling product/beleving</b>  <b>e. trekker initiatief bezoekerscentra</b>  <b>f. mede-trekker leernetwerk monitoring</b>  g. betrokken bij diverse pijler 2 acties  <b>h. mede trekker actiepunt samenwerking en kennis delen</b>  i. trekker uitrol ambitiekader standaard  <b>j. Trekker organisatie leernetwerken, etc</b></p>	Inzet gebaseerd op inbreng partners	Financiering gebaseerd op inbreng partners

<sup>22</sup> Alle (aspirant) NP

<sup>23</sup> Waddenzee Werelderfgoed, Hollandse Duinen en NL Delta

<sup>24</sup> Alle (aspirant) NP

<sup>25</sup> Alde Feanen

<sup>26</sup> Oosterschelde

<sup>27</sup> 12 (aspirant) NPs