



Rondetafelgesprek met VVV's over toerisme op de Waddeneilanden

Van DMO naar DEO



VVV Texel evolueert steeds meer van een DMO (Destinatie Management Organisatie) naar een DEO (Destinatie Expertise Organisatie). Dat zegt directeur Frank Spooren in een rondetafelgesprek over toerisme op de Waddeneilanden met zijn collega's Michel Aaldering (Terschelling), Marjan Bosscha (Ameland) en Joke Eijer (Schiermonnikoog). Volgens Spooren blijft de VVV op deze manier relevant voor andere partijen. Zijn collega's onderschrijven dat. Een rondetafelgesprek over de rol van toerisme op de eilanden en de leefbaarheid die onder druk staat. Maar niet door toerisme.....

Peter Bekkering en Ton Vermeulen

Foto's: Foto Michel Aaldering door Gerard Roos. Foto Groene Strand door Michel Aaldering.



Bezoekers kijken naar de zonsondergang op het Groene Strand van Terschelling.

Ameland

Marjan Bosscha is sinds 1 januari 2023 directeur van VVV Ameland. Het eiland pretendeert er voor iedereen te zijn, zegt Bosscha: "Het betekent dat we een breed en divers aanbod hebben, dat vooral gericht is op buitenactiviteiten en het genieten van natuur en cultuur. Verder hebben we veel groepsverblijven en minder kampeerplaatsen in vergelijking met andere Waddeneilanden."

Als DMO houdt VVV Ameland zich bezig met het gastheerschap en de promotie van het eiland. VVV Ameland kan zichzelf financieel bedruipen omdat het provisie krijgt voor de verhuurde huisjes op het eiland. Daarnaast zijn er inkomsten vanuit verkoop in een grote winkel, die VVV Ameland in staat stelt om de bezoekers van het eiland gratis van informatie te voorzien. Op het eiland verzorgt VVV Ameland ook een aantal maatschappelijke taken, zoals een bibliotheek. Voor marketing en promotie krijgt VVV Ameland voor de helft vanuit de gemeente financiering en voor de andere helft vanuit de leden. VVV Ameland heeft momenteel circa 550 leden.

De gasten zijn voor ongeveer 70 procent afkomstig uit Nederland, 30 procent uit Duitsland en een paar procent 'overige'. "Het grote percentage Duitsers komt mede omdat de auto mee mag op het eiland."



Het belang van toerisme

Aan het begin van het rondetafelgesprek gaan de vier in op het belang van toerisme voor de Waddeneilanden. Toerisme is voor Ameland "de kurk", zegt Bosscha. "Zonder toerisme kunnen we hier niet leven. De keiharde cijfers zijn misschien 60 procent, maar als je kijkt naar wat met toerisme samenhangt kom je wel op 95 procent." Volgens Bosscha beseffen 'de eilanders' het belang van toerisme, maar hangt het wel af van het moment van vragen: "Toen er onlangs problemen met de vaargeul waren, was er meteen bezorgdheid over de gevolgen op lange termijn. Enkele maanden eerder daarentegen, bij het vaststellen van de nieuwe gemeentelijke toeristische visie, waren er juist geluiden dat het toerisme minder moest." Aaldering haakt erop in: "Het hangt ook af van de levensfase waarin ze zitten. Of ze gepensioneerd zijn en het geld al binnen hebben of dat ze nog afhankelijk zijn van het toerisme. Daarnaast hebben de covid-jaren pijnlijk duidelijk gemaakt hoeveel mensen direct en indirect afhankelijk zijn van het toerisme." Hij noemt een voorbeeld: "Als Terschelling hebben we 5000 inwoners, 5 supermarkten, een HEMA en een bioscoop. Geen enkel dorp heeft die voorzieningen. Ze kunnen alleen maar bestaan wanneer er geld wordt verdiend op het eiland." Ook Eijer vindt dat het erg afhangt van wie je het vraagt. De gemiddelde eilander op Schiermonnikoog is echt gastvrij en zich bewust van het belang van de toerist voor het eiland. Er is echter ook een deel 'nieuwe' eilanders die voor de rust komen en dat vooral willen bewaken.

"Als je kijkt naar wat met toerisme samenhangt kom je wel op 95 procent"

Op Texel is het aandeel van toerisme in de eilandeconomie ruim 80 procent, zegt Spooren. Hij beaamt de woorden van Aaldering over de levensfase, maar relateert ook meteen: "Texel heeft de oppervlakte van de stad Amsterdam. Toch heeft iedereen op het drukste moment van het jaar op het eiland nog altijd een half voetbalveld tot zijn beschikking." Ook Spooren wijst op de covid-periode: "Het eiland barstte in die periode uit zijn voegen, waardoor we covid economisch meer dan uitstekend hebben doorstaan. Tegelijkertijd zagen we een doelgroep met ander gedrag en andere behoeftes naar het eiland komen. Dat waren mensen die normaliter naar Ibiza, de costa's in Spanje, de Griekse eilanden en de all-inclusives gingen en hun verwachtingen waaraan een vakantie moet voldoen daarop baseerden. Dat zorgde voor een discrepantie en soms frictie tussen wat er op het eiland te vinden is en wat deze nieuwe doelgroep zoekt." Aaldering vult aan: "Covid heeft er op Terschelling wel voor gezorgd dat de mensen die al enigszins negatief waren over toerisme hun moment hebben gepakt om dat harder neer te zetten." Daarbij stoort het Aaldering dat een deel van de nieuwe doelgroep soms te gemakkelijk door de criticasters werd neergezet als 'Ibiza-gangers'. Spooren is de nieuwe doel-

groep dankbaar: "Ten eerste hebben ze tijdens covid onze eilandecconomie overeind gehouden. Ten tweede hebben we een doelgroep op het eiland gehad die er nog nooit was geweest."

Leefbaarheid

Volgens Eijer zal er altijd een kleine categorie eilandbewoners op Schiermonnikoog zijn die ervaart dat de leefbaarheid van het eiland door toerisme onder druk staat. "Wij zien dat niet zo. Bovendien is het voordeel van een eiland dat er een natuurlijke begrenzing is: we hebben een vast aantal bedden in de verhuur en ook de boot vaart een vast aantal keren. Meer gasten kunnen er niet komen. Bovendien blijft het eiland een gevoel van rust en ruimte geven omdat gasten zich ook in een drukke periode verspreiden over het eiland." Er zijn wel andere grote problemen, erkent Eijer: "Huisvestingsbeleid en personeelsbeleid. Er zijn onvoldoende huizen en de huizen die er zijn, zijn prijzig."

"De leefbaarheid staat kortom niet onder druk vanwege te veel toeristen, wel vanwege te weinig woningen en te weinig personeel"

Bosscha vindt net als Eijer niet dat de leefbaarheid op het eiland onder druk staat door het aantal toeristen. "Er zijn wel andere problemen, zoals inderdaad de huisvesting. Daarbij is de gemeente overigens wel op de goede weg doordat er meer huurhuizen gebouwd zijn. Het grootste probleem voor Ameland is momenteel de vaargeul. Een ander probleem is dat er niet voldoende personeel is om iedereen te bedienen." Ook op Terschelling staat de leefbaarheid niet onder druk, zegt Aaldering. "Onze natuurlijke barrière is bovendien nog groter omdat de veerdienst er twee uur over doet. Daar komt bij dat het aantal bedden – nu een kleine 20.000 – afneemt. Huizen worden opgekocht en niet meer verhuurd. We hebben dan weliswaar net als Texel 30 kilometer strand, maar we hebben minder mogelijkheden om mensen onder te brengen. Dat leidt ertoe dat je zelfs tijdens Oerol – wanneer het drukst is op het eiland – gewoon in de natuur kunt rondlopen. We hebben ruimte genoeg om rust te vinden. De leefbaarheid staat kortom niet onder druk vanwege te veel toeristen, wel vanwege te weinig woningen en te weinig personeel." Aaldering wijst er bij dat laatste op dat ook de wensen van het personeel zijn veranderd: "Vroeger ging je zes tot acht weken op een eiland vakantiewerk doen en was dat ook je vakantie. In die periode sliep je vaak met zijn allen op stapelbedden. Tegenwoordig willen ze maximaal twee tot drie weken werken en het liefst ook een eigen kamer." Spooren wijst erop dat er de laatste decennia op Texel duidelijk sprake is van seizoensverbreding. "Op Texel zeggen ze wel eens – enigszins kort door de bocht – dat je vroeger een seizoen had van acht weken en nu van acht maanden."

Schiermonnikoog

Joke Eijer is sinds april 2016 coördinator van VVV Schiermonnikoog en wordt vanaf 1 januari directeur. VVV Schiermonnikoog verhuisde in april 2021 naar Informatiecentrum Het Bakken dat het deelt met Natuurmonumenten. "We zijn twee gescheiden organisaties maar werken wel op veel gebieden samen zodat we de gasten beter en completer kunnen informeren. Onze hoofdactiviteit is gastheerschap en marketing. VVV Schiermonnikoog bestaat dankzij de leden en heeft een groot deel van de verhuurmarkt op het eiland. Daarnaast krijgen we een gemeentelijke bijdrage en zijn er inkomsten uit de winkel. Qua profiel lijken we veel op Ameland, een Waddeneiland waar we ook veel mee samenwerken. Daarnaast is Schiermonnikoog vooral het autoluwe eiland voor de groene gast. Het eiland is er voor de natuur- en rustliefhebber. Dat betekent overigens niet dat we een saai eiland zijn, want ook bij ons kun je leuke spannende activiteiten doen. Een van de grootste krachten van het eiland is dat we als Schiermonnikoog veel vaste gasten hebben: wie eenmaal komt, wil heel graag terugkomen."

De gasten komen voor het overgrote deel uit Nederland. Daarnaast zijn er veel Duitse en Belgische gasten.



Terschelling

Michel Aaldering is sinds maart 2018 directeur van VVV Terschelling. "Terschelling is als Waddeneiland onderscheidend, doordat het langgerekt is. Daardoor is het altijd in contact met de zee. Daarom is onze slogan ook: het ware eilandgevoel beleef je op Terschelling. Dat komt ook omdat Terschelling, in grootte het tweede eiland na Texel, veel kleine dorpjes heeft."

Volgens Aaldering is er op Terschelling veel te doen en te zien: "Dat maakt dat je er gemakkelijk meerdere dagen kunt verblijven. Ook omdat er meer variatie in natuur is in vergelijking met de andere eilanden." VVV Terschelling is geen vereniging, maar een stichting. "Dat betekent dat we geen leden hebben, maar deelnemers. We hebben circa 500 ondernemers die deelnemen aan de dingen die we doen." VVV Terschelling houdt zich bezig met gastheerschap en promotie. "Er is ook nog een andere partij op Terschelling die zich alleen met marketing bezighoudt. Uiteraard werken we daarmee samen."

VVV Terschelling doet aan bemiddeling en verzorgt 95 procent van de excursies op het eiland. Ook beschikt VVV Terschelling over een winkel. "De winkel genereert inmiddels bijna evenveel inkomsten als de bemiddeling en is daarmee een belangrijke pijler voor ons."

De gasten van Terschelling komen voor 90 procent uit Nederland, 8 procent uit Duitsland en de rest uit België en andere landen.



Dat betekent dat er meer gevraagd wordt van ondernemers en van mensen op het eiland. Het levert met name uitdagingen op op het gebied van werkgelegenheid. Vooral in de maanden dat er geen studenten meer zijn om te werken en er nog wel veel gasten zijn." Daarbij is er op Texel nog een probleem. "Binnen vijf jaar bereikt 50 procent van de Texelse werkenden de pensioengerechtigde leeftijd, een percentage dat ver boven het landelijk gemiddelde ligt. Het betekent dat in die periode 30 procent van de huidige banen vrijvalt tot vacatures. Op die uitdaging moeten we een antwoord vinden anders ziet het eiland zoals we nu kennen er over tien jaar heel anders uit.

"Lever als DMO proactief een bijdrage zodat je met elkaar de juiste koers vaart"

Spooren komt vervolgens met nog een uitdaging: mobiliteit. "De afgelopen 25 jaar is het aantal auto's in Nederland met 50 procent toegenomen. Dat zien we ook op het eiland. Daar komen mensen niet met een of twee auto's, maar met twee tot vier auto's. Bovendien willen ze, vaak per auto, meer doen in minder tijd. Je hebt dus meer auto's én meer bewegingen per auto. Daarnaast heb je de e-bike. Vroeger ging je bij windkracht vier niet fietsen maar wat anders doen, nu zet je de e-bike twee tandjes hoger en rijd je fluitend naar de vuurtoren. Resumerend zie je dat die capaciteitsverhoging (en -intensivering) aan auto- en fietsbewegingen bijdraagt aan de perceptie dat het eiland uit zijn voegen barst."

Andere rol VVV

Ondertussen is ook de rol van de VVV aan het veranderen. Bosscha: "Wij moeten vanuit de gemeente omdenken van 'alleen' promotie en marketing naar meer data vergaren en naar destiniatiemanagement." Eijer knikt: "Het beeld van Bosscha is herkenbaar. Waarbij we wel het kleinere zusje blijven. Dat wil zeggen dat wat op de grotere eilanden speelt in kleinere mate en wat vertraagt bij ons aankomt." Aaldering: "Wij krijgen weliswaar niet duidelijk de opdracht zoals bij Bosscha, maar ook wij zijn steeds bezig met het verzamelen van data. Ik zie het echt als een proces waar je met zijn allen in groeit." Spooren: "Als VVV krijgen we vaak het verwijt dat we zaken te rooskleurig voorstellen omdat we er 'voor het toerisme' zijn. Daarbij werd de discussie op het eiland nog steviger naar aanleiding van een Inwonersonderzoek Toerisme uit 2019. Een onderzoek dat wij nota bene hebben geïnitieerd omdat we het belangrijk vonden duidelijk te krijgen waar we het over hadden en waar we nu staan. Momenteel zijn we bezig met een pilot voor een mobiliteitsonderzoek waarbij we kijken naar het aantal bewegingen per auto en per fiets op meerdere plekken op het eiland. Zo'n onderzoek kan een mooie nulmeting zijn voor toekomstig beleid over het omgaan met de infrastructuur van het eiland." VVV Texel is ook ingestapt in een ander initiatief, HR Netwerk Texel.

“Het gaat om een stichting in oprichting die zich vooral bezig wil houden met arbeidsgerelateerde vraagstukken.” Het is een mooi voorbeeld van de richting waarin een DMO zich volgens Spooren moet ontwikkelen: “Lever als DMO proactief een bijdrage zodat je met elkaar de juiste koers vaart.”

“Momenteel passen we zelfs onze statuten aan zodat we die veranderende rol beter kunnen waarborgen”

Toekomst toerisme

Aaldering verwacht dat ook in de toekomst toerisme een stabiele factor voor het eiland zal zijn. “Wij onderzoeken elk jaar hoe vaak mensen komen. Je ziet dan dat je het aantal in feite door drie kunt delen want mensen komen vaak meerdere keren. Ik zie wel een andere trend: toerisme wordt steeds luxer. Kamperen wordt steeds minder. Daarnaast zie ik dat ook duurzaam toerisme een aandeel gaat krijgen, geen groot aandeel maar wel een duidelijk aandeel.” Bosscha sluit zich daarbij aan: “Toerisme blijft ook op Ameland onverminderd belangrijk, mits de boot natuurlijk blijft varen. Ook ik verwacht dat duurzaam toerisme een vlucht gaat nemen, al zal het wel tijd nodig hebben. Ik vind dat we de gasten wel positief mogen opvoeden: niet door te zeggen wat niet mag, wel door te zeggen wat beter is.” Volgens Eijer zijn de gasten die naar Schiermonnikoog komen van nature al bewuster bezig met zaken rond duurzaamheid. “Wat we daarnaast belangrijk vinden is dat we ook in de toekomst er zijn voor iedereen. Dus zorgen we samen met de ondernemers voor betaalbare accommodaties.” Spooren: “Ik moet vaak denken aan een reclame die als slogan heeft: door jezelf te blijven word je vanzelf bijzonder. Dat geldt ook voor onze eilanden denk ik. Concreet: als je erin slaagt om de juiste doelgroepen te laten aanhaken bij je kernwaarden, krijg je vanzelf een groep die ook op het eiland passend gedrag vertoont. Een mooi voorbeeld is onze samenwerking twee jaar geleden met de Koninklijke Wandel Bond Nederland. Als die groep naar het eiland komt, laten ze bijvoorbeeld vaker de auto staan.” Spooren kijkt met een positief beeld naar de toekomst van het toerisme op Texel. “Ik zie op korte termijn wel een behoudender uitgavepatroon bij de eilandgasten, zowel in de horeca als in de retail. Daarom blijf ik in het gesprek met ondernemers benadrukken dat de prijs-kwaliteitverhouding wel in balans moet blijven. Bij een stukje van ons aanbod is dat namelijk nog altijd niet zo.”

Van DMO naar DEO

Ondertussen is Aaldering erg bezig met de infrastructuur voor het toerisme op Terschelling: “Bijvoorbeeld door ervoor te zorgen dat als mensen die willen fietsen niet verdwalen

Texel

Frank Spooren is sinds september 2016 directeur van VVV Texel. Het grootste Waddeneiland is het enige Waddeneiland van de provincie Noord-Holland. Bovendien ligt het met twintig minuten varen het dichtste bij het vasteland. Spooren vindt Texel het meest veelzijdige Waddeneiland: “Een derde is beschermd natuurgebied. Daarnaast is er een infrastructuur met 8 musea en 7 dorpskernen met allemaal een eigen look and feel, 30 kilometer strand en 150 horecagelegenheden, variërend van een pannenkoekenhuis tot een sterrenrestaurant. Tenslotte onderscheidt Texel zich ook nog in volume, met 45.000 toeristische slaapplekken.” VVV Texel heeft zich vanaf 2016 geprobeerd te ontwikkelen van een traditionele VVV naar een eigentijds marketing- en communicatieplatform. “Wij zetten erg in op content, partnerships en PR, maar ook met expertises als e-commerce en data-analyse. Met twintig medewerkers focussen we ons op vier kerntaken: informeren en inspireren van onze gasten, een boekingsplatform waarop het meeste aanbod van Texel te vinden is, en promotie. De vierde taak, die de laatste jaren steeds groter is geworden, is het kennisplatform KADO Texel. Daarbij staat KADO voor Kennis Analyse Data en Onderzoek. Met KADO Texel willen we de achterban, lees: de ondernemers, helpen bij besluitvorming om zo een positieve impact te maken op het toeristisch product Texel.” VVV Texel heeft drie strategische partners, de Gemeente Texel, TESO en TOP Texel, het Texels ondernemersplatform. “Met die drie partijen heb ik een vierjarige prestatieovereenkomst voor een bedrag dat minder dan een kwart is van wat we jaarlijks financieel nodig hebben. Ruim driekwart komt uit inkomsten van accommodatieboekingen, ticketverkoop, fietsverhuur en reserveringen voor horeca.” De gasten van Texel komen voor 58 procent uit Nederland, 38 procent uit Duitsland, 3 procent uit België en 1 procent uit andere landen.



maar ergens terechtkomen. Ook onderzoeken we de mogelijkheid dat de bagage voor de boot al in Harlingen wordt afgegeven en op de juiste plek terecht komt, zodat mensen niet meer de noodzaak hebben de auto mee te nemen. Ondertussen werken we nauw samen met de gemeente. Zo hebben we een recreatieplatform waarmee we gevraagd en ongevraagd advies uitbrengen aan het college. We zijn echt een gesprekspartner en worden ook overal bij betrokken, inclusief de planvorming." Ook Eijer werkte traditiegetrouw al veel samen met ondernemers en de gemeente. "Daarbij vind ik het in onze rol als VVV belangrijk dat we ook zaken signaleren en die vervolgens bij ondernemers of gemeente neerleggen. In die zin verschuiven wij van alleen promotie en gastvrijheid meer richting management van het totaalplaatje: de wisselwerking tussen gast en ondernemer, de balans tussen vraag en aanbod en of het verwachtingspatroon wel klopt." Bosscha: "Wat lijken we toch op elkaar! Want ook op Ameland werken we nauw samen met de gemeente en zijn we betrokken geweest bij het nieuwe toeristische beleid. Ik vind het ook belangrijk dat de VVV een verbindende rol heeft en ervoor zorgt dat alle partijen aan tafel blijven. We zijn dan het oliemannetje." Spooen lacht: "Ook ik voel me zo'n oliemannetje! Momenteel passen we zelfs onze statuten aan zodat we die veranderende rol beter kunnen waarborgen. Waarbij we van een DMO (Destinatie Management Organisatie) evolueren naar een DEO (Destinatie Expertise Organisatie). Daarbij kan het over expertise gaan over marketing en communicatie, maar ook over bijvoorbeeld mobiliteit of andere zaken. Op deze proactieve manier blijven we relevant voor alle betrokken partijen."

Bewoners

De bewoners zijn een van die partijen. Eijer vindt het lastig om aan te geven wat de VVV voor hen doet. "Omdat we zo klein zijn, zijn bewoners vaak ook de ondernemers. We hebben wel een duidelijke rol als verzamel- en coördinatiepunt van alle evenementen. Daarvoor verzorgen we een agenda en kwartaalkrant, die zowel voor gasten als voor eilandbewoners is." Bosscha: "Ik noemde toerisme al eerder 'de kurk.' Dat houdt automatisch in dat we er ook voor de bewoners van Ameland zijn. Want zonder die toeristen is het hier niet leuk leven." Spooen: "In 2024 gaan we het bewonersonderzoek uit 2019 herhalen zodat we de uitkomsten van destijds kunnen vergelijken met hoe het nu is. Als je daarnaast bedenkt dat van de 13.500 inwoners van Texel er zo'n 1.200 ondernemers zijn, is dat al een fors aandeel. Maar ook met de andere inwoners zijn we in netwerken voldoende verweven." Aaldering: "Ook op Terschelling hebben we een bewonersonderzoek gehad. Daarnaast hebben we gedoe gehad rond evenementen. We zitten nu in een evenementenwerkgroep waarin ook verontruste bewoners zitten die moeite hebben met nieuwe ontwikkelingen. Toch proberen we met hen een evenementenbeleid te creëren. Het blijft daarbij belangrijk om goed naar elkaars argumenten te luisteren. Want daarvoor kun je soms toch iets gedaan krijgen."

Problemen en schrikbeelden

Als Eijer 'de baas' zou zijn van Schiermonnikoog is het eerste dat ze zou aanpakken het neerzetten van containers voor ondernemers waar personeel in kan wonen. Spooen vult aan: "Woningen en in het verlengde daarvan de handjes. Het is namelijk ook een uitdaging om voldoende jonge mensen aan te trekken die op het eiland willen wonen en werken." Voor Bosscha blijft een ander probleem het meest urgent: "Vaargeul en bereikbaarheid." Spooen heeft een duidelijk schrikbeeld: "Wanneer er weer eens wordt gesproken over een kwantitatieve groeistrategie, krijg ik een schrikbeeld van Texel als Scheveningen of Zandvoort in eilandverpakking. Daar moeten we ver van weg blijven." Aaldering heeft een ander schrikbeeld: "Het opkopen van vakantiehuizen. Vaak mooie pareltjes die vervolgens niet meer verhuurd worden en een groot deel van het jaar leegstaan." Bosscha de gezelligheid in de dorpsstraat verdwenen." Eijer: "Mijn schrikbeeld is dat de regelgeving nog meer toeneemt en dat het daardoor onmogelijk wordt om leuke, nieuwe en uitdagende evenementen te organiseren."

Over vijf jaar

Spooen verwacht de komende vijf jaar twee ontwikkelingen voor 'zijn' DMO: "Een verdere digitalisering en een verdere uitbouw van de rol als 'DEO." Aaldering: "Vanwege onze geweldige plek – recht tegenover de boot – verwacht ik dat bij ons de aanloop altijd zal blijven. Natuurlijk zet tegelijkertijd ook bij ons de digitalisering door: waar vroeger 80 procent aan de balie excursies boekte, is dat nu 20 procent. Daarnaast verwacht ik dat vanwege onze kennis en kunde van toerisme onze centrale rol als DMO binnen de gemeenschap nog verder zal toenemen." Bosscha: "Promotie en gastheerschap zullen blijven, maar ik verwacht dat we ons steeds meer zullen richten op een adviserende rol bij o.a. beleidszaken. Daarbij zijn we dankzij onze kennis en onze kennissen een goede gesprekspartner. Bovendien zorgen we met onze data ervoor dat er op basis van de juiste informatie beslissingen worden genomen." Eijer: "Ik verwacht dat de samenwerking met andere partijen en andere eilanden die de afgelopen jaren is ingezet de komende jaren verder groeit en wordt verstevigd en dat we de centrale partij blijven voor iedereen die iets wil weten over toerisme op Schiermonnikoog."

Hartenkreet

De Waddeneilanden mogen binnen Nederland best vaker worden uitgelicht. Dat is de hartenkreet van Eijer. "We zijn niet voor niets werelderfgoed." Aaldering formuleert het op een andere manier: "Gooi over alle landelijke problematiek de Waddentoets. Dan ziet het er net iets anders uit." Bosscha noemt daarbij het voorbeeld van de natuur: "Die is enorm belangrijk voor ons eiland, maar kijk er niet strak vanuit een algemene regel naar en let ook op de sociaaleconomische gevolgen en de specifieke plek." Spooen doet daarop een afsluitende oproep: "Zorg dat je oog houdt voor het lokale. Niet alleen in je promotie, maar ook aan de beleidsmatige kant."

