

Verdensarv Vadehavet

– *Manual for verdensarvsbrandet*



Foto: Norbert Hecker

.....

*Èt Vadehav –
en unik verdensarv.*

Enestående i sin mangfoldighed.
En unik naturlig dynamik.
Uforglemmelige oplevelser for alle.

.....

Hvorfor har verdensarvsbrandet betydning for dig?

Vi er i godt selskab!



Et stærkere, tydeligere og mere attraktivt verdensarvsbrand er en stor fordel, fordi et klart defineret brand underbygger og forstærker kommunikationsarbejdet og budskaberne. Verdensarvsbrandet kan både styrke Vadehavets globale omdømme og synlighed - og fremme samarbejdet og investeringerne i Vadehavsregionen, fordi det gør os i stand til at formidle Vadehavets unikke kvaliteter og globale betydning.

Fotos (fra toppen, med uret)
Vadehavet: Holland, Tyskland, Danmark.
Monumentale statuer: Påskeøerne.
Giant's Causeway: Irland.
Pyramiderne: Egypten.
Great Barrier Reef: Australien

Velkommen til Vadehavet



Vadehavet er en unik verdensarv, som vi kan dele med resten af verden. Vadehavet er verdens største, ubrudte system af tidevandsflader: et havlandskab af uvurderlig betydning, der strækker sig over 500 km kyst og tre lande - Holland, Tyskland og Danmark.

Der findes ikke noget sted i verden helt som Vadehavet - et rigt netværk af levesteder og naturlige miljøer, der er hjem for tusindvis af dyre- og plantearter. Vadehavets globale betydning ligger ikke kun i placeringen på den Østatlantiske trækrute, men også i stedets altafgørende betydning for den fortsatte bevarelse af de 10-12 millioner afrikansk-eurasiske vandfugle, der hvert år er afhængige af Vadehavet som føderessource, når de migrerer mellem Arktis og Afrika.

Vadehavet er et dynamisk, men også meget sårbart landskab. Et unikt verdensarvsområde på lige fod med verdenskendte, naturskabte vidundere som Grand Canyon i USA og Great Barrier Reef i Australien - optaget på verdensarvslisten som et sted af enestående universel værdi. Vadehavet er unikt i verden.

*Vadehavet er en unik verdensarv,
som vi kan dele med resten af verden.*



Hvorfor brande?

Det at brande et sted giver folk en klar ide om, hvad netop det sted, den by, det monument eller det naturområde har at byde på. Det giver en såkaldt stedsfornemmelse. Branding giver os mulighed for at definere, hvem vi er, og hvem vi gerne vil være.

Et brand skal være troværdigt, dvs. i overensstemmelse med virkeligheden, for at blive respekteret og værdsat. Derfor er det netop i alles interesse at bidrage til at fastholde det, som giver brandet Verdensarv Vadehavet dets værdi. Man kan sige, at vi omkring Vadehavet hver især repræsenterer brandet. Vi er ambassadører for Verdensarv Vadehavet, og har alle mulighed for at yde indflydelse på vores fælles fremtid.

Allerede før vi blev udpeget til verdensarv, fandtes der flere veletablerede sted- og destinationsbrands i Vadehavsregionen. Vi vil gerne dele de værdier, der ligger i brandet Verdensarv Vadehavet, med disse brands.

Styrken i brandet Verdensarv Vadehavet ligger i, at det forener os og derfor kan skabe større opmærksomhed om Vadehavet som en samlet enhed. Et naturområde, der er enestående i sin biologiske mangfoldighed. Et sted, der er værd at beskytte, og som alle skal have mulighed for at udforske og opleve.



Branding giver os mulighed for at definere, hvem vi er, og hvem vi gerne vil være.

Hvordan brander vi Verdensarv Vadehavet?

På disse sider finder du information om, hvad Verdensarv Vadehavet står for, hvad der er unikt, og hvad det kan tilbyde besøgende og samarbejdspartnere.

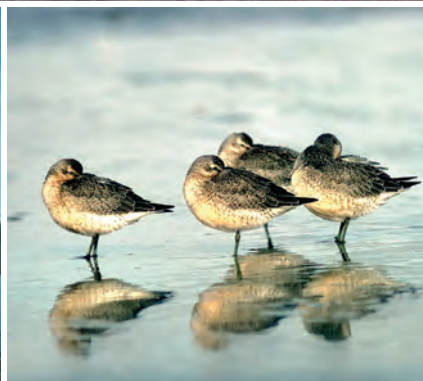
Formålet med brandmanualen er at hjælpe dig med at forstå, formidle og implementere brandet Verdensarv Vadehavet. Og med at kommunikere ensartet og præcist om verdensarvens mange fordele. Brandet styrkes, hvis alle benytter manualens standarder.

Vi er allesammen stolte over at være en del af denne enestående verdensarv. Brandingstandarderne på de følgende sider vil hjælpe os med at kommunikere ensartet og præcist om Verdensarvsområdet Vadehavets mange fordele. Målet med brandet Verdensarv Vadehavet er at gøre hele Vadehavet attraktivt, på tværs af de enkelte lande eller regioner. Med din hjælp kan vi skabe den opmærksomhed, begejstring og loyalitet for området, som vil gøre Vadehavet til en kendt og anerkendt destination.



Formålet med brandmanualen er at hjælpe dig med at forstå, formidle og implementere brandet Verdensarv Vadehavet. Brandet styrkes, hvis alle benytter manualens standarder.

Branddefinitioner



Hvad er et brand?

Et brand er en unik og attraktiv ide udtrykt i produkter, steder, services, mennesker og oplevelser. Et "stedbrand" gør folk opmærksomme på stedet og får dem til at forbinde det med noget positivt.

Hvad er et brand statement?

Et udsagn, der beskriver brandets sjæl og formidler fordelene og det helt særlige, brandet tilbyder.

Hvad er brand essence?

Et brands grundliggende karakter eller kvaliteter.

Hvad er brandets værdier?

Værdierne er brandets attraktive egenskaber. De er kernen i brandet, og vejledende for alt, hvad vi foretager os.

Hvad er brandets core characteristics?

Kerneegenskaberne definerer, hvad brandet står for, og hvad det kan præstere.

Hvad er brandets mission?

Hvordan brandet optræder, og hvordan det underbygger det brandet signalerer.

Hvad er et tagline?

Et kortfattet og præcist slogan, der sammenfatter og formidler brandet.

Hvad er et logo?

Et grafisk symbol, som repræsenterer et brand.

Hvad er 'verdensarv'?

Ifølge UNESCO er verdensarv:
"...det, vi arver fra fortiden, lever med i dag,
og giver videre til fremtidige generationer.
Vores kultur – og naturarv er en uerstattelig
kilde til liv og inspiration. Det er vores
referencepunkt, vores identitet."

Fotos (fra toppen, med uret)
John Frikke, Klaas Kreuijer, Martin Stock



Det enestående ved begrebet verdensarv er, at det forstås overalt i verden. Verdensarven tilhører alle folkeslag.

For at blive optaget på verdensarvslisten skal et område have enestående universel værdi. Det betyder, at det skal kunne leve op til mindst et ud af ti udvælgelseskriterier, og så skal det være ordentligt beskyttet og forvaltet og leve op til et integritetskrav.

Ordene 'enestående universel værdi' er nøglen. Med de ord forstås en "kultur eller natur, som er af så enestående betydning, at det overskrider nationale grænser og er af fællesbetydning for nuværende så vel som for fremtidige generationer."

Alle tre ord – 'enestående', 'universel' og 'værdi' – er væsentlige for forståelsen af det bagvedliggende koncept:

Enestående:
områdets unikke særegenhed

Universel:
har en betydning, der er global og ikke blot en national eller regional

Værdi:
definerer områdets værdi og klassificerer dets betydning på baggrund af klare standarder, herunder kravet til integritet.

*Verdensarven tilhører
alle folkeslag.*

Hvorfor er Vadehavet på UNESCOs Verdensarvsliste?

Vadehavets enestående universelle værdi ligger i områdets enestående betydning for bevarelsen af biodiversiteten samt de økologiske og geologiske processer.

Det er et ekstremt dynamisk landskab – og verdens største ubrudte system af tidevandsflader. Ingen andre steder i verden har et så forskelligartet landskab skabt af tidevandet – en skabelsesproces som stadig er i gang den dag i dag. Det netop denne forskelligartethed i landskabet, som gør Vadehavet til et enestående levested for flere end 10.000 dyre- og plantearter. Derudover har Vadehavet global betydning for den fortsatte bevarelse af de 10-12 millioner vandfugle, der er afhængige af Vadehavet som føderessource, når de årligt migrerer mellem Arktis og Afrika.

Sidst men ikke mindst lever Vadehavet op til kravet om integritet: Det indeholder alle de intakte natur-karakteristika, som er nødvendige for at kunne bevare de værdier, som ligger til grund for dets optagelse på listen.

Med andre ord:

- Det er stort nok til at omfatte væsentlige 'enestående universelle værdier'.
- Det bliver ved med at være levedygtigt.
- Det har en god bevaringsstatus.

Der er ikke nogen ny ide at beskytte Vadehavet. Holland, Tyskland og Danmark har samarbejdet om at bevare og beskytte Vadehavet som en økologisk enhed siden 1978. Vadehavet omfatter det fredede hollandske Vadehavsområde, de tyske Vadehavsnationalparker i Nedersaksen, Slesvig-Holsten og Hamborg, samt den beskyttede danske del af Vadehavet.



Det mangeårige samarbejde mellem Holland, Tyskland og Danmark førte i 2009 til, at UNESCO udpegede Vadehavet til verdensarvsområde. Udpegelsen som verdensarv er et resultat af den fælles indsats i det trilaterale samarbejde og understreger, at Vadehavet er en økologisk enhed, der tilhører alle parterne.

Vadehavet byder på alt, hvad UNESCO anser for at være bevarings- og beskyttelsesværdigt – en kæmpe skat af naturværdier.

Et Brand for Verdensarv Vadehavet

Brand essence

Én unik destination. Én global verdensarv. Ét Vadehav, som skal beskyttes og som vi deler med verden.

Vores brand kan opsummeres på følgende måde:

Ét Vadehav – en unik verdensarv.

- Enestående i sin mangfoldighed
- En unik naturlig dynamik.
- Uforglemmelige oplevelser for alle.

Brand statement

Verdensarv Vadehavet er kulminationen på en rejse og belønningen for en konstant udvikling over mange år – støttet af lokalbefolkningen, organisationer og myndigheder.

De tre landes samarbejde bygger på beskyttelsen af et enestående, universelt tidevandsområde, som byder på helt unikke og berigende oplevelser. Overalt i Vadehavet, på tværs af lande og regioner, kan besøgende opleve stedets særegne skønhed og det utroligt righoldige plante- og dyreliv. Vadehavet byder på alt, hvad UNESCO anser for at være bevarings- og beskyttelsesværdigt - en kæmpe skat af naturværdier.

Værdier

Et brands værdier udtrykker brandets essens, og italesættes ofte ud fra et sæt egenskaber og et centralt udsagn om brandet.

Et brands værdier kan udtrykkes i ord, og de kommunikerer brandets 'udtryk'. De kan også udtrykkes visuelt i form af fx billeder, tegninger eller animationer.

Når du vil bruge brandet i en bestemt sammenhæng (fx en brochure, en event eller en kampagne), kan du altid kigge på brandets værdier og få inspiration til dine budskaber, billeder mv.

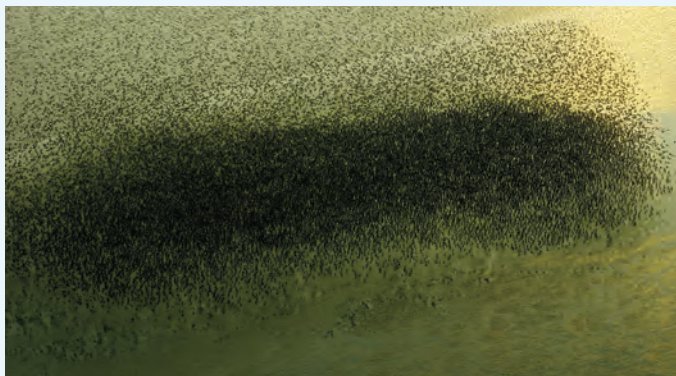
Verdensarv Vadehavet står for beskyttelse af biodiversitet, og af jordens naturlige og dynamiske processer. Vadehavet tilhører familien af globalt anerkendte Verdensarvsområder.



Core characteristics

Brandet Verdensarv Vadehavets core characteristics beskriver, hvad brandet står for, hvad der gør Vadehavet unikt, og hvorfor det er blevet udpeget til Verdensarv.

Fotos (fra toppen, med uret)
Martin Stock, Martin Stock, John Frikke.



Brandet Verdensarv Vadehavet kerneegenskaber bakker op om Verdensarv Vadehavet gennem:

- At beskytte og bevare verdens største ubrudte system af tidevandsflader - nu og for fremtidige generationer.
- At være uerstattelig og have global betydning i kraft af dets biodiversitet samt økologiske og geologiske processer.
- At tilbyde et fuldstændigt og intakt naturområde takket være naturbeskyttelsen og samarbejdet på tværs af landegrænserne.
- At være fortidens gave til fremtiden, og en kilde til uforglemmelige oplevelser.
- At passe på vores naturarv og tage ansvar for vores fremtid.
- At tilbyde en unik natur til glæde og inspiration for alle.
- Fortsat at knytte bånd mellem turisme og beskyttelse af naturen.

Vores publikum

Vi fokuserer hele tiden på mennesker og på, hvordan de oplever brandet Verdensarv Vadehavet. Vores brand skal både tale til deres hjerner og hjerter.

Fotos (fra toppen, med uret)
Ameland, Jens Koenig, Beate Ulrich, Martin Stock.



Vores primære publikum er:

- Indbyggere i Vadehavsregionen
- Forretningsdrivende i Vadehavsregionen
- Folk som arbejder i Vadehavsregionen
- Besøgende i Vadehavsregionen
- Partnere i lokalsamfundene og i organisationerne
- Folk som arbejder med beskyttelse og forvaltning af Verdensarv Vadehavet

Det er vigtigt, at vores publikum identificerer sig med brandet Verdensarv Vadehavets værdier, så de gives videre til fremtidige generationer gennem:

- At øge opmærksomheden på beskyttelsen og forvaltningen af Vadehavets status som verdensarv.
- At identificere sig med Verdensarv Vadehavet.
- At formidle brandets værdier.
- Altid at arbejde for at forbedre offentlighedens opfattelse af os og af det, vi gør.
- At sørge for en stærk og visuelt koordineret formidling.

Fordelene ved at bruge brandet Verdensarv Vadehavet

Fotos (fra toppen, med uret)
Die Nordsee GmbH, F Liebmann, E Koop.



For interessenterne

- At dele de principper der ligger til grund for Brandet og få del i den globale anseelse.
- At fremme Vadehavet nationalt og internationalt når det gælder synligheden, kendskabet og beskyttelsen.
- At forbedre mulighederne for at tiltrække og koordinere investeringer inden for en fælles strategi.
- At fungere som ambassadører for øget offentlig opmærksomhed ift. beskyttelse af naturen og bæredygtig turisme.
- At skabe synergier og øge mulighederne for regionalt og internationalt samarbejde og opbakning.

For de besøgende

- At dele brandets fælles idealer.
- At få vished om høj kvalitet og unik status.
- At få et detaljeret overblik over Vadehavet og dets regioner.
- At gøre det muligt at rejse på en etisk og miljømæssig forsvarlig måde.

Brandets mission

Den grundlæggende filosofi i Verdensarvskonventionen er 'at anerkende at vi som mennesker interagerer med naturen og at det er fundamentalt nødvendigt at bevare en balance mellem de to.

Vi ønsker, at vores beslutninger og handlinger i Vadehavet afspejler denne grundtanke. Handler vi i forhold til dette, mener vi, at det på længere sigt vil være til fordel for besøgende, turister, samarbejdspartnere, interessenter og i sidste ende for Verdensarven.

Foto: John Frikke.



Vi tager ANSVAR for...

- Vores verdensarv.
- At skabe global anerkendt kvalitet.

Vi handler med OPRIGTIGHED i alt, hvad vi gør for at...

- Bevare Vadehavet til fremtidige generationer.
- Integrere beskyttelsen af verdensarven i den offentlige og den private sektor.
- Omsætte vores globale ansvar til lokal handling.

Gennem FÆLLES MÅL vil vi...

- Arbejde sammen om at opnå en intelligent og bæredygtig benyttelse af Vadehavsregionen.
- Fortsat samarbejde om naturbeskyttelsen.
- Dele oplevelser, viden og ideer og dermed skabe bedre kommunikation, interaktion og sammenhold.
- Sætte en ære i at tilbyde en velbeskyttet og intakt natur.

Vi håber, at denne mission kan inspirere dig i måden, du arbejder med Vadehavet på i dag. Vores mission er et væsentligt element i at kunne tilbyde folk den bedste oplevelse af Verdensarv Vadehavet.

.....

Med UNESCOs godkendelse af Vadehavet som verdensarv, har Vadehavet potentiale til at blive et anerkendt brand!

.....

Èt Vadehav – en unik verdensarv.

www.vadehavet-verdensarv.dk



Udgivet af

Common Wadden Sea Secretariat,
Virchowstrasse. 1, D-26382 Wilhelmshaven
info@waddensea-secretariat.org
www.waddensea-secretariat.org

Redigering og koordinering

Dr. Harald Marencic og Anja Domnick

Grafisk design

Creative Concern

Udgivet

Februar 2014

Tak

Det Trilaterale Vadehavssamarbejde vil gerne takke sine eksterne samarbejdspartnere for deres bidrag i forbindelse med udarbejdelsen af denne brandmanual, herunder en særlig tak til:

Related og Global Denmark for deres assistance med at oversætte branding strategien til dansk.

Professor Andreas Mack for at hjælpe arbejdsgruppen med at identificere brandingpotentialet og for hans gennemgang af brandmanualen i et konceptuelt perspektiv.

Creative Concern for deres hjælp med kreativt at visualisere og formidle brandets profil til interessenterne.

Denne brandmanual er udviklet med støtte fra Interreg IVB North Sea Region Programme.