



ruimtelijke ontwikkeling *magazine*

**THEMA: Erfgoed  
als kapitaal bij  
ontwikkeling**

**7/8**

*Lees verder*

- + **Cultuurhistorisch erfgoed en  
privaat ondernemerschap**
- + **Grandeur van weleer**
- + **Erfgoed en identiteit**
- + **Erfgoedtoerisme**

juli/augustus 2010

[www.romagazine.nl](http://www.romagazine.nl)

# Erfgoedtoerisme

*Vanuit de vrijetijdshoek wordt erfgoed als kapitaal herkend en erkend. Voor onderwijsinstellingen zoals het internationaal hoger onderwijs voor vrije tijd en toerisme (NHTV) betekent dit bijvoorbeeld dat de relatie erfgoed en toerisme in verschillende opleidingen een plaats heeft gekregen. Ook al is de manier van optimaal gebruik van erfgoed in de meeste plannen nog niet volledig uitgekristalliseerd, toch is de noodzaak voor het gebruik van erfgoed binnen andere vakgebieden duidelijk geworden.*

**E**rfgoed krijgt een steeds nadrukkelijker betekenis in onze samenleving, vanwege de bijdrage die het levert aan de (culturele) identiteit van gebruikers. Juist in een tijd waar cultuur steeds meer standaardiseert in zowel gemeenten, musea als openbare ruimten, neemt ook de drang toe zich als gebruiker of bezoeker binnen een bestemming te willen onderscheiden. De sterke tendens richting standaardisatie en conformiteit van bestemmingen kent ook een andere kant.

## *De 'creating heritage'-trend is al langer zichtbaar in de ruimtelijke ordening en de stedenbouw*

Naast een groeiende mondiale cultuur is er in toenemende mate belangstelling voor lokale en regionale cultuur. Deze paradox, die ook wel bekend staat als de 'global-local paradox' of 'glocalisation',<sup>1</sup> wijst erop dat globalisering het nodig en wenselijk maakt dat bijvoorbeeld steden zich duidelijker moeten onderscheiden van andere steden. Dat gebeurt onder meer door centrumstedelijke herprofilering en evenementen. Vaak gebruikmakend van hun specifieke kenmerken, trachten steden 'a sense of place' te creëren en te stimuleren. Die specifieke kenmerken kunnen zijn een historische gebeurtenis, (nationale) monumenten of waardevolle gebouwen, de geografische locatie, of een bijzonder landschap. De relatie met toerisme is dan gauw gelegd, en met succes. Het aantal bezoekers van historische plekken en plaatsen groeit enorm. Steden als Bath, Venetië, Carcassonne of Le Mont St. Michel worden overspoeld door bezoekers met bijbehorende effecten. Vanzelfsprekend heeft dit gezorgd voor allerlei paradoxen en conflicten in het management van dergelijke plekken en plaatsen. Naast bedreigingen voor conservering, levert het echter ook een enorm scala aan kansen op, voor zowel erfgoed specialisten als voor (ruimtelijk) ontwikkelaars.

## **Historische gevoelswaarde**

Erfgoed trekt werkgelegenheid aan, zet steden op de kaart en zorgt bovendien voor een draagvlak om bescherming en behoud van het erfgoed te bekostigen. Wij onderscheiden bij het vaststellen van een verdienmodel voor gebiedsontwikkelingen drie aspecten, te weten publieksbeleving met erfgoed, erfgoedmarketing en ruimtelijk ontwerp geïnspireerd op erfgoed. Vastgoed dat vermarkt is met erfgoed sneller te verkopen. Bovendien levert het een waardestijging op en een grotere maatschappelijke betrokkenheid, economische impulsen en toeristische aantrekkingskracht door publieksbeleving. Binnen deze context is het niet zo verwonderlijk dat in het straatbeeld steeds vaker 'historische' gebouwen, landschappen, woonwijken, themaparken en evenementen verschijnen. Deze 'creating heritage'-trend is al langer zichtbaar in de ruimtelijke ordening en de stedenbouw. Een nieuwe stad zoals Lelystad presenteert zich als Bataviastad, een stad met een rijk koloniaal verleden in de Gouden Eeuw. Maar ook nieuwe woningbouwprojecten krijgen in toenemende mate met de inrichting een historische 'identiteit'





De 'nostalgische' woonwijk Brandevoort in het Brabantse Helmond.

Foto: J. Klomp

mee. Voorbeelden zijn de archeologische 'stiltegebieden' in de Vinex-locatie Leidsche Rijn, de kastelenbouw in de Vinex-locatie Haverleij in Den Bosch, de 'nostalgische' woonwijk Brandevoort in het Brabantse Helmond en recentelijk het Inntel Hotel in Zaanstad.

### Verdienmodel

Voor toeristische ontwikkelingen biedt het gericht gebruik van erfgoed mogelijkheden. Vaak is de wens het rendement



van een bepaald gebied in geld uit te drukken een belangrijk begin om investeerders en ontwikkelaars over de drempel te helpen.<sup>2</sup> Zo heeft de NHTV de economische meerwaarde van de West-Brabantse verdedigingslijnes onderzocht. Vastgesteld is dat de aanwezigheid van deze verdedigingslijnes ook in economisch opzicht kansen biedt voor toeristisch-recreatieve ontwikkeling. Daarnaast zijn aanbevolen acties beschreven, ingedeeld volgens de drie pijlers van een 'benuttingsanalyse'; erfgoed, doelgroepen en visie. De invulling van deze drie pijlers leidt tot de optimale benutting van het erfgoed.

Ook elders in ons land zijn letterlijk grensoverschrijdende voorbeelden te vinden van projecten waarbij erfgoed, soms zelfs immaterieel erfgoed, wordt gebruikt als toeristische trekpleister. Het project Kunstwegen is daarvan een zeer aansprekend voorbeeld. Hierbij zijn cultuurhistorische fenomenen en andere vormen van erfgoed op kunstzinnige wijze verbeeld en met elkaar verbonden door een toeristische route in het Duits-Nederlandse Vechtdal.<sup>3</sup>

De laatste jaren wordt steeds nadrukkelijker nagedacht over het afstemmen van bezoekersprofielen met de wijze van presentatie van erfgoed. Zo is voor de Floriade in Venlo in 2012 met bezoekersprofielen in handen een integraal plan gemaakt voor de beleving van erfgoed. '5000 jaar land- en tuinbouw' is daarbij het motto.

### Maatschappelijk

Indien erfgoed als boegbeeld wordt gebruikt voor toeristische ontwikkeling, is het maken van een duidelijke selectie ten aanzien van thematiek sterk aan te bevelen. Dit schept focus en maakt de vertaling naar gebruikers toe duidelijker. Een dergelijke aanpak levert uiteindelijk aanzienlijk meer rendement op dan de meer conventionele aanpak waarbij vaak een overkoepelende visie veelal ontbreekt of waar nauwelijks een keuze wordt gemaakt ten aanzien van het te presenteren erfgoed.

Door erfgoed niet langer vanuit zijn eigen, beschermde vakdiscipline, te bezien, maar tot een meer maatschappelijk gewogen fenomeen te maken, is het toeristische rendement ook aanzienlijk te verbeteren. Deze meer integrale werkwijze is dan ook de toekomst voor het toerisme en erfgoed. Hierbij worden bezoekers aangesproken met voor hen relevante thematiek, op een belevingsprofiel geënte aanpak.

### ↑ Jolanda Bos en Elke Ennen

Werkzaam bij The Missing Link en de NHTV, Breda

#### Noten:

1. Zie bijvoorbeeld: Harvey, D. (1989), *The condition of post modernity*, Blackwell, Oxford.
2. Zie bijvoorbeeld: Burtenshaw (2008), Bade T. en Smit, G. (2005), *Eigen haard is goud waard, Over de economische baten van cultuurhistorisch erfgoed*. Kenniscentrum Triple E, Arnhem.
3. *Kunstwegen, het reisboek* (2005).