

Immaterieel erfgoed als proeftuin van een mondialiserende samenleving



Kennisagenda 2017-2020
Kenniscentrum Immaterieel Erfgoed Nederland

ONDERZOEKSLIJN 5

IMMATERIEEL ERFGOED & TOERISME

Hoe ga je om met commercialisering van immaterieel erfgoed?

Hoe vermarkt je je erfgoed zonder dat het een toeristenkunstje wordt? Iets waar niemand uit de erfgoedgemeenschap zich nog in herkent? UNESCO pleit voor 'duurzaam toerisme'. Maar hoe vul je dat precies in? Hoe ga je om met commercialisering van je immaterieel erfgoed? Dat onderzoeken we binnen de onderzoekslijn Immaterieel Erfgoed & Toerisme.

De uitdagingen

Veel erfgoedgemeenschappen willen toerisme gebruiken om het eigen erfgoed te versterken en een toekomst te geven. Tegelijkertijd brengt toeristisch vermarkten het risico van overcommercialisering met zich mee.

Dit dilemma zie je ook terug in het 2003 UNESCO-verdrag en de Operationele Richtlijnen die een concrete invulling geven aan dit verdrag. Aan de ene kant ziet UNESCO mogelijkheden van 'duurzaam toerisme' voor immaterieel erfgoed. Deze vorm van toerisme draagt bij aan de toekomst van het erfgoed en de erfgoeddragers kunnen er zelf van profiteren. Aan de andere kant waarschuwt UNESCO voor het risico van 'overcommercialisering, die het betreffende immaterieel erfgoed in gevaar kan brengen' (zie artikel 102 van de Operationele Richtlijnen).

Welke kansen biedt toerisme voor immaterieel erfgoed? Hoe ga je om met de risico's van commercialisering? Dat zijn de hoofdvragen binnen de onderzoekslijn Immaterieel Erfgoed & Toerisme. Met deze onderzoekslijn wil het Kenniscentrum handreikingen bieden aan erfgoedgemeenschappen die toerisme willen gebruiken ter versterking van het eigen immaterieel erfgoed, maar die tegelijkertijd trouw willen blijven aan de kernwaarden die het erfgoed voor hen vertegenwoordigt.

Wie heeft er het meeste kaas van gegeten?

Voor sommige vormen van immaterieel erfgoed is toerisme onmisbaar, omdat het een nieuw kader biedt om dit erfgoed te presenteren. De Kaasmarkt op het Waagplein in Alkmaar is een goed voorbeeld: de markt biedt het plaatselijke Kaasdragersgilde de mogelijkheid een oude traditie voort te zetten. Waar de oude handelsfunctie van de markt is ingehaald door nieuwe manieren van in- en verkoop, voorzagt het toerisme in nieuwe mogelijkheden om het ambacht van kaasdragen voort te zetten. Nu voor een toeristisch publiek. Elke vrijdagochtend trekt de Kaasmarkt vele bezoekers, in 2017 bijvoorbeeld zo'n 170.000. Daarmee is de markt een toeristische attractie van de eerste orde, ook tot tevredenheid van het Kaasdragersgilde zelf.

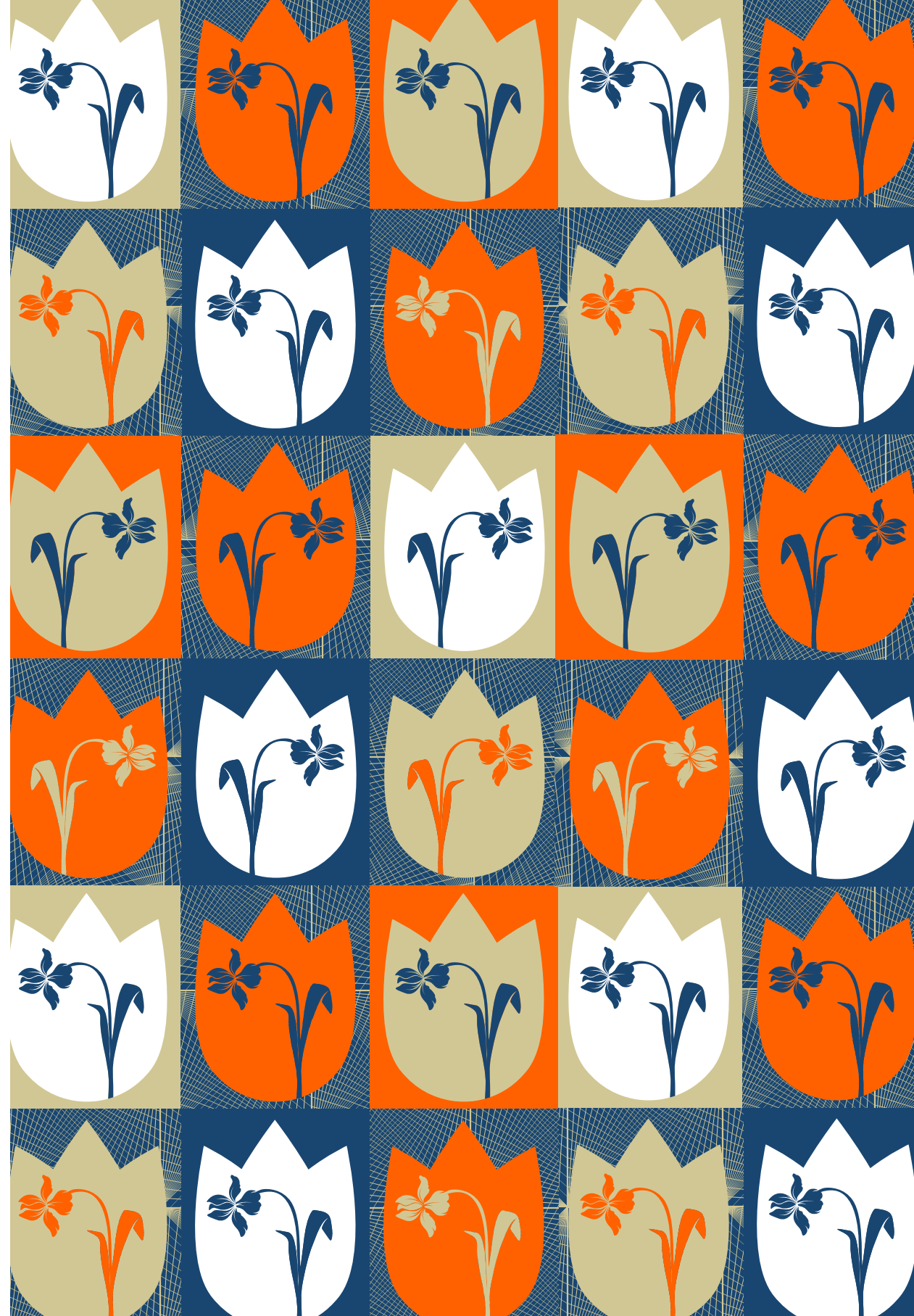
Toch bleken er grenzen te zijn. Die werden bereikt toen het Kaasdragersgilde werd geconfronteerd met een ondernemende wethouder die de Kaasmarkt groter en groter wilde maken, om almaar meer toeristen te trekken. Hij stelde bijvoorbeeld voor het toeristisch seizoen te verlengen en de Kaasmarkt ook op andere locaties dan alleen het Waagplein te presenteren. In sommige voorstellen kon het Kaasdragersgilde meegaan, in andere niet. Toen de gemeente

**Om zichtbaar te blijven
is de tendens om almaar te...**

GROEIEIEN
OEIEN GROEIEIEN
GROEIEIEN

**Iedereen wil meer
bezoekers trekken,
maar tegelijk trouw
blijven aan
zijn eigen**

roots



te ver ging naar de mening van het gilde, voerde het zelfs actie. In opdracht van het Kenniscentrum verrichtte een student van Hogeschool InHolland onderzoek naar deze casus.

Trouw aan je eigen roots?

Behalve de Kaasmarkt zijn er vele andere vormen van immaterieel erfgoed die streven naar meer toeschouwers voor hun evenement. De bloemencorso's, de Brabantsedag in Heeze, het Draaksteken in Beesel, de Passiespelen in Tegelen, diverse traditionele sportevenementen: allemaal willen ze de attractiewaarde van hun evenement vergroten en tegelijk trouw blijven aan de eigen roots. Tijdens IE-dagen in 2017 in Zwolle en Tilburg inventariseerde het Kenniscentrum daarom de ervaringen van de erfgoedgemeenschappen met toerisme. Waar hebben zij behoefte aan ondersteuning? Waar liggen concrete vragen en dilemma's?

Hoe trek je meer toeristen?

De meeste concrete vragen blijken te liggen op het vlak van vermarkting. Hoe kun je je immaterieel erfgoed aantrekkelijk maken voor bezoekers en toeristen? Sommige organisatoren kijken bijvoorbeeld naar de groeiemarkt van Chinese toeristen in Europa en hoe die te bereiken. Hoe kun je daarbij als immaterieel-erfgoedgemeenschap samenwerken met andere partijen, zoals overheden, plaatselijke recreatief ondernemers en erfgoedinstellingen? Hoe zorg je dat de media aandacht besteden aan jouw levend erfgoed?

Groot, groter, grootst?

Daarnaast zijn er ook zorgen. Om zichtbaar te blijven is er een tendens om al maar te groeien. De bloemencorso's zijn een goed voorbeeld van een attractie waar steeds meer bezoekers op afkomen. Zo trok het Bloemencorso Zundert dit jaar maar liefst 70.000 bezoekers. Voor de corso's is het een kans het eigen erfgoed breder onder de aandacht te brengen en het zo ook een toekomst te geven. Maar het hart van het immaterieel erfgoed ligt toch in de buurtschappen. Daar spannen mensen zich het hele jaar door in om steeds mooiere wagens te vervaardigen.

Een van de dilemma's die rijzen bij groei is: huren we professionals in? Maar de belangrijkste zorg is: hoe zorg je dat het immaterieel erfgoed aantrekkelijk blijft voor de erfgoedgemeenschap zelf en niet verwordt tot louter en alleen een toeristische attractie waarin de gemeenschap zichzelf niet meer herkent? Kort samengevat: hoe ver kun en wil je meegaan in de wensen van de markt?

Wat is duurzaam toerisme?

De vraag is ook: wat is 'duurzaam toerisme' en aan welke voorwaarden moet dit voldoen om vanuit het perspectief van immaterieel erfgoed aantrekkelijk te zijn? Zoals toerismeonderzoeker en partner in deze onderzoekslijn Wil Munsters (Lector Zuyd Hogeschool) in verschillende publicaties heeft laten zien, is de verwevenheid en interactie tussen erfgoed en toerisme complex. Volgens Munsters moet gezocht worden naar een evenwicht tussen de belangen van de 'host community' (de erfgoedgemeenschappen), de wensen van het toeristisch publiek dat het erfgoed wil ervaren, en het recreatieve bedrijfsleven.

Erfgoed komt tot stand in een complex samenspel van organisatoren van immaterieel erfgoed evenementen, deelnemers, bezoekers, toeristen, recreatief ondernemers, overheden en andere belanghebbenden, waarin alle erfgoed consumentengoed lijkt te zijn geworden. Het Kenniscentrum staat een open benadering voor om zo op een onbevangen manier de verhouding tussen erfgoed en toerisme tegen het licht te houden. Wij brengen de verschillende stakeholders en belangen die daarbij een rol spelen in kaart met als doel de immaterieel-erfgoedgemeenschappen te versterken.

Doel van het onderzoek

De onderzoekslijn Immaterieel Erfgoed & Toerisme heeft als doel immaterieel-erfgoedgemeenschappen te versterken in het bredere toeristische veld. Dat doen we op twee manieren.

Ten eerste ontwikkelen we een praktische toolkit voor erfgoedgemeenschappen over hoe je het eigen product beter voor het voetlicht van bezoekers en toeristen krijgt. Deze toolkit stelt de erfgoedgemeenschappen in staat nieuwe bezoekers en toeristen te trekken in een sterk concurrerende markt met vele andere toeristische attracties. Tegelijkertijd bevat de toolkit handreikingen hoe trouw te blijven aan de kernwaarden die het erfgoed voor hen vertegenwoordigt. Verder geeft de toolkit tips en adviezen hoe gemeenschappen op een goede manier kunnen samenwerken met andere partijen.

Ten tweede onderzoeken we de verschillende belevingen van authenticiteit (zie 'aanpak' voor een toelichting op dit begrip). Waar liggen de grenzen tussen 'jezelf blijven' of 'authentiek zijn' en 'overcommercialisering' of steeds meer toeristen of bezoekers trekken? Door meer inzicht te krijgen in hoe verschillende partijen 'authenticiteit' beleven willen we in samenspraak met de gemeenschappen de grenzen en mogelijkheden van duurzaam toerisme verkennen.

Aanpak en tijdpad

Om de doelen binnen deze onderzoekslijn te bereiken, combineren wij een praktisch met een meer reflectief deel. Het onderzoek kent van 2017 tot 2020 drie stappen.

Stap 1. Pilot Overijssel

In de eerste stap (oktober 2017 tot en met november 2018) voert het Kenniscentrum samen met een student van Hogeschool InHolland een pilotstudie uit in Overijssel. In deze pilot verkennen we de vraag: hoe kan onderlinge samenwerking tussen de immaterieel-erfgoedgemeenschappen in Overijssel het aanbod van immaterieel erfgoed van deze provincie versterken? Ook gaan we na hoe de inzet van multimediale middelen daarbij een rol kan spelen. Wij kunnen dit onderzoek mede uitvoeren dankzij subsidie van de Provincie Overijssel. Het onderzoek staat in samenhang met beleid van de provincie: Overijssel wil graag zijn toeristisch imago versterken door in te zetten op erfgoed en regionale identiteit.

De resultaten van de Overijsselse pilot presenteren we op een minisymposium (24 november 2018).

Stap 2. Onderzoek naar regionale versterking toerisme immaterieel erfgoed

In een vervolgstudie doen we gezamenlijk met de hogescholen onderzoek naar de vraag: hoe versterk je en veranker je immaterieel-erfgoedtoerisme in de regio? In dit onderzoek sluiten we aan bij de verschillende specialismen en speerpunten van de afzonderlijke opleidingen. Studenten doen toegepast onderzoek in de vorm van lokale casusstudies en verkennen innovatieve toepassingen, zoals culturele routes, apps en dergelijke. Daarbij worden zoveel mogelijk de erfgoedgemeenschappen betrokken.

Het onderzoek mondt uit in een conferentie over 'Immaterieel Erfgoed als Toeristische Bestemming' (voorjaar 2020). Op deze conferentie presenteren we de resultaten van het onderzoek in samenhang met ander relevant onderzoek van de hogescholen.

Stap 3. Onderzoek 'overcommercieel' versus 'authentiek'

In meer reflectief gericht onderzoek verkent het Kenniscentrum in diezelfde periode het spanningsveld rond het vermeende risico van 'overcommercialisering'. We contrasteren dit begrip met het begrip 'authenticiteit', dat tijdens de bijeenkomst met de erfgoedgemeenschappen veelvuldig werd gebruikt.

Vaartzondag

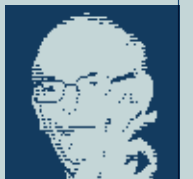
Toerisme stimuleert Boxmeerse Vaart

Voor de Boxmeerse Vaart heeft toerisme positief uitgewerkt naar de uitvoering en handhaving van de traditie. Toerisme is voor de Boxmeerse Vaart een bron van inkomsten vanwege de collecte langs de toeschouwers. Daarnaast heeft het voor zeer vele Boxmerenaren en oud-Boxmerenaren van buiten de ogen geopend hoe waardevol ook deze traditie is. (In 1980 misschien 2000 toeschouwers nu anno 2018 10.000). Het is opvallend dat onder die nu 10.000 zich vele Boxmeerse volwassenen hebben aangemeld om de zware ornamenten te dragen (baldakijnen, flambouwen, relikbok enzovoorts). Ook het aantal vrijwilligers is enorm gegroeid dankzij het toerisme, 34 in 1980 tot 275 in 2018.

Hadden deze personen niet langs de route gestaan om de Vaart - soms wat sceptisch - te aanschouwen dan hadden ze deze stap nooit gemaakt. Nog steeds komen 150 Duitse pelgrims te voet naar Boxmeer op Vaartzondag om de Basiliek te bezoeken en de processie te aanschouwen. Kortom toerisme van binnen en van buiten stimuleren juist de Boxmeerse Vaart. Als organisatoren dien je sterk te staan voor onwelgevallige invloeden van buiten die de traditie aantasten. In 1970 wilden rechts-radicalen zich ontfemen over de Boxmeerse Vaart, mijn vader (ook Vaartmeester) en de toenmalige pastoor hebben dat categorisch afgewezen. Ook in 1979 -1980 hebben we een dergelijke bedreiging weten af te slaan.

– Mr. Wim Goossens

VAARTMEESTER VAN DE BOXMEERSE VAART



Strikt genomen behoort het begrip ‘authenticiteit’ tot wat UNESCO noemt ‘ongepast vocabulaire’ (*‘inappropriate vocabulary’*) binnen dit verdrag. Dat het begrip met een vernieuwende insteek een belangrijke attenderende waarde heeft, werd bepleit in recent onderzoek van immaterieel-erfgoed specialist Chiara Bortolotto (EHES, Parijs). Ons idee is om het verlangen naar authenticiteit, van erfgoeddrager tot toerist, te onderzoeken om zo de schurende elementen voor het voetlicht te brengen. Wat verstaan de verschillende stakeholders onder ‘authenticiteit’? Hoe wordt het beleefd door erfgoeddragers, maar ook door toeristen, die evenzeer, maar dan op een andere manier, op zoek zijn naar een ‘authentieke’ ervaring?

Eind 2020 ronden we dit verkennende onderzoek onder erfgoedgemeenschappen en stakeholders af met een reflectieve internationale wetenschappelijke publicatie.

Beoogde resultaten

Binnen deze onderzoekslijn leveren we twee resultaten op:

1. Een praktische toolkit ‘Immaterieel Erfgoed & Toerisme’ op basis van opgedane inzichten voortvloeiend uit het verrichte onderzoeken met de hogescholen. We presenteren deze toolkit op de IE-dag van november 2020.
2. Een internationale reflectieve publicatie.

Welke erfgoedgemeenschappen zijn betrokken?

In alle onderzoeken binnen deze onderzoeklijn betrekken we immaterieel-erfgoedgemeenschappen, zowel in het onderzoek vanuit de hogescholen als in het reflectiegerichte onderzoek dat het Kenniscentrum zelf uitvoert. Het gaat daarbij steeds om gemeenschappen die in hun uitvoering veel met de toeristische sector te maken hebben.

Onze netwerkpartners

Deze onderzoekslijn voeren we uit in samenspraak met de hogeronderwijsinstellingen die zich bezighouden met (praktijkgericht) onderzoek op het gebied van toerisme en het recreatieve bedrijfsleven: Hogeschool Inholland (Wendy Raaphorst), Saxion Hogeschool (Michiel Flooren), Universiteit Utrecht (Bouke van Gorp), Zuyd Hogeschool (Wil Munsters), NHTV / Breda University of Applied Sciences (Frederike van Ouwkerk), HZ / University of Applied Sciences (Margot Tempelman) en Stenden University of Applied Sciences (Maaïke de Jong).

Duurzaam en innovatief toerisme

Real life vraagstukken

In de onderzoekslijn Immaterieel Erfgoed & Toerisme werkt het Kenniscentrum samen met docenten van verschillende hoger onderwijs instellingen. Wendy Raaphorst, van InHolland, is één van hen.

Duurzaam, Gezond en Creatief. Dat zijn de thema’s waardoor hogeschool Inholland zich laat leiden om waarde toe te voegen in het stedelijk gebied waar wij zijn gevestigd. We werken op deze gebieden samen met het beroepenveld, overheden en maatschappelijke partners. Maatschappelijke vraagstukken in stedelijke gebieden vragen steeds weer creatieve oplossingen. Deze oplossingen combineren betekenis en beleving, slimme business modellen en innovatieve werkwijzen. Daarom leiden we binnen het domein Creative Business studenten en professionals op door ze te laten dóen. Ze werken aan *real life* vraagstukken. Ze leren door te onderzoeken en aan de slag te gaan. Daarbij gebruiken we methodieken die ons helpen snel feedback te verwerken en het ontwerp aan te passen. Bijvoorbeeld met technieken als *rapid prototyping* en *design thinking*. We doen dit in de vorm van *living labs* en ontwerpgericht afstudeeronderzoek. We zien de creatieve professional als manager van waardecreatie. Creatie van maatschappelijke waarde in al haar aspecten: zakelijk, symbolisch, cultureel en sociaal.

Voor de opleiding Tourism Management betekent dit onderzoek naar de maatschappelijke betekenis van toerisme en de integratie van duurzaamheid en innovatie in de toeristische keten. Onderzoek naar toerisme en immaterieel erfgoed sluit goed aan op bovengenoemde thema’s. Vanuit de vierdejaars minor Cultuurtoerisme en afstudeerkringen zien wij een samenwerking met Kenniscentrum Immaterieel Erfgoed Nederland, lokale overheid en erfgoeddragers als een mooie uitdaging. Ondertussen heeft een student, Jeffrey van Gelder van InHolland Rotterdam, onderzoek gedaan naar de kaasmarkt in Alkmaar en een studente, Claire Oort van InHolland Diemen, een routeplatform ontwikkeld voor erfgoedgemeenschappen in de provincie Overijssel.

– Wendy Raaphorst

SENIOR LECTURER TOURISM AND CULTURAL HERITAGE MANAGEMENT INHOLLAND



Daarnaast zoeken we samenwerking met het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC). Internationaal is er samenwerking met immaterieel erfgoedonderzoeker Chiara Bortolotto, verbonden aan de École des Hautes Études en Sciences Sociales, met wie in de aanloop naar deze onderzoekslijn intensieve gesprekken zijn gevoerd over mogelijke spanningsvelden tussen toerisme en immaterieel erfgoed en de bruikbaarheid van het concept 'authenticiteit' bij onderzoek hiernaar.

CONTACTPERSOON

De contactpersoon voor deze onderzoekslijn is dr. Albert van der Zeijden.
U kunt hem bereiken via: a.vanderzeijden@immaterieelerfgoed.nl.

Waar ligt de grens

tussen

nieuwe toeristen trekken en jezelf blijven?



Kan toerisme erfgoed

**VER
STER
KEN?**