



**Sanne Beumer**

**HET VANZELFSPREKENDE ZICHTBAAR MAKEN**  
een studie naar erfgoedbeleid en stedelijke ontwikkeling

Masterscriptie Cultureel Erfgoed Universiteit Utrecht  
Begeleiders: Dr. E.Nijhof en Dr. H.Henrichs

**HET VANZELFSPREKENDE ZICHTBAAR MAKEN  
EEN STUDIE NAAR ERFGOEDBELEID EN STEDELIJKE ONTWIKKELING**

**Scriptie ter voltooiing van de Master Cultureel Erfgoed,  
Universiteit Utrecht  
Sanne Beumer, studentnummer 3458164**

30 juli 2010

scriptiebegeleiders: Dr. E. Nijhof en Dr. H. Henrichs

voorkant: De Witte Dame – Eindhoven  
(<http://photo40.nl/fotos/architectuur/de-witte-dame-eindhoven-0130.jpg>)

## VOORWOORD

Onze burens gaan verhuizen. Het is een jong stel, midden twintig en net afgestudeerd. Hun motivatie? Ze willen groter wonen. Vanwege de hoge prijzen van koopwoningen in Utrecht zijn ze uitgeweken naar Almere, waar ze met hun hypotheek een eengezinswoning met tuin konden krijgen. Almere viel mee, het was best een leuke stad. Het enige dat ze zouden missen is een historische binnenstad. Dat heb je in Almere niet, maar daarvoor kunnen ze naar Amsterdam of Utrecht.

Dat zou voor mij de belangrijkste reden zijn om niet naar Almere te verhuizen. Ik ben een echte ‘connaisseur’, zou het liefst in een oude binnenstad willen wonen en neem dan voor lief dat de auto niet voor de deur kan staan. Ook op vakantie ben ik het prototype van een erfgoedtoerist. Ik wil dingen zien, het gebied verkennen. Een boek lezen kan thuis ook. Natuurlijk ben ik mij ervan bewust dat ik een grote uitzondering ben. Toch bevestigt de opmerking van onze burens het idee dat erfgoed op een onbewust niveau bijdraagt aan een prettig leefklimaat. De historiciteit van een stad lijkt vanzelfsprekend. Daarom ben ik aan dit onderzoek begonnen, ik wilde weten hoeveel erfgoed daadwerkelijk betekent voor een stad.

De interesse voor de geschiedenis van de inrichting van de stad loopt als een rode draad door mijn leven. Het was bijvoorbeeld de voornaamste reden om archeologie te studeren. De kennis van de omgang met de ruimte in het verleden geeft mij echter geen voldoening. Hoe men tegenwoordig omgaat met de geschiedenis van een stad vind ik minstens net zo belangrijk en bovendien iets waar ik aan zou willen bijdragen. Dat is de reden dat ik na zeven jaar studie en twee jaar werken toch nog één jaar ging studeren. De master Cultureel Erfgoed bleek een goede keuze en met deze scriptie sluit ik een leuk en interessant jaar af.

Ik zou ten eerste iedereen willen bedanken die mij het duwtje heeft gegeven om nog een master te gaan doen, zowel thuis als op mijn werk bij het Archeologisch Centrum Eindhoven en Helmond. Daarnaast zou ik beide docenten Hendrik Henrichs en Erik Nijhof en mijn studiegenoten willen bedanken voor een geslaagd studiejaar. Ten slotte moet ik Erik Nijhof nogmaals bedanken voor zijn begeleiding van dit onderzoek, Pieter voor de ondersteuning in de beginfase en Eva en Arjan voor het lezen en becommentariëren van deze scriptie.

# INHOUD

Inleiding.....	5
Hoofdstuk 1	Erfgoed en de identiteiten van een stad..... 12
Hoofdstuk 2	Erfgoed en toerisme..... 20
Hoofdstuk 3	Erfgoed en bewoners..... 28
Hoofdstuk 4	Het erfgoedbeleid in Utrecht en Eindhoven..... 36
Hoofdstuk 5	Conclusie: Erfgoedbeleid en stedelijke ontwikkeling..... 51
Bronnen.....	54
Bijlage 1	Organogrammen van de gemeentes Utrecht en Eindhoven.. 58
Bijlage 2	Cultuurhistorische (waarden)kaarten gemeentes Utrecht en Eindhoven..... 61
Bijlage 3	Archeologische waardenkaarten gemeentes Utrecht en Eindhoven..... 65

## INLEIDING

In vroegmiddeleeuws Europa (500-900 na Chr.) functioneerde de stad als een bestuurlijk, religieus, cultureel en commercieel centrum van een regio. Een plaats was daarnaast geen stad als het geen (stads)muur en monumentale gebouwen had. Bovendien moest een stad een verleden hebben. Vooral de oorsprong en de ideologische aspecten daarvan waren van belang. In de zesde en negende eeuw bijvoorbeeld kenden de ideale steden een Romeinse oorsprong. Om dit aan te tonen werden de Romeinse gebouwen zoveel mogelijk gerestaureerd en verzezen nieuwe machtscentra in Romeinse stijl op de locatie van oude Romeinse machtscentra.<sup>1</sup>

In zekere zin voldoet dit beeld aan de huidige criteria van een stad. Een stad is nog altijd hét centrum van een regio. In een stad moeten nog steeds enkele grote gebouwen staan en een stad moet een geschiedenis en een identiteit hebben. De Franse antropoloog Marc Augé noemt plaatsen zonder geschiedenis en identiteit zelfs *non-places*.<sup>2</sup> Het belang van historie en identiteit is daarmee onverminderd groot. Hoewel het verleden van een stad voor de meeste actoren iets vanzelfsprekends is dat maar zelden bewust wordt beleefd en gebruikt, is dit belang al decennia bekend in de toeristensector. Op bijna elke VVV-webpagina gaat men in op de geschiedenis van een bepaalde stad en het aantal monumenten om toeristen en dagjesmensen te lokken. Bewoners lijken in eerste instantie met andere lokkertjes te worden getrokken. De groene en kindvriendelijke omgeving, werkgelegenheid of het bruisende culturele leven bijvoorbeeld. Ook doen architecten en stedenbouwkundigen grote moeite de geschiedenis van een locatie te verwerken in een nieuw gebouw of wijk. Dit doen ze niet alleen om hun project aantrekkelijk te maken, maar ook om identificatie met de nieuwe locatie te kunnen bevorderen. De verwachting is dat op deze manier sociale cohesie tot stand zal komen.<sup>3</sup>

In deze scriptie staat het gebruik en de beleving van het verleden van een stad door toeristen, bewoners en beleidsmakers centraal. Het verleden van een stad wordt hier vertegenwoordigd door stedelijk erfgoed. Erfgoed bestaat uit materiële roerende en onroerende objecten en immateriële symbolische praktijken die afkomstig zijn uit of verwijzen naar het verleden en door groepen of samenlevingen worden ge(re)presenteerd in het heden, waarbij het doel is de continuïteit tussen heden, verleden en toekomst te bewerkstelligen.<sup>4</sup>

### Stedelijk erfgoed

De term stedelijk erfgoed kent twee interpretaties. Het verschil zit in de afbakening van de ruimte. Stedelijk erfgoed kan bestaan uit typisch stedelijke elementen ongeacht of een locatie is gelegen in stedelijk of landelijk gebied. Het kan echter ook gaan over al het erfgoed dat zich binnen de gemeentegrenzen van een stad bevindt.<sup>5</sup> In deze scriptie zal de laatste interpretatie worden aangehouden. Ten eerste omdat het zeer moeilijk te bepalen is wat typisch stedelijke elementen zijn. Het brengt een semantische discussie over de definitie van een stad teweeg. Ten tweede omdat ook boerderijen of boomgaarden die door stadsgroei binnen de stadsgrenzen zijn komen te liggen de identiteit van een buurt kunnen bepalen. In deze scriptie staat de gehele stad

---

<sup>1</sup> S. Beumer, Topografische ontwikkelingen van vroegmiddeleeuwse steden in Noord-Italië (Masterscriptie Universiteit van Amsterdam 2007) 21. Deze conclusie geldt voor het gehele gebied binnen de oude Romeinse grenzen, dus zowel voor Italiaanse steden als voor noordelijkere gelegen steden als Keulen en Trier.

<sup>2</sup> M. Augé (vertaald door J. Howe), *Non-places. Introduction to an anthropology of supermodernity* (London/New York 1995) 77-78.

<sup>3</sup> S. Beumer, *Bewustmaking van het publiek. Archeologische visualisaties en historisch besef* (Essay Universiteit Utrecht 2010) 7.

<sup>4</sup> Collegedictaat H. Henrichs 8 september 2009.

<sup>5</sup> E. Ennen, *Heritage in fragments. The meaning of pasts for city centre residents* (Proefschrift Rijksuniversiteit Groningen 1999) 23.

centraal en niet alleen het centrum, dus ook die ‘nieuwe’ buurten aan de rand van de stad. In tegenstelling tot veel geografen, die de stad vooral als fysiek fenomeen bestuderen, is in deze scriptie de stad een sociologisch abstract concept dat wordt gevormd door ruimtelijke elementen én haar gebruikers.<sup>6</sup>

Steden die een deel van hun historie (en erfgoed) als toeristische trekpleister kunnen omzetten worden door de planologen Ashworth en Tunbridge ‘toeristisch-historische steden’ genoemd.<sup>7</sup> Elke stad is in potentie een toeristisch-historische stad. De potentie ligt in het proces van het creëren en selecteren van de cultuurhistorie en erfgoed. Verschillende groepen selecteren de objecten, symbolische praktijken en daarmee het verleden van een stad die ze willen (re)presenteren. In elke stad kunnen die groepen kiezen uit potentieel erfgoed dat kan worden beleefd en gebruikt. Dit geldt ook voor de ogenschijnlijk nieuwe steden, zonder geschiedenis. Moderne kunst en architectuur kunnen namelijk ook erfgoed worden.<sup>8</sup> In de loop van de tijd wordt alles wat nieuw is vanzelf oud. Het is aan de toekomstige generaties om te bepalen hoe waardevol het nieuwe zal zijn en of het een wezenlijk onderdeel zal gaan uitmaken van de geschiedenis van een stad. Bovendien is er officieel wel een leeftijds grens waarop nieuw als oud wordt beschouwd (50 jaar), maar speelt die grens in de perceptie van niet-deskundige mensen nauwelijks een rol. Als lelijk beschouwde nieuwbouw blijft nieuwbouw en heeft in de toekomst dan ook minder kans erfgoed te worden. Als mooi beschouwde nieuwbouw wordt echter meestal meteen geaccepteerd en als erfgoed gezien (Afbeelding 1). Auge’s *non-places* hebben dus de mogelijkheid tot een ‘plaats’ te groeien. Het hangt af van het beleid ten aanzien van de ruimtelijke ordening en cultuur.



Afbeelding 1. Links: de Erasmusbrug is na een paar jaar een van de iconen van Rotterdam. Rechts het Utrechtse Hoog-Catharijne is na 40 jaar nog steeds niet geaccepteerd.

Er bestaat een duidelijke wisselwerking tussen de komst van toeristen, nieuwe bewoners en bedrijven. Deze wisselwerking is zowel positief als negatief. In positieve sfeer bestaat er een samenhangende relatie tussen de kwaliteiten van een woon- of werkomgeving en de atmosfeer en karakter die wordt ervaren en ontwikkeld door toeristen.<sup>9</sup> Wanneer het aantal toeristen groeit, betekent het namelijk dat de stad aantrekkelijk genoeg is om te bezoeken. Een stad met goede

<sup>6</sup> Zie ook G.J. Ashworth, 'The conserved European city as cultural symbol: the meaning of the text', in: B. Graham ed., *Modern Europe: place, culture and identity* (London 1998) 261-286.

<sup>7</sup> G.J. Ashworth en J.E. Tunbridge, *The tourist-historic city, Retrospect and prospect of managing the heritage city* (Oxford 2000) 3.

<sup>8</sup> *Ibidem*, 56.

<sup>9</sup> J. Urry, *The tourist gaze* (London 2002) 108.

kwaliteiten, zal minstens net zo aantrekkelijk zijn om in te wonen of werken. Een té aantrekkelijke stad voor toeristen kan echter ook negatief uitwerken. De stedelijke economie en inrichting richten zich alleen op toeristen en toeristen nemen langzaam de stad over van bewoners. Op een gegeven moment gaat de kwaliteit van de stad achteruit, waardoor de stad meer moet investeren om toeristen te blijven trekken. De cultuureconoom Antonio Russo heeft dit proces beschreven als de vicieuze cirkel in erfgoedsteden.<sup>10</sup> Een ander negatieve wisselwerking wordt juist veroorzaakt door de vraag van bewoners naar bijvoorbeeld betere toegankelijkheid. Dit betekent in de praktijk meestal dat de voor de toeristen gunstige voetgangersgebieden ten kosten gaan van een autovriendelijke binnenstad. In de meeste Europese steden komt dit echter niet voor.

### **Toeristen, bewoners en beleidsmakers**

In deze scriptie staan drie groepen stedelijke actoren centraal: de toeristen, de bewoners en de beleidsmakers. Binnen de cultuurtoerismestudies wordt onderscheid gemaakt tussen opzettelijke gebruikers, die bewust op zoek gaan naar cultuur en toevallige gebruikers, voor wie bijvoorbeeld het historische karakter niet belangrijk is. Deze twee groepen onderscheiden zich vervolgens door een ruimtelijk component. Op deze manier zijn er vier combinaties te vormen:

- Opzettelijke gebruikers van buiten de stadsregio: zij zijn op vakantie en bezoeken de stad voor een korte of langere periode (ook wel cultuur- of erfgoedtoeristen);
- Opzettelijke gebruikers uit de stadsregio: zij maken gebruik van de recreatieve kant van de stad of genieten van het historische karakter terwijl ze met andere dingen bezig zijn (recreatieve bewoners);
- Toevallige gebruikers van buiten de stadsregio: voor bijvoorbeeld werkreizen, congressen of familiebezoeken (niet recreatieve bezoekers);
- Toevallige gebruikers uit de stadsregio: dit is de grootste groep, gericht op de alledaagse bezigheden (niet-recreatieve bewoners).<sup>11</sup>

Deze indeling is methodologisch van aard, in werkelijkheid zijn alle toeristen natuurlijk ook bewoners van een andere plaats en *visa versa*, ook de beleidsmakers zijn bij beide andere groepen in te delen. Een strikte indeling tussen de groepen is dus te beperkt. Verschillende faciliteiten worden door allen op verschillende momenten gebruikt.<sup>12</sup> Toch zullen de verschillende stedelijke actoren met hun voornaamste rol in deze drie groepen worden besproken.

Volgens de *World Tourism Organisation* is een toerist een persoon die minstens één nacht of 24 uur verblijft op een locatie die anders is dan zijn of haar woonplaats.<sup>13</sup> Toeristen vormen allesbehalve een homogene groep, alhoewel er een gemeenschappelijk factor is. Toeristen willen een specifiek plezier ondergaan, dat in het dagelijks leven niet te evenaren is. Er moet een duidelijk onderscheid bestaan tussen het gewone en het ongewone. Hoe dat onderscheid gemaakt wordt en met wat voor blik de toerist naar dat ongewone kijkt, varieert per samenleving, sociale groep en tijdsperiode.<sup>14</sup> Het onderscheid tussen gewoon en ongewoon is op verschillende manieren te beleven; zoals het zien van een uniek object of unieke gewoontes, het zien van een object dat symbool staat voor bepaalde landen of gebieden of het doen van alledaagse bezigheden in een ongewone omgeving.

Er bestaat niet zoveel verschil tussen toeristen en recreanten of dagjesmensen. De laatste groep omvat mensen die niet overnachten in de stad die ze bezoeken. Ze gaan terug naar huis, een hotel of camping in een andere gemeente. Verscheidene factoren bepalen waarom mensen

---

<sup>10</sup> A. Russo, *The sustainable development of heritage cities and their regions. Analysis, polici, governance* (Proefschrift Erasmus Universiteit Rotterdam 2002) 63.

<sup>11</sup> Ashworth en Tunbridge, *The tourist-historic city*, 131.

<sup>12</sup> *Ibidem*, 132.

<sup>13</sup> World Tourism Organisation, *Technical manual no. 1. Concepts, definitions and classifications for tourism statistics* (1995).

<sup>14</sup> Urry heeft het over de *tourist gaze*; Urry, *The tourist gaze*, 1, 12.

ervoor kiezen in een specifieke stad te logeren, bijvoorbeeld de beschikbaarheid van (betaalbare) hotels of hoeveel in die stad te zien en te doen is. Recreanten zijn duurder voor een stad, omdat ze minder uitgeven en bijvoorbeeld geen toeristenbelasting betalen.<sup>15</sup> Het strikte onderscheid tussen toeristen en recreanten is echter niet vol te houden als het om de beleving en het gebruik van erfgoed gaat. De essentie is niet of mensen ergens overnachten of niet. Het gaat om het voornaamste reismotief. Bovendien wordt erfgoed ook onbewust beleefd. In deze scriptie zal niet verder meer worden gesproken over recreanten als aparte groep. In navolging van de cultuurhistoricus Kees Ribbens worden alle reisactiviteiten ter ontspanning naar een bestemming buiten de eigen woonplaats, ongeacht hun duur, tot toerisme gerekend.<sup>16</sup>

De tweede te bespreken groep zijn de bewoners. De definitie is redelijk eenvoudig; inwoners zijn personen die tot de bevolking horen die in een bepaald gebied wonen. Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) rekent iedereen tot de bevolking die in de Gemeentelijke Basis Administratie staat en van wie het woonadres in die gemeente ligt.<sup>17</sup>

De laatste groep die wordt gedefinieerd zijn de beleidsmakers. De mensen die het beleid van de stad maken zoals de politici en ambtenaren. In dit geval worden ook stedenbouwkundigen, architecten, makelaars, *marketeers*, culturele instellingen en medewerkers van de lokale VVV, enzovoort tot beleidsmakers gerekend. Deze mensen zijn namelijk de hoofdrolspelers in het creëren van een identiteit en imago van een stad. Zij proberen bovendien zoveel mogelijk nieuwe stedelijke actoren aan te trekken of de oude het zoveel mogelijk naar hun zin te maken. In deze scriptie zal de nadruk liggen op de gemeentelijke ambtenaren als beleidsmakers.

Een gemeenschappelijke factor tussen toeristen, bewoners en beleidsmakers die veel waarde hechten aan erfgoed, is een bepaalde mate van kennis van het erfgoed. Hoe verschillende actoren stedelijke cultuurhistorie tot zich nemen, beleven en als onderdeel van hun leven zien, hangt namelijk af van wat Bourdieu 'cultureel kapitaal' heeft genoemd. Volgens hem kent de mens drie soorten kapitaal: economisch, cultureel en sociaal kapitaal. Cultureel kapitaal in materiële zin is opgebouwd uit cultuurgoederen. Cultureel kapitaal bestaat echter ook uit de kennis die men heeft van die cultuurgoederen.

De stelling van Bourdieu is dat de mate waarin vanaf de geboorte in cultureel kapitaal is 'geïnvesteerd' het sociale kapitaal (status) en daarmee economisch kapitaal (rijkdom) beïnvloedt. Cultureel kapitaal kan echter niet op elk gewenst moment worden verworven. Onbewust heeft de hogere sociale klasse namelijk de norm gelegd op wat de juiste kennis is. Die goedgekeurde kennis krijgt iemand mee vanaf zijn geboorte en een daarbij opgelopen achterstand kan slechts gedeeltelijk worden ingehaald. De enige manier waarop dit kan worden ondervangen is als er genoeg economisch kapitaal wordt verworven.<sup>18</sup>

Dit raakt aan het complexe proces van sociale emulatie. Langzamerhand worden de praktijken en ideeën van de sociale groepen met meer cultureel kapitaal overgenomen door de andere sociale groepen. De toegenomen invloed van de media versterkt dit proces van emulatie. Via de media worden de andere groepen in hun privé-omstandigheden getoond, waardoor de grenzen tussen de verschillende groepen vervagen en de gebruiken van elkaar over worden genomen. Op deze manier is het onderscheid tussen hogere cultuur en lagere cultuur steeds kleiner. 'Fout' (of wat niet tot de norm van het cultureel kapitaal behoort) is een populaire term onder het hipper uitgaanspubliek. Ook is de norm in sommige sociale groepen zo minimalistisch en functionalistisch te leven als mogelijk, wat zich uit in praktijken als gezonde voeding en niet-georganiseerde reizen. Omdat de sociale groepen met cultureel kapitaal over het algemeen ook

---

<sup>15</sup> Russo, *The sustainable development of heritage cities*, 14-16.

<sup>16</sup> K. Ribbens, *Een eigentijds verleden. Alledaagse historische cultuur in Nederland 1945-2000* (Hilversum 2002) 129.

<sup>17</sup> <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/methoden/be>.

<sup>18</sup> P. Bourdieu, *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip. Gekozen door Dick Pels* (Amsterdam 1989) 122-126, 130.



werken in stadspromotieteams, als journalisten of als erfgoeddeskundigen worden ook de *markers* en daarmee de bezochte erfgoedobjecten en –ervaringen via sociale emulatie overgebracht.<sup>19</sup>

*Markers* vormen een wezenlijk onderdeel in met name de toeristenindustrie. Het is de duiding van de kwaliteiten van een locatie via borden, gidsen of eerder verkregen informatie. Toeristen selecteren – of er is voor hen geselecteerd – uit erfgoed door middel van *marketing*. Een toeristisch-historische stad komt niet automatisch overeen met een stad die een historisch karakter heeft. De stad moet met haar erfgoed toeristen kunnen aantrekken. Bovendien is de verspreiding van historische toeristenattracties niet dezelfde als de verspreiding van erfgoedlocaties. Het aanbod van erfgoed, dat per definitie beperkt is, wordt door *marketing* nog verder beperkt tot het bekende binnen een afgebakend gebied.<sup>20</sup>

*Markers* kunnen nieuwe stedelijke actoren aantrekken, zoals toeristen. Als het imago van een stad echter niet goed is dan komt dat ook terug in die *markers*. Een oplossing hiervoor is *citybranding*, stadsmarketing of stadspromotie (Afbeelding 2). Deze drie termen zijn sterk met elkaar verbonden, maar doelen op iets anders. *Citybranding* is het ontwikkelen en exploiteren van een merk, waarmee de stedelijke identiteit in één keer duidelijk is. Stadspromotie is het verkopen van een stad, onder andere door middel van het merk. Stadsmarketing is het hele proces achter de verkoop van de stad. Het houdt niet alleen het ontwikkelen van een merk in en zorgen dat dit zo veel mogelijk te zien is, maar bijvoorbeeld ook het binnenhalen van grote evenementen.<sup>21</sup>



Afbeelding 2. Voorbeelden van stadspromotie van Nijmegen en Lelystad).

Binnen de stadsmarketing staat een stad gelijk aan een product. Het imago van dat product is zeer belangrijk. Een stad met goede faciliteiten, maar met een slecht of niet-bestaande imago heeft promotie nodig, zowel om het imago te corrigeren als om een identiteit te creëren. Een stad met een goed imago en goede voorzieningen heeft echter nauwelijks marketing nodig. Het is in dat geval zelfs zonde van de tijd en het geld om aan promotie te doen die verder gaat dan het instandhouden van het imago. Een derde situatie ontstaat wanneer een stad slechte faciliteiten heeft, maar over een redelijk imago beschikt. Zo'n stad heeft betere voorzieningen nodig en promotie is overbodig. Het is dan juist beter minder aan marketing te doen. Klanten zouden moeten worden afgeleid, zodat gebreken worden gemaskeerd en het redelijke imago in stand

<sup>19</sup> Urry, *The tourist gaze*, 14, 82-83.

<sup>20</sup> Ashworth en Tunbridge, *The tourist-historic city*, 76.

<sup>21</sup> S.V. Ward en J.R. Gold, 'Introduction', in: J.R. Gold en S.V. Ward, *Place Promotion. The use of publicity and marketing to sell towns and regions* (Chichester 1995) 1-17, 2, 6; G.J. Ashworth en H. Voogd, 'Marketing and place promotion', in: J.R. Gold en S.V. Ward, *Place Promotion. The use of publicity and marketing to sell towns and regions* (Chichester 1995) 39-52, 45.

wordt gehouden totdat het product is verbeterd. In de beginfase van stadspromotie moet de kennis van de plaats zelf, maar ook van de concurrerende plaatsen, dus goed zijn.<sup>22</sup>

Steden moeten met elkaar wedijveren net als winstgevende commerciële producten. Maar een stad is een ingewikkeld product, omdat ze verschillende gebieden en faciliteiten herbergt. De consumptie van een stad hoeft niet overeen te komen met de manier waarop de stad wordt aangeprezen en met de manier waarop de overheid wil dat de stad wordt geconsumeerd. Steden worden als producten verkocht aan verscheidene groepen consumenten tegelijkertijd, die allen de stad op een andere manier gebruiken.<sup>23</sup> Het is daardoor niet meteen duidelijk wat de stad als product precies inhoudt. De laatste twee decennia is men voor de promotie een meer conceptuele basis gaan gebruiken. De nadruk is daarbij verschoven naar een associatie die men beoogt te voelen in de steden. Een voorbeeld is I love NY voor de stad New York, waardoor haar slechte imago in de jaren '70 sterk is verbeterd. Ook Amsterdam heeft zo'n tien jaar geleden haar imago proberen te verbeteren met IAmsterdam.<sup>24</sup>

De hierboven gepresenteerde thema's komen in de eerste drie hoofdstukken aan bod. Het eerste hoofdstuk gaat over de vorming van de identiteit van een stad en de identiteiten van stadsbewoners. Vanwege deze tweedeling worden er twee kanten belicht; de rol van de beleidsmakers en die van stedelijk erfgoed. In dit hoofdstuk komt het (potentiële) gebruik van stedelijk erfgoed door beleidsmakers aan de orde. De vraag die wordt beantwoord luidt:

**Op welke manier wordt de identiteiten van een stad en haar bewoners bepaald door cultureel erfgoed?**

Het tweede en derde hoofdstuk gaat over het gebruik en de beleving van erfgoed door toeristen en bewoners. Alhoewel de rol van stedelijk erfgoedbeleid zeker aan bod komt, kennen de hoofdstukken meer een *bottom-up* benadering, vanuit de toeristen en de bewoners. De twee vragen die worden beantwoord zijn:

**Welke bijdrage levert stedelijk erfgoed aan het toeristisch vermaak?**

en

**Welke bijdrage levert stedelijk erfgoed aan het woongenot?**

## **Erfgoedbeleid**

De eerste drie hoofdstukken zijn alle theoretische verkenningen, gebaseerd op literatuur uit de sociale geografie, sociologie, economie en toerisme- en erfgoedstudies. Het vierde hoofdstuk gaat in op de praktijk van stedelijk erfgoedbeleid. De term erfgoedbeleid betekent de visie van gemeentes over de omgang met hun erfgoed en hoe zich dit uit in de praktijk. Het gaat om de manier waarop ze hun verleden zichtbaar willen maken en gebruiken om bijvoorbeeld een imago te vormen of de sociale samenhang te verbeteren. Veel gemeentes hebben in beleidsconcepten aandacht voor erfgoed. De steden Utrecht en Eindhoven zullen als casestudie fungeren. In beide steden zal aan de hand van beleidsconcepten, praktijkvoorbeelden en interviews met gemeentemedewerkers worden onderzocht hoe bewust de beleidsmakers zich zijn van het verleden van de stad en het potentiële gebruik van het daaruit voortkomende erfgoed. De te beantwoorden vraag luidt:

---

<sup>22</sup> Ashworth en Voogd, 'Marketing and place promotion', 47, 49.

<sup>23</sup> *Ibidem*, 43.

<sup>24</sup> Ward en Gold, 'Introduction', 7, 9.

## **Wat is het erfgoedbeleid van de steden Utrecht en Eindhoven?**

Utrecht en Eindhoven hebben beide een verschillend karakter, maar ze hebben de ambitie cultureel aantrekkelijk te zijn voor zowel bewoners als bezoekers. Utrecht is de vierde stad van Nederland. Het (ondergrondse) hart van de stad is het oudst, uit de Romeinse tijd. Vanaf toen is de stad min of meer continu bewoond geweest en gestaag gegroeid. In de dertiende en veertiende eeuw was ze de grootste stad van Nederland. De middeleeuwse stad heeft de bekendste publiekstrekkingen van Utrecht opgeleverd: de Domtoren en de werven. De laatste tijd wordt er veel gebruik gemaakt van diverse media om met name (overnachtende) toeristen te trekken en probeert Utrecht een nieuwe weg te vinden in de stadspromotie.

Eindhoven werd in 1232 gesticht en was een aanzienlijk kleinere stad die vele eeuwen later door de industrialisatie samensmolt met de omliggende dorpen tot de vijfde stad van Nederland. Tijdens de Tweede Wereldoorlog is veel van de historische binnenstad verwoest. De meeste delen van de binnenstad zijn echter in de jaren na de oorlog gesloopt. De laatste jaren heeft men de waarde van de oude industriële panden ontdekt en zijn deze gerenoveerd en ontwikkeld tot aantrekkelijke kantoorpanden of woningen.

Het doel van erfgoedbeleid is over het algemeen tweeledig. Ten eerste willen de steden erfgoed gebruiken voor het versterken van het imago om daarmee de concurrentieslag te winnen over het aantrekken van nieuwe toeristen, bewoners en bedrijven. Het nut van een positief imago is dat nieuwe stedelijke actoren geld oplevert. Toeristen bijvoorbeeld betalen, net als bewoners en bedrijven, belasting. De andere kant is veel abstracter. Het gaat om het stedelijk welzijn, de levendigheid, het thuisgevoel van bewoners en daarmee het creëren van een 'mooie' stad en een 'hechte' stedelijke gemeenschap. Een goed stedelijk welzijn bevordert op zijn beurt de aantrekkingskracht van nieuwe actoren. Dit gehele proces beschrijven sociaal-geografen met (*sustainable urban development*), of in het Nederlands met (duurzame) stedelijke ontwikkeling.<sup>25</sup>

Het laatste hoofdstuk zal een combinatie zijn van een samenvatting van voorgaande hoofdstukken en een synthese van de gepresenteerde theorie en praktijk van erfgoedbeleid. Daarbij zullen enkele aanbevelingen worden gedaan over de inzet van erfgoed voor de hierboven beschreven stedelijke ontwikkeling. In dit hoofdstuk zal de hoofdvraag van de scriptie worden beantwoord die luidt:

## **Op welke manier kan erfgoedbeleid worden ingezet voor stedelijke ontwikkeling?**

---

<sup>25</sup> Zie bijvoorbeeld C. Tweed en M. Sutherland, 'Built cultural heritage and sustainable urban development', *Landscape and urban planning* 83 (2007) 62-69.

## HOOFDSTUK 1 ERFGOED EN DE IDENTITEITEN VAN EEN STAD

In dit hoofdstuk staat de wederkerige relatie tussen de stad en haar gebruikers centraal. Zoals in de inleiding is genoemd is de identiteit van een stad een sociale constructie van elementen die symbool staan voor de historische en huidige sociaal-economische aspecten. Verschillende stedelijke actoren brengen de identiteit naar buiten, waarna vervolgens deze identiteit door buitenstaanders tot een imago wordt gevormd. Het imago van een stad is van wezenlijk belang voor de aantrekkingskracht van toeristen en nieuwe bewoners of bedrijven. Er bestaan echter nog een andere vorm van identiteit, namelijk de betekenis van die stedelijke elementen voor de identiteit van de stadsbewoners. Aan de hand van een theoretische verkenning en voorbeelden uit de praktijk zal uiteen worden gezet op welke manier erfgoed die twee identiteiten van een stad bepaalt. De nadruk zal liggen op de rol van het stedelijk erfgoedbeleid bij de vorming van de identiteit van een stad en de identiteiten van stadsbewoners.

De sociaal-geografen Stefan Dormans, Henk van Houtum en Arnoud Lagendijk benoemen twee visies op de vorming van stedelijke identiteit: de essentialistische en constructivistische visie. Zij zien de twee visies als onderdeel van twee verschillende wetenschapfilosofische stromingen, namelijk die van de modernisten en de postmodernisten. Het modernistische perspectief is dat de stedelijke identiteit de essentie van de stad verwoordt. Deze essentie kent geen goede definitie, maar is wel te begrijpen en communiceerbaar. Tijdens deze communicatie draait het om de vraag of de essentie waarheidsgetrouw en objectief is. De opvatting van de postmodernisten komt overeen met de constructivistische visie. Hierbij is de identiteit niet duidelijk, maar een sociale constructie. Een constructie die niet de werkelijkheid volgt, maar een verbeelding ervan. De formulering van de stedelijke identiteit is een subjectief proces, waarbij de context een belangrijk onderdeel is.<sup>26</sup> Mijn idee is dat in de praktijk deze twee visies naast elkaar voorkomen. Aan de ene kant komt de vorming van de identiteit en het imago van de stad op een meer essentialistische manier tot stand. Aan de andere kant wordt de vorming van identiteiten van stadsbewoners meer door een sociale constructie gevormd.<sup>27</sup>

### De identiteit en de essentie van de stad

Een stedelijke identiteit ontstaat dus door de toe-eigening van stedelijke elementen die onbewust tot een symbolisch kenmerk zijn verkozen. Volgens de stedenbouwkundige Kevin Lynch is zo'n toe-eigening eigen aan de mens. Hij verwoordt het zo: 'We hebben een omgeving nodig die niet alleen goed georganiseerd is, maar ook poëtisch en symbolisch'.<sup>28</sup> Die symbolen moeten volgens hem gaan over de individuele actoren en hun complexe samenleving en over de natuurlijke en georganiseerde omgeving.

Een term die vaak wordt gebruikt binnen de ruimtelijke wetenschappen is *urban mindscapes*. Dit is een denkstructuur die verder gaat dan alleen het imago van een stad. Het is een denkbeeldige kaart (*mental map*) van de stad en daarmee een wisselwerking tussen uiterlijk en perceptie. De *mindscape* van een stad is net zo belangrijk als de fysieke stad.<sup>29</sup> *Urban mindscapes* en

---

<sup>26</sup> S. Dormans, H. van Houtum en A. Lagendijk, *De verbeelding van de stad. DGW/NETHUR Partnership 22* (Nijmegen 2003) 17.

<sup>27</sup> De stadssocioloog Leeke Reinders onderscheidt in zijn onderzoek naar de rol van identiteit bij de transformatie van stadswijken vier discoursen van identiteit: het fysiek-ruimtelijk identiteitsbegrip, het sociaal perspectief, het historische identiteitsbegrip en een conceptueel identiteitsbegrip (L. Reinders, *Merkwaardige wijken. De rol van identiteit bij de transformatie van stadswijken: een terreinverkenning* (Delft 2004) 84-85).

<sup>28</sup> K. Lynch, *The image of the city* (Cambridge, Massachusetts 1960) 119.

<sup>29</sup> F. Bianchini, 'Introduction. European mindscapes: concepts, cultural representations and policy applications', in: G. Weiss-Sussex (ed.), *Urban mindscapes of Europe. European studies 23* (Amsterdam, New York 2006) 13-31, 13-15.

denkbeelden spelen een belangrijke rol in de culturele en historische continuïteit van een stad, omdat zij de mogelijkheid bieden het verleden aan het heden en de toekomst te binden.<sup>30</sup> De *mindscapes* worden onder andere gevormd door de ruimtelijke ordening, de algemene vorm en de indeling van een stad. Het versimpelde beeld van die ordening op zich kan al een symbool zijn. Bekende voorbeelden zijn het panorama van Rotterdam of de halfronde grachtengordel van Amsterdam. Deze beelden vertellen een verhaal over de stad, maar hebben tegelijkertijd de neiging zich te beperken tot een specifieke periode, zoals de twintigste eeuw in Rotterdam en de 17e eeuw in Amsterdam, waardoor er een te eenzijdig beeld van een stad dreigt te ontstaan.

De historicus Willem Frijthoff ziet de oplossing voor dit probleem in het zoeken naar nieuwe eenheden binnen de ruimtelijke ordening. Hij ziet de ‘verticalisering’ van de stad als oplossing. In figuurlijke zin bedoelt hij hiermee dat de gelaagdheid van de historie van een stad beter tot uitdrukking moet komen. De diverse tijdsdimensies moeten worden benadrukt. In de meest letterlijke zin komt dit pleidooi erop neer de archeologisch bevindingen duidelijker in de identiteit van een stad te verwerken.<sup>31</sup>

Sinds dit pleidooi van Frijthoff in 1995 is veel archeologisch en historisch(-geografisch) onderzoek van steden inderdaad gevisualiseerd in de openbare ruimte. Diverse stedelijke archeologische en bouwhistorische diensten proberen met publicaties en tentoonstellingen de verborgen geschiedenis van de stad bekend te maken.<sup>32</sup> In Eindhoven is bijvoorbeeld onlangs een ondergrondse fietsstalling geopend op het 18 Septemberplein (Afbeelding 3). Tijdens graafwerkzaamheden voor deze stalling zijn delen van de gedempte stadssingel en de rivier de Demer gevonden, evenals de noordelijke stadspoort. Die archeologische resten zijn op verscheidene manieren zichtbaar gemaakt. Door informatieborden komen mensen die hun fiets hier stallen te weten wat op deze plek heeft gelegen en hoe Eindhoven er een paar honderd jaar geleden uitzag. Een voorbeeld van een minder geslaagde visualisatie, waarbij alleen details worden ingevuld en het oude beeld van de stad hardnekkig overeind blijft is de plaatsing van een deel van een muur van kasteel Vredenburg te Utrecht in de jaren ‘70. Die muur was weggestopt tussen de nieuwbouw van Hoog Catharijne en viel niet op. Bovendien was de context niet duidelijk (Afbeelding 3).



Afbeelding 3. Links: Archeologische visualisatie onder het 18 Septemberplein te Eindhoven. Rechts: De muur van kasteel Vredenburg in een hoekje bij het oude muziekcentrum Vredenburg.

<sup>30</sup> *Ibidem*, 28.

<sup>31</sup> W.Th.M. Frijthoff, ‘De sprekende stad: stedelijke identiteit en ruimtelijke ordening’, in: J.C. Dekker (ed.), *Sporen en spiegels. beschouwingen over geschiedenis en identiteit* (Tilburg 1995) 85-95, 92. Hij heeft het niet direct over de archeologie van de pre- en protohistorie. Integendeel, in dit artikel geeft hij een voorbeeld van een archeologisch bezoekerscentrum in Montréal, Canada dat resten van de oudste (Europese immigratie-) bewoning vanaf de zeventiende eeuw toont.

<sup>32</sup> Dit gebeurt helaas niet structureel. De meeste steden hebben niet of nauwelijks een vaste archeologische presentatie. Ook worden meer basisrapportages van (voor)onderzoeken gepubliceerd dan echte publieksboeken.

Niet alleen de algemene vorm van een stad, ook objecten zoals afzonderlijke gebouwen, kunstwerken, herdenkingsmonumenten, en mythes en sociale praktijken kunnen symboliserend werken. Natuurlijk gaat het in de eerste plaats om herkenbare en esthetisch gewaardeerde gebouwen of kunstwerken. Ze hoéven echter niet mooi te zijn als ze maar opvallen. De meeste bezoekers zoeken dan een bord, gids of ansichtkaart met de interpretatie erop om hun ervaring te legaliseren.<sup>33</sup> Deze elementen zijn vaak overgeleverd uit het verleden, zij vertellen het verhaal van de stad. Tegelijk tonen ze hoe de stad nu is en in de toekomst zou moeten zijn. Het zijn dus vaak erfgoedobjecten. Elke stad kent erfgoed dat uniek is en haar representeert. In tegenstelling tot de vorm van een stad staan de losse erfgoedobjecten over het algemeen symbool voor diverse perioden tegelijkertijd.<sup>34</sup>

De symbolen worden door slechts een klein deel van de stedelijke samenleving gekozen om de identiteit mee uit te dragen. Belangrijke spelers op dit gebied zijn VVV-kantoren, de stadspromotiediensten van de gemeentes en in mindere mate de gemeentelijke diensten voor Cultuur of Archeologie en Monumenten. Deze laatste zijn voor het realiseren van hun projecten afhankelijk van het geld dat de gemeente beschikbaar stelt. Hoewel deze diensten het erfgoed blootleggen en onderzoeken, krijgen ze door deze subsidieafhankelijkheid te weinig ruimte het erfgoed uit te dragen. Er zijn relatief weinig archeologische en bouwhistorische musea of publiksboeken. Bovendien is de archeologie door de ingevoerde marktwerking meer gericht op de wettelijke verplichtingen dan op de wetenschappelijk kant.<sup>35</sup>

Belangrijk voor de identiteitsvorming is het gegeven dat er een tegenstelling bestaat tussen de keuze van het grote publiek en (erfgoed)deskundigen. De omgevingspsycholoog Coeterier onderscheidt een aantal verschillen in waarderingscriteria van leken en experts voor cultuurhistorische gebouwen. Het voornaamste verschil is dat de criteria van leken vooral op vorm zijn gebaseerd en de experts een object vrijwel volledig waarderen aan de hand van kennis en informatiewaarde. De cultuurhistoricus Rob van der Laarse wijst bijvoorbeeld op de discrepantie tussen de liefde voor het negentiende-eeuwse cultuurlandschap van de gemiddelde Nederlander en de bij UNESCO voorgedragen *world heritage sites* die meer de clichématige Nederlandse strijd tegen het water vertegenwoordigen.<sup>36</sup>

Sinds de jaren '70 is de economische structuur van de Nederlandse steden ingrijpend veranderd. De landelijke overheid, de grotere nadruk op marktwerking en de verschuiving van de lagelonenindustrie naar Aziatische landen maakten dat steden op zoek moesten naar nieuwe bronnen van inkomsten. Daarnaast moest er een nieuwe manier worden gevonden om het economisch belang van de stad te benadrukken. Hierdoor is de stad steeds meer gaan concurreren op het verkrijgen van overheidssubsidie (of geld van particuliere fondsen) voor de ontwikkeling van werkgelegenheid, infrastructuur en culturele voorzieningen. Het imago, het beeld dat de ander heeft van de stad, speelt een zeer belangrijke rol in deze competitie.<sup>37</sup>

Omdat binnen West-Europa zaken als de grondprijzen en de bereikbaarheid min of meer vergelijkbaar zijn, leggen steden de nadruk op hun onderscheidende identiteit. Het onderscheidende van een identiteit zit voor een belangrijk deel in de specifieke geschiedenis en

---

<sup>33</sup> B. Goodey, 'Art-full places: public art to sell public spaces?', in: J.R. Gold en S.V. Ward, *Place Promotion. The use of publicity and marketing to sell towns and regions* (Chichester 1995) 153-179, 176.

<sup>34</sup> W.Th.M. Frijhoff, 'De stad en haar geheugen', in: S. Cusveller (ed.), *Stad! De stad en haar identiteit* (Hoogezand 1994) 30-57, 30-31.

<sup>35</sup> Vastgesteld in De wet op de Archeologische Monumentenzorg uit 2007 en het Verdrag inzake de bescherming van het Archeologisch Erfgoed uit 1992. Zie voor een discussie hierover J.E.M.F. Bos en S.M. van Roode, 'Reverse archaeology. De archeologie op zijn kop', *Monumenten* 30, 11 (2009) 11-15 en de goede tegenreactie in J. Bazelmans, 'Wie bepaalt de archeologische agenda?', *Archeobrief* 14, 2 (2010) 31-37.

<sup>36</sup> R. van der Laarse, 'Erfgoed en de constructie van vroeger', in: R. van der Laarse (ed.), *Bezeten van Vroeger. Erfgoed, identiteit en musealisering* (Amsterdam 2005) 1-28, 4.

<sup>37</sup> Dormans e.a., *De verbeelding van de stad*, 15.

erfgoed. Alle steden bevatten immers in potentie behoudenswaardige historische elementen die hiervoor kunnen worden ingezet. De consequentie hiervan is dat er kans is op een sterke competitie waarin een kleine hoeveelheid ‘winnende’ steden de meerderheid van ‘verliezers’ achter zich laat.<sup>38</sup>

De nadruk op onderscheidend erfgoed versterkt de vraag naar authenticiteit en uniciteit.<sup>39</sup> Het gaat hier echter niet om de daadwerkelijke ‘waarheid’, maar om de ‘verkoop- en consumeerbare’ schijn van de waarheid. Tevens wordt de kans op herkenning en erkenning van het beeld vergroot als het een positief en bevestigend beeld betreft.<sup>40</sup> Dit gebeurt door middel van een paar mechanismen. Ten eerste wordt er benadrukt wat de andere steden niet hebben, ook wel *othering* genoemd. Vervolgens legt men de nadruk op markers en elementen die het imago van de stad symboliseren. Tot slot wordt er een verdere selectie gemaakt, onder andere door te letten op de algemene manier van beleven van bezoekers.<sup>41</sup>

Het resultaat is dat, ondanks de vraag naar een unieke identiteit, steden de neiging hebben slechts één aspect van het erfgoed te benadrukken. Een aspect dat in veel andere steden ook wordt benadrukt omdat het goed verkoopbaar is. Op deze manier gaat de stadspromotie van alle steden toch op elkaar lijken (Figuur 1). Achter de gekozen imago’s liggen impliciet allerlei normatieve veronderstellingen. Zo gaan de promotieteams er vanuit dat historische centra worden geprefereerd boven een volledig nieuw opgebouwd stadscentrum. Een reden dat de nadruk veelal ligt op het aantal monumenten dat in een stad geregistreerd staat, of het oude, Romeinse of middeleeuwse verleden. Bovendien zou een diensteneconomie een beter imago verzorgen dan industrie en is een centrale ligging beter dan een perifere ligging. Dat laatste verklaart de nadruk op havens, water en het behoren tot een stedelijk netwerk als de Hanze of de VOC.<sup>42</sup>

oudste (stad/element)	haven/water	Hanze	middeleeuwen	Romeinen
Dordrecht	Dordrecht	Zwolle	Utrecht	Utrecht
Leiden	Rotterdam	Deventer	Amersfoort	Nijmegen
Utrecht	Hoorn	Roermond	Arnhem	Heerlen
Deventer	Den Helder	Kampen	's-Hertogenbosch	Maastricht
Vlaardingen	Leeuwarden	Zultphen		
Nijmegen	Vlaardingen			
Eindhoven	Vlissingen			
Maastricht				
Sittard				

**Figuur 1. Geprojecteerde cultuurhistorisch imago van Nederlandse steden aan de hand van VVV-sites.<sup>43</sup>**

<sup>38</sup> G.J. Ashworth, *Heritage planning: conservation as the management of urban change* (Groningen 1991) 116, geciteerd in: Ennen, *Heritage in fragments*, 65.

<sup>39</sup> Russo, *The sustainable development of heritage cities*, 22-23, 29.

<sup>40</sup> Dormans e.a., *De verbeelding van de stad*, 19. Voor meer over beleving van authenticiteit zie: D. Lowenthal, *The past is a foreign country* (Cambridge 1985) 125-184.

<sup>41</sup> B. van Gorp, *Bezienswaardig? Historisch-geografisch erfgoed in toeristische beeldvorming* (Proefschrift Universiteit Utrecht 2003) 51.

<sup>42</sup> Dit laatste wordt alleen door Hoorn gedaan; Ennen, *Heritage in fragments*, 67; Dormans e.a., *De verbeelding van de stad*, 120, 124-125.

<sup>43</sup> Op sommige internetpagina’s staan termen als de oudste stad (van Nederland, Holland of Limburg) of één van de oudste steden. Ook worden in deze kolom de steden genoemd die de oudste universiteit of vissershaven als cultuurhistorisch imago willen uitdragen. Dit zijn slechts enkele voorbeelden.

## De sociale constructie van de identiteit van stadsbewoners

Een specifieke vorm van stadsmarketing is *self-marketing*, de promotie van een plaats voor de eigen inwoners. *Self-marketing* is een effectieve manier van het versterken van de identiteit van stadsbewoners. Deze vorm van marketing werkt in principe hetzelfde als de marketing voor buitenstaanders. De marketing benadrukt ook hier het zogenaamde unieke karakter van een stad. De stad moet als herkenbaar, authentiek en uniek worden ervaren. Op deze manier wordt de eigenwaarde van de stad gemarkeerd en krijgen bewoners de mogelijkheid trots te worden op hun stad. Die trots versterkt op zijn beurt de binding met de stad en het zogenaamde thuisgevoel.<sup>44</sup>

De symbolen die worden gebruikt voor de marketing zijn eveneens dezelfde: materiële en immateriële (erfgoed)objecten en de algehele ruimtelijke ordening. Zij bieden de beste mogelijkheid voor individuele bewoners zichzelf te kunnen identificeren met hun steden en een 'burgerlijk bewustzijn' te creëren.<sup>45</sup> Het proces van het toe-eigenen van het erfgoed werkt mijn inziens echter anders dan bij de vorming van de identiteit voor buitenstaanders. Bewoners werken meer met wat Frijhoff aanduidt als het 'geheugen' van de stad. Het geheugen van een stad is een wezenlijk onderdeel van de identiteitsvorming, ook die van de stad zelf. De identiteit komt voort uit de spanning die ontstaat door de synthese van verleden en heden. Het geheugen is een sociaal geconstrueerde reorganisatie van het verleden aan de hand van de elementen die bewaard zijn gebleven. Gebouwen, kunstwerken en het stratenpatroon vormen pijlers voor het historisch geheugen van een stad. Ze zijn in zekere zin wat Pierre Nora *lieux des mémoire* noemt. Dit zijn plaatsen waar stil wordt gestaan bij de mensen die in andere tijden op deze plek hebben geleefd. Deze 'herinneringsankers' kunnen plaatsen worden die de identiteit van een wijk of stad bepalen.<sup>46</sup> Niet alleen tastbare elementen, ook legendes zijn een onderdeel van het geheugen. Ontstaansmythes en historische gebeurtenissen worden omgezet in bijnamen voor steden, zoals Zwolse blauwvingers of Tilburgse kruikenzeikers. Deze namen worden door bijvoorbeeld de lokale VVV gebruikt voor het imago van de stad, maar eigenlijk zijn ze te weinig identificeerbaar voor de buitenstaanders. Ze versterken in de eerste plaats alleen de identiteit van de stadsbewoners.

Het verschil met identiteitsvorming van de bewoners is dat de elementen die men kiest als identiteitsbepalende factor voornamelijk worden gemaakt door een beperkte groep. Deze keuzes zijn beperkt tot de verkoopbaarheid en de begrijpbaarheid. Het geheugen van de stad wordt door een grotere groep gevormd. Kleine groepen, soms individuen, selecteren erfgoed dat is beperkt tot de identificeerbaarheid met die objecten. Vervolgens kiezen bewoners uit deze selectie objecten die dichtbij hun zelf staan. De keuze is afhankelijk van het verlangen bij een bepaalde groep te horen. Hij is persoonlijk en gaat over de details van het stedelijk geheugen. De positieve kanten van het verleden, zoals de overwinning van de lokale voetbalclub, kunnen worden benadrukt, maar ook het 'gezamenlijk lijden' kan een wezenlijk onderdeel van een identiteit zijn; bijvoorbeeld wanneer een groot ongeluk heeft plaatsgevonden of wanneer een hele straat werkloos is geworden. In feite maakt dit proces onderdeel uit van de publieksgeschiedenis, zoals beschreven door de historici John Tosh en Hendrik Henrichs.<sup>47</sup>

---

Verwijzingen naar belangrijke historische gebeurtenissen zoals de 80-jarige oorlog of een bepaalde inrichting van de stad (vestingsteden of hofjes) zijn ook veel uitgedragen imago's.

<sup>44</sup> Dormans e.a., *De verbeelding van de stad*, 125, 126; B. Graham, G.J. Ashworth en J.E. Tunbridge, *A geography of heritage. Power, culture en economy* (London 2000) 165.

<sup>45</sup> Graham e.a., *A geography of heritage*, 165.

<sup>46</sup> Zij hebben in principe echter geen relatie tot erfgoedtoerisme of andere economische exploitatie. Ze zijn namelijk onderdeel van een studie naar de maakbaarheid van identiteit en nationale herinneringen, herinneringen die niet door iedereen hoeven te worden gedeeld zie: P. den Boer, 'Geschiedenis, herinnering en 'lieux de mémoire'', in: R. van der Laarse (red.), *Bezeten van vroeger. Erfgoed, identiteit en musealisering* (Amsterdam 2005) 40-58, 50-54.

<sup>47</sup> Henrichs, 'Public history en musea'; J. Tosh, 'History goes public', in: idem, *History goes public, why history matters* (Houndsmills, Basingstoke 2008) 99-119.



*Lieux des mémoire* kunnen de vorm hebben van herdenkingsmonumenten, archeologische visualisaties of musea waarvan de collectie over (een aspect van) het dagelijks leven gaat of over een bepaald persoon. Belangrijk is dat de herinneringsankers betrekking hebben op de directe omgeving. De context is van wezenlijk belang, alleen dan wordt de koppeling gemaakt tussen een locatie en het geheugen. Een arbeidershuisje in het Nederlands Openluchtmuseum te Arnhem speelt minder met het stedelijk geheugen dan een opengesteld arbeidershuisje op de originele locatie in de stad. Bovendien is de locatie vaak nog het enige tastbare van het geheugen. Hier is het enige dat de relatie tussen de locatie en de geschiedenis verduidelijkt de uitspraak ‘Waar u nu staat is...jaar geleden...gebeurd’ (Afbeelding 4). Erfgoed transformeert in dit soort gevallen ‘spaces into places’.<sup>48</sup>



Afbeelding 4. Gedenkenis aan het huis van de natuurkundige Röntgen op de hoek van de Schalkwijkstraat en de Nieuwegracht in Utrecht.

*Lieux des mémoire* helpen de samenhang in de ruimtelijke ordening te versterken. Zij zijn de schakel tussen het verleden, het heden en de toekomst. Ze helpen daarmee tegen een gevoel van ontheemding en versterken het ‘thuisgevoel’. Vanwege het lokale karakter moeten de woonwijken dan ook niet worden vergeten. In het centrum van de stad is genoeg erfgoed dat het stedelijk geheugen kan versterken. Daar zullen mensen zich minder snel ontheemd voelen dan in nieuwere woonwijken zonder enig zichtbaar verleden. De bijzonder hoogleraar Monumentaal Gebouwd Erfgoed Fons Asselbergs duidt in zijn oratie dan ook aan dat het de plicht is van alle inrichters

<sup>48</sup> G.J. Ashworth, ‘Heritage and the consumption of places’, in: R. van der Laarse (ed.), *Bezeten van Vroeger. Erfgoed, identiteit en musealisering* (Amsterdam 2005) 193-206, 193; zie ook Urry, *The tourist gaze*, 123; Over beleving van context zie J.F. Coeterier, *Hoe beleven wij onze omgeving? Resultaten van 25 jaar omgevingspsychologisch onderzoek in stad en landschap* (Wijchen 2000) 34-35.

van Nederland ‘met hun miljardeninvesteringen ook een culturele bijdrage te leveren’, zodat nieuwe wijken hun geheugen bewaren.<sup>49</sup>

### Het historische centrum versus de wijken

Hoewel ze nauw met elkaar verweven zijn, bestaat er dus een verschil in de vorming van de identiteit van een stad en van haar bewoners. De identiteit van een stad wordt uitgedragen door een groep mensen die er profijt van hebben dat veel toeristen, nieuwe bewoners of bedrijven de stad bezoeken. De identiteit van stadsbewoners komt overeen met de mate van verbondenheid aan stad die veel intiemer is. De identiteit van een stad wordt met een beperkte hoeveelheid erfgoedobjecten en -locaties uitgedragen. Men gebruikt hiervoor de grotere, uitzonderlijke en meest spectaculaire monumenten en festiviteiten, waardoor de kleinere en meer lokale locaties worden overgeslagen. Het gevolg is dat toeristen het grootste gedeelte van de (historische) stad geheel niet kennen.<sup>50</sup>

Regelmatig wordt er gewezen op de idee dat erfgoed ook mensen uitsluit. Zij worden of voelen zich niet vertegenwoordigd door de symbolen die zijn gekozen voor de representatie.<sup>51</sup> In zekere zin klopt dit, maar tegelijkertijd zijn er in een stad zoveel verschillende soorten erfgoed en symbolen te vinden dat ieder zijn eigen identiteit kan creëren. Deze identiteiten van ‘minderheden’ zullen weliswaar landelijk minder de aandacht krijgen, lokaal zijn ze zeker belangrijk. Een manier om de minderheden meer te betrekken bij het ‘thuisgevoel’ van de stad is dus de nadruk leggen op de lokale identiteiten. Een vergelijkbaar proces is op grote schaal gaande in Vinex-wijken en geregeld komt er nieuws in de stadsbladen van historische wijkverenigingen. Een instantie als ‘het museum van Zuilen’ en het ‘Volksbuurtmuseum’ in Wijk C te Utrecht zijn hier voorbeelden van. Bovendien versterken subsidie en beleid van de gemeente de lokale identiteiten en de diversiteit tussen de steden. Lokale cultuur trekt toeristen en bewoners, een doel van stadsmarketing.<sup>52</sup>

Uit bovenstaande blijkt dat de identiteit en daarmee het imago van een stad voornamelijk gebaseerd is op de algehele vorm van een stad of enkele gebouwen of kunstwerken die symbool staan voor het verleden van de stad. Die symbolen en ook de vorm van een stad beperken zich echter vaak tot het historische centrum van de stad, ofwel de ‘middeleeuwse’ kern. In deze oudere wijk zijn meer (erfgoed)elementen aanwezig en valt meer te beleven. Bovendien sluit het erfgoed uit het centrum meer aan op de nationale identiteit en zijn ze dus beter te verkopen aan bezoekers.

Het stedelijk geheugen is meer individueel dan de stedelijke identiteit. Daarom zullen meerdere erfgoedelementen hier een onderdeel van uitmaken. Die elementen zijn door de hele stad te vinden. Een fabriek is voor een arbeider een wezenlijk onderdeel van het stedelijk geheugen, terwijl die zeker niet in het centrum zal staan. Andere voorbeelden zijn stadions of plaatselijke sportverenigingen, parken die meestal in de oudere stadswijken zijn te vinden of oude boerderijen die aantonen dat nog niet zo lang geleden de stad veel kleiner was. Het stedelijk geheugen is zeer belangrijk voor de vorming van de identiteit van stadsbewoners. Bewoners die hun hele leven in een oudere wijk van een stad hebben gewoond, zullen meer herinneringen

---

<sup>49</sup> F. Asselbergs, *Niets is zo veranderlijk als een monument. Een pleidooi voor het cultureel argument* (Oratie Katholieke Universiteit Nijmegen 1999) 17; zie ook het onderzoek dat Ennen gedaan heeft naar erfgoedbeleving in de Helmondse nieuwbouwwijk Brandevoort (E. Ennen, *Wonen in gecreëerd erfgoed. DGW/NETHUR Partnership 25* (Utrecht 2004)).

<sup>50</sup> Ashworth, ‘Heritage and the consumption of places’, 200.

<sup>51</sup> Ennen, *Heritage in fragments*, 81.

<sup>52</sup> J.H. Carr, en L.J. Servon, ‘Vernacular culture and urban economic development. Thinking outside the (Big) Box’, *Journal of the American planning association* 75, 1 (2009) 29-40; Voor de verschillende rollen van bekende kunstmusea en locale musea voor de identiteitsvorming zie: D. Teske, ‘Sites and sights: the urban museum in a changing urban structure’, in: G. Weiss-Sussex (ed.), *Urban mindscapes of Europe. European studies* 23 (Amsterdam, New York 2006) 259-274, 270-271.

hebben aan de elementen van die wijk dan van het centrum. Zij zijn misschien wel trots op de stad, maar hun identiteit verlenen ze voor het grootste deel aan het erfgoed van hun wijk.

Samengevat wordt de identiteit van steden bepaald door symbolen die kenmerkend zijn voor het heden en het verleden. Deze symbolen zijn voor een belangrijk deel uit een selectie van (erfgoed)objecten gekozen vanwege de verkoopbaarheid aan buitenstaanders. De identiteit van stadsbewoners is meer gebaseerd op het stedelijk 'geheugen'. Dit meer abstractere geheugen wordt uit dezelfde selectie van (erfgoed)objecten gekozen vanwege de identificeerbaarheid met de objecten. Dat kan voor elke groep anders zijn en zich op een meer lokale niveau afspelen. Het erfgoedbeleid kan voor de vorming van beide identiteiten een rol spelen. Goed beleid zorgt ervoor dat de symbolen voor de identiteit behouden blijven. De identiteit van de stad bepaalt op deze manier het uiterlijk van de stad, waarmee de wederkerige relatie is bewerkstelligd. De subsidieverstrekking aan wijkmusea en lokale historische verenigingen kunnen hiervoor zorgen. Daarnaast is een betere geldverdeling aan de gemeentelijke diensten voor Cultuur, Archeologie en Monumenten belangrijk. De gemeentelijke diensten kunnen het geheugen van de stad uitbreiden en specifieke locaties aanmerken als *lieux des mémoire*. Bovendien dragen zij nieuwe – en wellicht meer onderscheidende – symbolen aan voor de identiteit van de stad. Die symbolen kan de dienst voor Stadspromotie vervolgens via een marketingstrategie overdragen aan buitenstaanders.

## HOOFDSTUK 2 ERFGOED EN TOERISME

In deze scriptie is uitgegaan van een ruimere definitie van ‘toerisme’. De strikte scheiding tussen toeristen en recreanten die door onder andere de *World Tourism Organisation* wordt gemaakt is naar mijn mening namelijk niet gerechtvaardigd als het om de beleving en het gebruik van cultureel erfgoed gaat. Het onderscheid moet niet worden gemaakt op basis van de overnachtinglocatie, maar op het reismotief. Net als in het boek ‘Een eigentijds verleden’ van de cultuurhistoricus Kees Ribbens worden in deze scriptie alle reisactiviteiten ter ontspanning naar een bestemming buiten de eigen woonplaats, ongeacht hun duur, tot het toerisme gerekend.<sup>53</sup>

Zoals in de inleiding is vermeld neemt de belangstelling voor erfgoed tijdens vakantie en vrije tijd de laatste 40 jaar toe. Sinds 1995 zijn kunst, cultuur en historie zelfs de belangrijkste primaire attracties voor de intercontinentale toerist. Deze factoren staan op nummer twee en drie voor de continentale en landelijke toerist.<sup>54</sup> Een ander onderzoek uit dezelfde periode plaatst daarbij wel een kanttekening. Daaruit blijkt namelijk dat slechts vijf tot vijftien procent van de mensen die culturele attracties bezoeken, culturele overwegingen als voornaamste motief hebben.<sup>55</sup> Ontspannen in een aangename en andere omgeving is voor de meeste toeristen een belangrijker motivatie dan het in contact komen met het verleden. Dit betekent echter niet dat geschiedenis een kleine rol speelt voor het toerisme. Het lijkt er eerder op dat het verleden zo’n vast onderdeel is van de toeristische praktijk, dat het meestal niet bewust wordt opgezocht.<sup>56</sup> In dit hoofdstuk wordt het gebruik en de beleving van erfgoed door toeristen verder uitgediept. Hierbij staat de rol die stedelijk erfgoed levert bij het toeristisch vermaak centraal. Er zal met name gelet worden op aspecten die van belang kunnen zijn binnen het erfgoedbeleid.

Voor een goed erfgoedbeleid kunnen twee typen toeristen worden onderscheiden. Dat zijn de cultuurtoeristen in het algemeen en erfgoedtoeristen in het bijzonder. Cultuurtoeristen zijn toeristen die kunst, historische objecten, folklore en diverse culturele manifestaties consumeren. Cultuurtoeristen komen dus af op steden (of andere plaatsen) die musea, theaters, galerieën en ruimte voor culturele festivals bezitten. Deze faciliteiten bestaan natuurlijk niet alleen voor toeristen, ook andere stedelijke actoren maken gebruik van deze culturele voorzieningen, net als horeca en winkels. Russo stelt dat cultureel toerisme in dit opzicht gezien kan worden als ‘hefboom’ voor andere stedelijke functies die anders niet tot ontwikkeling zouden komen.<sup>57</sup>

Binnen de groep cultuurtoeristen heeft de hoogleraar Toerisme Greg Richards een verdere opdeling gemaakt. Hij ziet vijf verschillende soorten cultuurtoeristen aan de hand van hun gezochte ervaring en het belang van cultuur in het reismotief. Deze indeling heeft de historisch-geograaf Bouke van Gorp verbeeld in een grafiek (Figuur 2).<sup>58</sup>

---

<sup>53</sup> Ribbens, *Een eigentijds verleden*, 129.

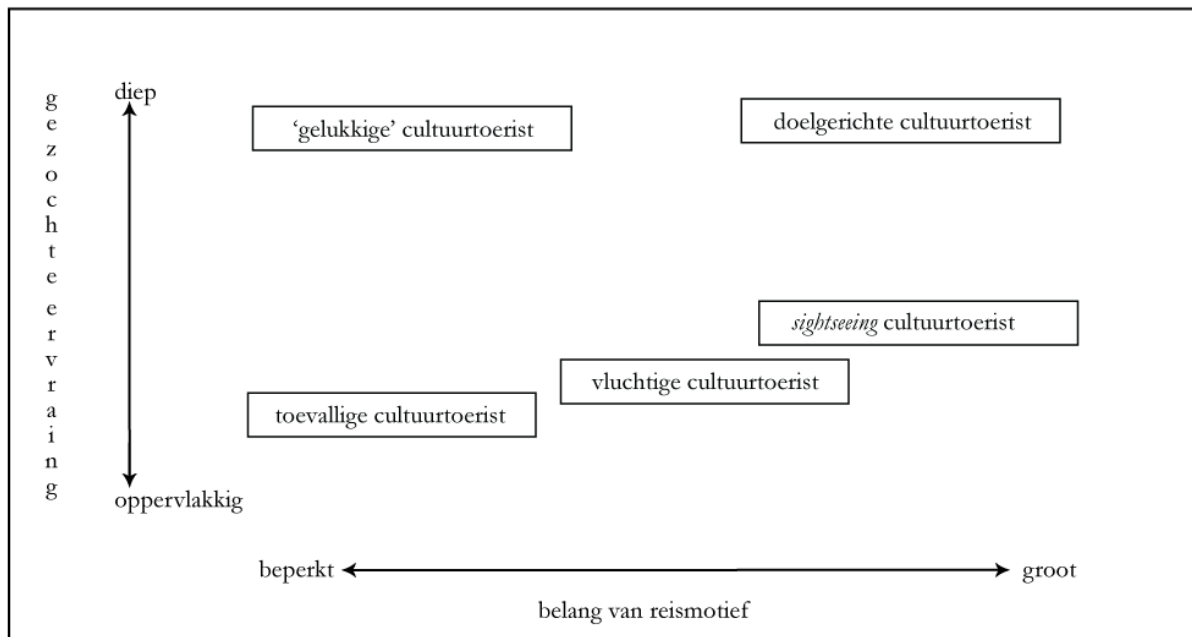
<sup>54</sup> D.G. Pearce, *Tourism today: a geographical analysis* (2nd edition; London 1995), geciteerd in Ashworth en Tunbridge, *The tourist-historic city*, 63.

<sup>55</sup> J. Craik, ‘The culture of tourism’, in: C. Rojek en J. Urry (ed.), *Touring cultures. Transformations of travel and theory* (London, New York 1997) 113-136, 120.

<sup>56</sup> Ribbens, *Een eigentijds verleden*, 132-133.

<sup>57</sup> Russo, *The sustainable development of heritage cities*, 17.

<sup>58</sup> G. Richards, ‘What is cultural tourism?’, in: A. van Maaren, *Erfgoed voor toerisme, een gezamenlijke visie van de erfgoedkoepels op erfgoed en cultuurtoerisme* (Amsterdam 2003), geciteerd in Van Gorp, *Bezienswaardig?*, 72.



Figuur 2. Typologie van de cultuurtoerist.

Erfgoedtoeristen zijn een specifiek soort cultuurtoeristen. Zij komen af op overblijfselen of plekken die herinneringen uit het verleden oproepen. Minder tastbare zaken van een locatie zoals de atmosfeer, de geschiedenis en de symbolische en spirituele waarden zijn echter minstens even belangrijk. Voor erfgoedtoeristen is de context van de erfgoedobjecten essentieel.<sup>59</sup> Naar aanleiding van onder andere een onderzoek van Van Gorp blijkt dat de groep erfgoedtoeristen, net als cultuurtoeristen, geen homogene groep is. Hoewel ze wel iets ouder en hoger opgeleid zijn dan de bevolking in het algemeen, bestaat er geen verband tussen de leeftijd, opleiding en de belangstelling voor erfgoed.<sup>60</sup>

Het strikte onderscheid tussen kunst, cultuur en historie dat in de wetenschap wordt gemaakt, bestaat in de toeristensector nauwelijks. Voor de toerist zijn historische musea, galerieën, niet-hedendaagse kunst en voorstellingen te rekenen onder de erfgoedervaring, naast de historische gebouwen en locaties, die overigens zelf vaak kunstcollecties bevatten. Verder worden de historie en de mythologie vaak niet uit elkaar gehaald. Mensen komen bijvoorbeeld af op locaties die in films en boeken een belangrijke rol spelen, zoals de bossen te Nottingham van de verhalen van Robin Hood en Tolkiens *Middle Earth* dat sinds de verfilming in Nieuw-Zeeland ligt.

Helaas zijn de inzichten in de specifieke interesse en het beeld van erfgoed onder het brede publiek beperkt. De gegevens zijn versnipperd en geven slechts indirecte aanwijzingen. Bovendien komen de meeste toeristen af op wat is aangemerkt als interessant, ze willen objecten zien die zijn geactiveerd als erfgoedtoeristische bron.<sup>61</sup> De vraag blijft dan of mensen op erfgoedobjecten afkomen omdat ze daadwerkelijk geïnteresseerd zijn, of omdat ze alleen dat erfgoed willen beleven dat volgens de algemene norm *moet* worden beleefd. Deze algemene norm wordt bepaald door het dominante cultuurpatroon van de samenleving. Al eerder is ingegaan op sociale differentiatie op grond van het bezit een bepaalde hoeveelheid cultureel kapitaal en hoe via sociale emulatie dit kapitaal over wordt genomen door 'lagere' sociale klassen. Bourdieu beschrijft dat vanwege het bezit van economisch en cultureel kapitaal de ideeënwereld of

<sup>59</sup> Russo, *The sustainable development of heritage cities*, 22.

<sup>60</sup> Van Gorp, *Bezienswaardig?*, 281; zie ook discussie over de definitie in Y. Poria, R. Butler en D. Airey, 'Clarifying heritage tourism,' *Annals of Tourism* 28-4 (2001) 1047-1049 en B. Garrod en A. Fyall, 'Heritage tourism: A question of definition,' *Annals of Tourism* 28-4 (2001) 1049-1052.

<sup>61</sup> Ashworth en Tunbridge, *The tourist-historic city*, 57, 63.

cultuurpatroon van de 'hogere' sociale klassen meer dominant zijn. Zij bepalen de norm voor de rest van de samenleving.<sup>62</sup>

### **De *tourist gaze* van erfgoedtoeristen**

De beleving en het gebruik van erfgoed door toeristen is samen te vatten met het begrip *tourist gaze*, dat door de socioloog John Urry is geïntroduceerd. Urry beschrijft in zijn gelijknamige boek drie belangrijke binaire opposities in een toeristenblik: de romantische versus de collectieve, de authentieke versus de niet-authentieke en de historische versus de moderne. Alle drie zijn ze belangrijk voor het erfgoedtoerisme.<sup>63</sup> Het tonen van erfgoed en de nostalgische aantrekkingskracht van erfgoed kunnen beide gezien worden als onderdeel van het postmodernisme. Het is een tegenreactie op de hang naar het nieuwe in het modernisme, waarbij onder andere oude stadsbuurten moesten wijken voor een overzichtelijk ingerichte nieuwe wijk, goede doorstroming van het verkeer of een modern winkelcentrum. Een ander kenmerk van postmodernisme is lokaliteit en individualisme.

Met de komst van het postmodernisme zijn de laatste 30 jaar ook nieuwe toeristen ontstaan, de 'post-toeristen'. Deze toeristen hoeven vanwege de komst van tv, video en internet het huis niet meer te verlaten om de wereld te verkennen. Men gaat dus alleen de deur uit voor de ultieme ervaring en het gevoel van authenticiteit. Bovendien zijn de 'post-toeristen' zich bewust van veranderingen en een meervoudige keuzemogelijkheid. Het onderscheid tussen hogere en lagere cultuur is grotendeels verdwenen. Het ene moment is men aan het midgetgolven om een paar uur later de nieuwste tentoonstelling in het museum voor moderne kunst te bekijken. Ten slotte is de 'post-toerist' zich ervan bewust dat hij toerist is en weet hij dat toerisme een industrie is met als gevolg lange rijen om binnen te komen, gemaakte authenticiteit en marketing.<sup>64</sup>

Door deze bewustwording is in Engeland eind jaren '80 de 'Campaign for real Holidays' gestart. Het was volgens deze campagne onmogelijk 'echte' vakantie te vieren, vanwege het massatoerisme. Een 'echte' vakantie heeft volgens die groep te maken met het bezoeken van plekken die ver liggen van waar de massa heen gaat. 'Echte' vakanties hebben dus die romantische toeristenblik, met het gevolg dat elke plek in de wereld in potentie een bestemming is geworden.<sup>65</sup> Dit 'weg-van-de-snelweg-idee' gaat meestal over het zoeken naar 'unieke' cultuur of natuur en daarmee naar uniek erfgoed in de breedste zin van het woord. Omdat erfgoed en geschiedenis steeds meer een vast onderdeel binnen de vakantie is geworden, gaan ook steeds meer mensen op zoek naar dat erfgoed dat echt vreemd is van het eigen erfgoed, waardoor mensen grotendeels aangetrokken worden door dezelfde objecten en locaties.

Een zelfde soort paradox zit in de toenemende behoefte om historische en authentieke plekken te bekijken. Toeristen zijn op zoek naar authenticiteit uit het verleden om zodoende de tekortkomingen van het heden te compenseren. Tegelijkertijd echter verwachten ze amusement en afleiding door een erkend 'pseudo-gebeurtenis'. Ze hebben de neiging om te vluchten in fantasie, waarvoor ze de duidelijk gekunstelde belevenis op de koop toe nemen en accepteren.<sup>66</sup>

### **Welk erfgoed?**

De verspreiding van historische toeristenattracties is niet dezelfde als de verspreiding van erfgoedlocaties. Toeristen selecteren – of er is voor hen geselecteerd – uit erfgoed door middel van *marking*. Dit is de duiding van de kwaliteiten van een locatie via borden, gidsen of eerder verkregen informatie. Het is belangrijk stil te staan bij het gegeven dat door *marking* het aanbod van erfgoed nog verder wordt beperkt tot het bekende binnen een afgebakend gebied.<sup>67</sup> Voor

---

<sup>62</sup> P. Bourdieu, *Outline of a theory of practice* (Cambridge 1977) 183-197.

<sup>63</sup> Urry, *The tourist gaze*, 3, 75, 85.

<sup>64</sup> *Ibidem*, 90.

<sup>65</sup> *Ibidem*, 86.

<sup>66</sup> *Ibidem*, 78.

<sup>67</sup> Ashworth en Tunbridge, *The tourist-historic city*, 76.

toeristen blijft er dan heel weinig over van de grote hoeveelheid erfgoedobjecten die in een stad aanwezig zijn.

Het is mogelijk de presentatie van het erfgoed aan bewoners anders te benadrukken. Het zal irrelevant zijn en soms zelfs conflicteren met datgene wat bezoekers gepresenteerd krijgen. Dit is zeker zo wanneer de culturele achtergrond van de bezoekers en bewoners extreem verschillen en waar het beleid voor conservering gedecentraliseerd wordt geregeld, op een lokaal niveau en bedoeld voor de regio.<sup>68</sup> In Egypte bijvoorbeeld ligt voor toeristen onder andere de nadruk op de Koptische cultuur, terwijl de huidige kopten worden gediscrimineerd en ze geregeld slachtoffer zijn van aanslagen.<sup>69</sup>

Bovendien kent de informatievoorziening over de erfgoedobjecten en -locaties die via de *marking* plaatsvindt drie problemen. Ten eerste geeft de reconstructie van het verleden een weinig genuanceerd beeld. Dat komt mede door het tweede probleem, namelijk dat ook de context niet wordt vermeld. Die context is tevens belangrijk om de sprong naar het heden te maken. Het derde probleem is dat bij de presentatie van erfgoed de commercie en het vermaak vaak een belangrijke rol spelen. Door de nadruk te leggen op vermaak valt de educatieve kant van erfgoed vaak weg. Op deze manier krijgen toeristen weinig besef van de geschiedenis van een stad, maar worden de stereotypen en daarmee het imago van een stad eerder bevestigd.<sup>70</sup> Een ingewikkeld en rijk stedelijk erfgoed wordt veelal beperkt, waarschijnlijk door de vervorming naar een paar simpele herkenbare en verkoopbare karakteristieken.

Toeristen herkennen erfgoed alleen als het als relevant wordt beschouwd. Dat is een algemene eigenschap. Niemand kan iets met een object dat geen betekenis heeft. Betekenisverlening is het object interpreteren met behulp van kennis dat door educatie en ervaring is verworven.<sup>71</sup> De bezoeker heeft niet alleen een beperkte kennis van de bezochte stad ten opzichte van de bewoner, de kennis is ook anders. Bezoekers waarderen een historisch artefact significant anders. Zij benadrukken de aspecten van de lokale geschiedenis die zijzelf kunnen ervaren en begrijpen, terwijl ze de aspecten die ze niet ervaren of begrijpen neigen te negeren. De 'Superstar-theorie' van de econoom Sherwin Rosen uit 1981 sluit hierop aan. Hij stelt dat toeristen met weinig informatie over het culturele aanbod naar de drukste en centraal gelegen plaatsen gaan om de zoekkosten te drukken. Deze plaatsen worden het meest bezocht omdat deze het meest interessant lijken of vanwege hun 'toevallige' centrale ligging. Dit soort culturele attracties krijgen daardoor over het algemeen meer aandacht dan ze verdienen.<sup>72</sup>

Toch zijn vakanties niet geheel contrasterend met educatie. Mensen leren op een vaak onbewuste manier in musea, bezoekerscentra en historische reconstructies. Vakanties gaan steeds meer lijken op de *Grand Tour* van een paar eeuwen terug.<sup>73</sup> Niet alleen kunst en cultuur staan hierbij centraal, ook het leren van nieuwe sporten kan worden gezien als de nieuwe vorm van educatieve reizen.<sup>74</sup> Dit kan echter ook resulteren in het leren van onjuistheden. Het verschil tussen bezoekerscentra, historische reconstructies en themaparken is soms nauwelijks te zien. Na een bezoek aan het sprookjesbos in de Efteling of het kasteel van Assepoester in Disney World is een beeld van een middeleeuwse stad gevormd, dat er maar moeilijk uitgaat. De link met de middeleeuwen gaat echter in geen enkel geval op. Hoewel de sprookjes zich in de middeleeuwen moeten afspelen, zijn ze negentiende-eeuwse creaties. Daarnaast is het kasteel van Disney een kopie van *Schloss Neuschwanstein* in het zuiden van Duitsland (Afbeelding 5). Dit kasteel is tussen

---

<sup>68</sup> Ashworth en Tunbridge, *The tourist-historic city*, 67-68.

<sup>69</sup> Zie bijvoorbeeld:

[http://www.nrc.nl/buitenland/article2452935.ece/Kopten\\_doelwit\\_aanslag\\_in\\_zuiden\\_Egypte](http://www.nrc.nl/buitenland/article2452935.ece/Kopten_doelwit_aanslag_in_zuiden_Egypte).

<sup>70</sup> Van Gorp, *Bezienswaardig?*, 60-61; zie ook R. McManus, 'Heritage and tourism in Ireland - an unholy alliance?', *Irish Geography* 30/2 (1997) 90-98.

<sup>71</sup> Coeterier, *Hoe beleven wij onze omgeving?*, 36.

<sup>72</sup> Russo, *The sustainable development of heritage cities*, 21.

<sup>73</sup> Urry, *The tourist gaze*, 92.

<sup>74</sup> *Ibidem*, 137.

1869 en 1886 gebouwd en dus, hoewel geïnspireerd op middeleeuwse kastelen, niet middeleeuws. Toch worden deze beelden als referentiekader voor authenticiteit gebruikt.<sup>75</sup>



Afbeelding 5. Schloss Neuschwanstein (links) en het kasteel in Disneyland Parijs (rechts).

Toerisme heeft zich altijd bezig gehouden met beleving en show. Veel erfgoedlocaties zijn daarom aangepast aan die behoefte. Dit is een vorm van *staged authenticity*, een tegemoetkoming aan de toeristische nieuwsgierigheid die acceptabel is voor de bezochte samenlevingen.<sup>76</sup> De grens tussen authenticiteit en gemaakte authenticiteit vervaagt. Het zijn reproducties geworden, gebaseerd op populair plezier, anti-elitair met weinig onderscheid tussen kunst en het sociale leven. De beleving is niet gebaseerd op beschouwing, maar op een grote participatie van het publiek en de nadruk ligt op nabootsing of wat andere kitsch zouden noemen. Het is een vorm van *negotiated experiences* waarbij toeristen ervaringen opdoen die van tevoren werden verwacht door voorafgaande kennis, fantasieën en mythen van de toerist, niet van de cultuur van de bestemming.<sup>77</sup>

Hoewel authenticiteit vele vormen kent en bij alle aspecten van erfgoedbeleid een zeer belangrijke rol speelt, is voor toeristen een specifieke vorm van authenticiteit van wezenlijk belang. Dit is de authenticiteit van de beleving, of *experiential authenticity* zoals Ashworth en Howard dit noemen.<sup>78</sup> De marketingdeskundigen James Gilmore en Joseph Pine noemt authenticiteit een nieuw onderdeel van de belevingseconomie. Consumenten willen steeds vaker het verleden 'ervaren'.<sup>79</sup> Zoals al eerder genoemd is de context cruciaal voor de ultieme beleving van erfgoedtoeristen. Een mooi oud object met op de achtergrond een modern gebouw, haalt een deel van de 'aura' van het object weg.<sup>80</sup> Het gaat om de zogenaamde historische sensatie en de plotselinge gewaarwording van verbondenheid met het verleden, zoals beschreven door de

<sup>75</sup> Urry, *The tourist gaze*, 131; dit doet denken aan het hyperrealisme, zoals beschreven door de Franse filosoof Jean Baudrillard (J. Baudrillard, *Selected Writings* (Cambridge 1988)).

<sup>76</sup> D. MacCannell, *The tourist. A new theory of the leisure class* (New York 1976) 91-108.

<sup>77</sup> Urry, *The tourist gaze*, 78; Ashworth en Tunbridge, *The tourist-historic city*, 67-68; Ribbens, *Een eigentijds verleden*, 130-131.

<sup>78</sup> G.J. Ashworth en P. Howard, *European heritage planning and management* (Exeter en Portland, Oregon 1999) 45. Zie ook Lowenthal, *The past is a foreign country*, 125-184.

<sup>79</sup> J.H. Gilmore en B.J. Pine, *Authenticity: What consumers really want* (Boston 2007), zie ook <http://authenticitybook.com/>.

<sup>80</sup> Russo, *The sustainable development of heritage cities*, 21-22.



historicus Johan Huizinga.<sup>81</sup> Deze sensatie is niet exclusief voor toeristen, ook bewoners willen het verleden ervaren. Toeristen en recreanten kunnen stedelijk erfgoed stedelijk erfgoed op dezelfde manier ervaren als bewoners. Het is duidelijk dat de recreatieve functie van een locatie sterk overeenkomt met de waardering van die plaats om er te werken, leven, recreëren of te investeren. De veronderstelling dat de historiciteit een belangrijk onderdeel is van een positieve voorkeur van een locatie wordt bevestigd door verschillend onderzoek in diverse steden<sup>82</sup>

Voordat dit in het volgende hoofdstuk aan bod komt, moet het concept *tourist gaze* eerst terugkomen. Hoewel dit begrip ‘de toeristenblik’ betekent, gaat het niet om wat we letterlijk zien. Juist in de perceptie van een toerist staan objecten gelijk aan ervaringen. Ze staan voor het andere, onalledaagse. De ervaringen zijn metaforen voor de redenen voor het nemen van een vakantie.<sup>83</sup> Toeristen willen dus ervaren en beleven. Dit werkt het beste als mensen iets snappen van het object. Als het gaat om erfgoed is dat niet altijd even makkelijk. Hoewel sommige cultuur, zoals beroemde schilderijen van Vermeer of Van Gogh, overal kan worden geconsumeerd en de context geheel niet belangrijk is, zal dit bij de meerderheid van het erfgoed niet het geval zijn.<sup>84</sup>

Informatie is essentieel voor de historische sensatie. Toch is het algemene beeld van historici dat er te weinig informatie tot toeristen doordringt, zeker bij de minder bekende en bezochte objecten. Erfgoedobjecten worden niet om historische redenen aangemerkt als bezienswaardigheid. Over het algemeen is de ruimtelijke en historische ontwikkeling van een stad niet interessant voor toeristen. Dat kan in ieder geval worden opgemaakt uit de informatie bij erfgoedobjecten. Wie een vakantie boekt, is bij de keuze veelal aangewezen op beelden van de plaats, die door de ‘aanbieder’ van de vakantie worden gemaakt en verspreid. Zonder die informatie echter zal de gemiddelde toerist deze historische betekenis ook nooit te weten komen. Toeristen hebben te weinig historisch besef om zelf de attractiewaarde van erfgoedobjecten te onderkennen.

Mensen lijken hun bezoek niet of nauwelijks voor te bereiden. Ze verlangen echter vaak meer info te krijgen over wat ze zien in de stad. De opvattingen van welstandcommissies en diegene die een musealisering van het landschap vrezen ten spijt, lijkt het plaatsen van meer infopanelen in de stad de beste manier om een grote groep erfgoedtoeristen toch enige inzicht in de stad te bieden.<sup>85</sup> Door dit informatiegebrek draagt erfgoedtoerisme niet bij aan het draagvlak voor het behoud van minder bezocht erfgoed. Economische waarden wegen dan zwaarder dan culturele waarden.<sup>86</sup>

Beleving en het creëren van historisch besef gaat echter niet alleen om begrip, ook aantrekkelijkheid en identificatie zijn belangrijk.<sup>87</sup> Onderzoek van onder andere de socioloog Harry Ganzenboom heeft aangetoond dat oude dingen als mooi worden ervaren. Het doet er niet veel toe hoe oud het is of wat voor soort gebouw.<sup>88</sup> Coeterier wijst er op dat ‘oud’ een betrekkelijk begrip is, met name voor mensen die weinig historisch besef hebben. Voor die

---

<sup>81</sup> J. Huizinga, ‘Het historisch museum’, in: *Verzamelde werken II* (Haarlem 1948) 559-569, 568; *idem*, ‘De taak der cultuurgeschiedenis’, in: *Cultuurhistorische verkenningen* (Haarlem 1929) 1-85, 52.

<sup>82</sup> Zie onder andere onderzoek gedaan in de steden Groningen, Amsterdam en Utrecht: Ennen, *Heritage in fragments*, 28-29.

<sup>83</sup> Urry, *The tourist gaze*, 117.

<sup>84</sup> Russo, *The sustainable development of heritage cities*, 22.

<sup>85</sup> Van Gorp, *Bezienswaardig?*, 288-289.

<sup>86</sup> Van Gorp, *Bezienswaardig?*, 50-51; zie ook J.R. Gold en S.V. Ward, *Place Promotion. The use of publicity and marketing to sell towns and regions* (Chichester 1995) en Asselbergs, *Niets is zo veranderlijk als een monument*.

<sup>87</sup> J. Rüsen, ‘Für eine Didaktik historischer Museen’, in: J. Rüsen, W. Ernst en H.T. Grütter (ed.), *Geschichte sehen. Beiträge zur Ästhetik historischer Museen* (Pfaffenweiler 1988) 9-19, geciteerd in H. Henrichs, ‘Public history en musea: historisch denken of het verleden beleven’, *Levend erfgoed. Vakblad voor public folklore & public history* (2009 ter perse); zie ook Beumer, *Bewustmaking van het publiek*.

<sup>88</sup> H. Ganzeboom, *Beleving van Monumenten I. Een onderzoek naar herkenning, waardering en bezichtiging van monumenten uitgevoerd in de binnenstad van Utrecht* (Utrecht 1982) 50-52, 65.

mensen houdt de tijdshorizon ongeveer op bij de grootouders. Iets is oud als het dateert vóór de geboorte van de grootouders, ouder als het van een paar honderd jaar geleden dateert, óf heel oud. Dat laatste is echter niet meer te vatten, omdat het nauwelijks aansluit op het dagelijks leven.<sup>89</sup>

Het historische karakter van een stad wordt zeer gewaardeerd en als zelfstandige reden aangehaald om die stad te bezoeken. Andere aspecten van een stad die worden gewaardeerd zijn een duidelijke oriëntatie en een overzichtelijk stratenpatroon. Overzichtelijkheid maakt het creëren van een *mental map* makkelijker, waardoor de *urban mindscape* en daarmee het imago en de identiteit van een stad toegankelijker is.<sup>90</sup> Naast overzichtelijkheid, moet de stad schoon zijn met goed onderhouden straten, zonder gesloopte of dichtgetimmerde huizen, veel bankjes en bomen of ander groen. Bovendien worden straatklinkers meer gewaardeerd dan asfalt. De ruimtes moeten veel variatie kennen, zoals een afwisseling van besloten en open ruimtes en geen aaneenschakeling van dezelfde soort gevels.<sup>91</sup>

Helaas is er weinig bekend over de complexiteit van de manier waarop diverse bezoekers dezelfde objecten en locaties ervaren, lezen en bekijken. De belevingswaarde van erfgoed hangt sterk af van de omgeving en de achtergrond van de bezoeker. Het is in geen geval een passief proces van visuele consumptie en het werkt in sommige gevallen hetzelfde als bijvoorbeeld het wandelen en fotograferen bij toeristische plekken.<sup>92</sup> Verschillende onderdelen van de locatie moeten met elkaar overeenstemmen. Het actief om je heen kijken is belangrijker dan bijvoorbeeld het lopen, winkelen of het nuttigen van een drankje op een terras. Daarnaast moeten secundaire omstandigheden zoals het weer, de toegankelijkheid en de aanwezigheid van horeca en sanitaire voorzieningen goed zijn.<sup>93</sup>

De algemene waardering van een stad geldt voor de gemiddelde actor, dus voor bewoners én bezoekers. Er is echter wel een verschil tussen deze twee groepen. Dit verschil zit in het feit dat bewoners zich dagelijks in de stad bevinden en dus extra letten op de omgeving in het algemeen. Dit geldt slechts voor een klein deel van de toeristen. Aan het begin van dit hoofdstuk en in de inleiding is al gewezen op de verscheidenheid van de groep toeristen. Niet alleen het reismotief en de gezochte ervaring, maar ook de verblijfsduur van toeristen spelen in de belevingswaarde en waardering van een historische stad een rol. Hoe langer een toerist in de stad verblijft (of hoe vaker hij de stad bezoekt) hoe meer hij zich als een bewoner gaat gedragen. Toeristen die slechts in één dag – of een paar uur – de topattracties van een stad afgaan, zullen eerder letten op de kwaliteit, aantrekkelijkheid en belevingswaarde van die attracties en wellicht de wegen die deze locaties met elkaar verbinden. De rest van de stad krijgen ze geheel niet te zien en daar mag het dus ongeordend en eentonig zijn. Voor hen is de omgeving al overzichtelijk, aangezien ze alleen die topattracties kennen. Die attracties vormen de stad, de rest doet er niet toe.

## Erfgoedbeleid voor toeristen

Uit verschillend onderzoek blijkt de algemene waardering van erfgoed. Ook blijkt dat erfgoed en cultuur een belangrijker motief wordt om een specifieke plaats te bezoeken. Voor lang niet alle toeristen spelen de culturele redenen een rol, vaker gaat het om de status en de ervaring die het bezoek oplevert. Toerisme gaat over het ervaren van gewone en ongewone dingen in een onalledaagse omgeving. Het verleden is altijd onalledaags. Daarbij komt dat de belevingswaarde, attractiewaarde en identificatie samen tot de ultieme ervaring of historische sensatie kunnen leiden.

---

<sup>89</sup> Couterier, *Hoe beleven wij onze omgeving?*, 187.

<sup>90</sup> Lynch, *The image of the city*, 119.

<sup>91</sup> Van Gorp, *Bezienswaardig?*, 71; J.F. Coeterier e.a., *Levendigheid in binnensteden, een verkennend onderzoek. De betekenis van de omgeving X* (Wageningen 1982) 19, 176-177.

<sup>92</sup> Urry, *The tourist gaze*, 101-102, 110.

<sup>93</sup> Ennen, *Heritage in fragments*, 54; Russo, *The sustainable development of heritage cities*, 21-22.

Helaas is het bezochte erfgoed beperkt door de *markers* die toeristen gebruiken. Daarnaast is de kennis van de objecten slecht. De informatie wordt begrijpbaar gemaakt, waardoor details verloren gaan, de context wordt weggehaald of niet duidelijk gemaakt en de beleving van objecten door bijvoorbeeld reconstructies of evenementen wordt als belangrijker beschouwd dan de informatievoorziening.

Hoewel de algemene waardering van erfgoed en historisch gegroeide steden groot is, bestaat er een ervaringsverschil tussen verschillende soorten toeristen. Er zijn toeristen die specifiek op erfgoed afkomen en daarom waarschijnlijk ook meer kennis zullen hebben, de context essentieel vinden en reconstructies en evenementen minder of geheel niet zullen waarderen. Er zijn ook toeristen die een bepaalde stad langer of vaker bezoeken. Deze toeristen zullen de eerste keer (of paar dagen) alle topattracties bekijken, maar daarna al snel zich meer en meer gaan gedragen als bewoners. Zij gaan onbekende buurten bezoeken, winkelen of gewoon wat rondwandelen door de stad. De grootste categorie toerist bestaat echter uit mensen die – omdat dit de norm is – alleen de topattracties bekijken en van de rest van de stad in het geheel niets meekrijgen.

Voor het erfgoedbeleid is het zeer belangrijk dit onderscheid te onderkennen. Ten eerste moeten de directe omgeving van de topattracties en de verbindingroutes zo aantrekkelijk mogelijk worden gemaakt. Daarnaast moet de omgeving worden aangepast aan het historisch karakter van de attractie en het verwachtingspatroon van de bezoekers. Ten slotte moeten er voldoende secundaire voorzieningen aanwezig zijn. Voor de andere intensievere toerist moet er niet te veel worden aangepast. Zij willen de stad juist als niet toerist ervaren. In hun ogen moet de stad puur en eerlijk blijven en dat betekent ook schoonheidsfoutjes. Wel willen ze nieuwe dingen ontdekken, hun ‘eigen plekje’ vinden. Voor die mensen kan actiever reclame worden gemaakt van ‘onbekend’ erfgoed. Misschien kan dat verborgen erfgoed zich in de buitenwijken bevinden, maar de voorwaarde moet blijven dat ze het erfgoed kunnen begrijpen en ze zich er mee kunnen identificeren. Dit is makkelijker voor mensen met dezelfde culturele achtergrond. Hoe meer die overeenkomt des te meer het erfgoedbeleid zal lijken op het beleid voor de bewoners.

## HOOFDSTUK 3 ERFGOED EN BEWONERS

In het vorige hoofdstuk is duidelijk gemaakt dat toeristen een heterogene groep vormen die erfgoed en het historische uiterlijk van een stad op verschillende manieren ervaart, beleeft en als onderdeel van de vakantie maakt. Niet alleen het reismotief en de gezochte ervaring ook de verblijfsduur van toeristen spelen een rol. Frequente en langdurige bezoekers zullen de steden eerder op min of meer dezelfde manier ervaren als een bewoner. Toeristen die alleen op de topattracties afkomen zullen eerder op de directe omgeving van die attracties letten dan op de rest van de stad. De laatste tijd neemt niet alleen de belangstelling van erfgoedtoerisme toe, ook neemt de historiciteit van de omgeving een steeds belangrijkere plaats in de uiteindelijke woonkeuze. Hoewel de voornaamste keuzes zijn gebaseerd op de kwaliteiten van het huis, spelen factoren als smaak, betekenis en onderscheiding van de omgeving in toenemende mate een rol.<sup>94</sup> In dit hoofdstuk zal uiteen worden gezet hoe bewoners stedelijk erfgoed beleven en op welke manier het erfgoedbeleid hier op kan inspelen.

### De beleving van erfgoed

In de voorgaande hoofdstukken is al enkele keren verwezen naar waarderingscriteria en andere factoren die de beleving van erfgoed beïnvloeden. Dit hoofdstuk zal beginnen met een meer uitgebreide uiteenzetting van de manier waarop erfgoed wordt beleefd. Zoals al eerder vermeld lijken er algemene waarderingscriteria te bestaan van een bepaald uiterlijk van een stad. Een oudere stad wordt als mooier ervaren, de ruimtelijke ordening moet overzichtelijk zijn en de stad moet er schoon en verzorgd uitzien. Frijhoff oppert dat mensen van oude stadscentra houden omdat het model ervan nog in hun bloed zit. De modellen geven richting aan de waarnemingen en herkenning, ze geven zin en verklaren. De huizen zelf mogen nieuw zijn, de omgeving moet nog iets laten zien van zijn verleden (Afbeelding 6). Daarom kunnen mensen volgens Frijhoff niet overal even goed wonen. Sommige buurten verschillen te veel van de bekende modellen, zij delen het geheugen niet.<sup>95</sup>



*Afbeelding 6. Nieuwe bewoning op het KNSM-eiland, in de oude haven van Amsterdam. Met moderne architectuur is het historische karakter van Amsterdam nagebootst. Ook zijn de oude pakhuizen in de buurt zoveel mogelijk herbestemd.*

<sup>94</sup> Ennen, *Wonen in gecreëerd erfgoed*, 21.

<sup>95</sup> Frijhoff, 'De stad en haar geheugen', 30-57, 49.

Hoewel deze criteria dus wel algemeen zijn, bestaan er redelijk wat verschillen tussen de waardering van erfgoed door leken en door experts.<sup>96</sup> Door gebrek aan kennis, letten leken meer op het uiterlijk. Niet alleen letten ze op het aanzicht van een object, maar ook op het uiterlijk van de omgeving van dat object. Het object moet in zijn context passen. De experts, zoals kunst- en bouwhistorici, passen hun kennis toe. Zij letten op de zeldzaamheid of de mate van beschadiging van een object en analyseren de objecten op zich, de plaats in de omgeving is minder van belang. Zeldzaamheid is voor leken geen belevingskwaliteit. Zij vinden een maatschappelijke of persoonlijke waarde veel belangrijker. Uit maatschappelijk belang mogen er geen oude objecten weg, hoe lelijk ze ook zijn. Datzelfde geldt bij een persoonlijke binding met het object. Bovendien zijn de criteria voor gaafheid voor leken anders dan voor experts. Een object is gaaf als alle elementen bij elkaar passen, of ze allemaal uit dezelfde periode dateren is niet van betekenis. Leken vinden het zelfs vanzelfsprekend dat iedere eigenaar zijn eigen veranderingen doorvoert. De objecten moeten wel goed onderhouden en geconserveerd zijn, elke deuk of kras doet immers onder aan de schoonheid. Ten slotte is ouderdom voor leken moeilijk te vatten. De feitelijke ouderdom speelt dan ook nauwelijks een rol. Coeterier stelt dat niet alles dat oud is ook meteen mooi wordt gevonden, de esthetische kwaliteiten variëren per stijl; er bestaan ook stijlen die niet mooi zijn.

Ganzeboom komt na zijn onderzoek in de Utrechtse binnenstad tot min of meer dezelfde conclusies. Ten eerste wordt het stedenbouwkundig geheel beoordeeld. Gebouwen maken onderdeel uit van dat geheel en worden in die context beoordeeld. Nieuwbouw is daarom niet meteen lelijk. Het gaat om de inbreuk die de gebouwen maken op het oude geheel. Ten tweede worden gebouwen of straten met een bepaalde ouderdom, een rustige sfeer, bouwkundige elementen en veel bomen of planten als mooi ervaren. Wanneer er een groot mengsel van stijlen is, een te groot contrast en straten of gebouwen te groot en log en kaal zijn, worden ze op hun beurt als lelijk ervaren.<sup>97</sup> Dit onderzoek uit 1982 is echter enigszins verouderd. Ganzeboom stelt bijvoorbeeld duidelijk een leeftijdsgrens van monumenten, namelijk 1850. Dit is de oude grens van vóór de monumentenwet van 1961. Bovendien toetst hij de beleving aan de hand van foto's van óf hele oude gebouwen, óf hele jonge gebouwen. Het enige gebouwen uit de tijd van de industrialisatie in Nederland (de negentiende en vroege twintigste eeuw) is het hoofdstation uit 1924. Dit komt overeen met de waardering van gebouwen uit die periode, die pas aan het eind van de 'jaren 80 langzaam op gang kwam.<sup>98</sup>

De industrialisatie verdient aparte aandacht bij de beschrijving van de beleving van erfgoed. Sinds de jaren '90 van de twintigste eeuw maakt het industriële verleden een integraal onderdeel uit van het erfgoed en de regionale identiteit. Industrieel erfgoed is een uniek soort erfgoed met, naast een sterk regionaal karakter ook aanzienlijke verbinding met publieksgeschiedenis. Ashworth beschrijft het als de meest democratisch gevormde soort erfgoed, een representatie van het leven van een groot deel van de samenleving. Tenminste wanneer niet alleen de technologische of romantische kant wordt getoond. Ook moet er niet verwacht worden dat de oude arbeiders van de fabrieken met veel plezier komen kijken wat voor werk zij zelf hebben verricht. Industriële presentaties moeten zich eerder wenden tot een publiek dat verder van de arbeiders af staat.<sup>99</sup>

Toch blijft de waardering van erfgoed iets ongrijpbaars en abstracts. Waarom willen mensen bepaald erfgoed bewaren voor de toekomst of tonen aan bezoekers? Het antwoord op die vraag is ingewikkelder dan het lijkt, omdat erfgoed een betekenis *geven* voor verschillende groepen iets anders is dan het *hebben* van een betekenis voor individuen. In navolging van Rösen

---

<sup>96</sup> Coeterier, *Hoe beleven wij onze omgeving?*, 186-188.

<sup>97</sup> Ganzeboom, *Beleving van monumenten*, 50-52, 58, 95.

<sup>98</sup> E. Nijhof, 'Industrieel erfgoed en de omgang met het verleden', *Erfgoed* 1 (2005) 2-8.

<sup>99</sup> Nijhof, 'Industrieel erfgoed', 7; G.J. Ashworth, 'Thoughts on the political uses of the past', in: *Industrial Heritage as force in the democratic society: conference May 2001 (Stockholm 2001)* 24-33, 30-33.

heeft Ennen drie sociaal-psychologische aspecten van de betekenisgeving van erfgoed beschreven.<sup>100</sup>

Ten eerste is er de esthetische ervaring. De esthetische ervaring heeft veel te doen met de smaak van een groep. Een smaak die volgens het principe van cultureel kapitaal is gecorreleerd aan een sociale positie en verschillende levensstijlen.<sup>101</sup> Hieruit volgt dat kennis en historisch besef beide de esthetische ervaring van erfgoed beïnvloeden. De kennis is namelijk de schakel tussen het uiterlijk van een object en het stedelijk geheugen. Dit geheugen kan betekenis geven aan een 'lelijk' object en het daardoor toch 'mooi' maken.

Toeristen doen over het algemeen meer moeite kennis op te doen over een specifiek object. Al was het maar om te begrijpen waarom ze het object moesten zien. De gemiddelde bewoner weet veel minder van de losse objecten, maar ziet de stad als geheel. De oriëntatie in een stad van een bewoner is volgens de architect Weeber minder gerelateerd aan gebouwen. Naarmate mensen de stad beter leren kennen, oriënteren ze zich veel meer op details die niet architectonisch zijn. Gebouwen zijn vooral van belang voor de nieuwkomer en de toerist, na enige tijd 'zie je ze niet meer staan'.<sup>102</sup> De monumenten worden dan ervaren op een onbewust niveau. Een emotionele reactie zal waarschijnlijk alleen worden veroorzaakt door plotselinge veranderingen in hun omgeving.<sup>103</sup>

Het tweede sociaal-psychologisch aspect is de *sense of place*, het besef van de betekenis van een plaats. Dit besef heeft als effect dat door de bewustwording van de uniekheid van een plaats de identiteit van de bewoners wordt verstrekt en daarmee het 'thuisgevoel'. De betekenisgeving van erfgoed draait bij dit aspect voornamelijk op het behoud en beheer van het erfgoed en om de persoonlijke herinneringen.

Het derde aspect sluit hier op aan. De betekenisgeving draait hierbij namelijk om de culturele identiteit. Ennen bedoelt hier de identiteit van een stad mee zoals beschreven in hoofdstuk 1. Zij wijst bovendien op de schijnbare paradox tussen de toenemende geglobaliseerde cultuur en de toenemende interesse in de lokale cultuur.

Deze drie aspecten blijven abstract. Concreter zijn de onderzoeksresultaten naar de vestigingsmotieven van bedrijven en promotiemateriaal dat niet expliciet voor toeristen is bedoeld.<sup>104</sup> Zo blijkt uit een studie naar de vestiging van enkele bedrijven in Londen dat een mix van recreatieve en decoratieve faciliteiten met musea en oude gebouwen voor een groot deel van de respondenten belangrijker waren dan sportfaciliteiten en kroegen. Natuurlijk spelen vele andere factoren een grotere rol in de keuze van vestigen, maar als die factoren allemaal gelijk zijn is de aanwezigheid van cultuur in de directe omgeving de doorslaggevende factor.<sup>105</sup> Ook in promotiebeelden komt de factor cultuur naar voren. Rond 1980 domineerden de centrale ligging, de dynamiek van de locatie, de onderscheidende identiteit van de locatie en de kwaliteit van leven op die locatie de promotiebeelden.<sup>106</sup> De laatste twee worden gevormd door de esthetische kwaliteiten, de mate van zichtbaarheid van het verleden en de culturele faciliteiten. Aan het eind van de jaren '80 is het onderzoek opnieuw gedaan. De twee belangrijkste conclusies uit dit onderzoek zijn dat erfgoed dominant is in de promotiebeelden en dat alle steden gebruik maken van erfgoed. De steden echter die de meeste geregistreerde monumenten bezit en de

---

<sup>100</sup> Ennen, *Heritage in fragments*, 75; Rösen, 'Für eine Didaktik historischer Museen', 9-19.

<sup>101</sup> P. Bourdieu, *Distinction: a social critique of judgement of taste* (London 1979) 56.

<sup>102</sup> Coeterier e.a., *Levendigheid in binnensteden*, 77.

<sup>103</sup> P. Brunsmann, *Beleving van monumenten* (Den Haag 1974), geciteerd in Ennen, *Heritage in fragments*, 74.

<sup>104</sup> Graham e.a., *A geography of heritage*, 162.

<sup>105</sup> J.H. Dunning en G. Norman, 'Location choice of offices of international companies', *Environment and planning A* 19, 5 (1987) 613-631; G. Evans, 'An urban renaissance? The role of the arts in urban regeneration: a survey of local authorities in Greater London', *Papers in leisure and tourism studies* 4 (1993), geciteerd in Graham e.a., *A geography of heritage*, 162.

<sup>106</sup> J. Burgess, 'Selling places: environment images for the executive', *Regional studies* 16 (1982) 1-17.

erfgoedreputatie hebben, maken er minder gebruik van dan de steden met minder monumenten en een slechtere erfgoedreputatie.<sup>107</sup>

### **De beleving van erfgoed door verschillende soorten stadsbewoners**

Zoals eerder vermeld heeft de belevingswaarde van erfgoed sterk te maken met smaak en de kennis en daarmee de sociale differentiatie in een stad. Als het gaat om cultureel erfgoed lijken de gebruikers gemiddeld minder hoogopgeleid te zijn dan bij andere culturele activiteiten als het bezoeken van een concertgebouw of theater. Toch zijn de hoogopgeleide gebruikers oververtegenwoordigd, net als de ouderen. Gepensioneerden houden zich actiever bezig met erfgoed en archeologie dan mensen van middelbare leeftijd.<sup>108</sup> Er zijn verschillende soorten stadsbewoners die allen een andere waarde hechten aan het erfgoed bij hen in de buurt. De historiciteit speelt voor sommige mensen zeker een rol, voor anderen doet dat echter geheel niet ter zake.

Natuurlijk zijn niet alle inwoners geïnteresseerd in de cultuurhistorie van hun stad. Veel mensen wonen op een bepaalde locatie om totaal andere redenen. Door Ennen wordt daarom terecht onderscheid gemaakt tussen verbonden zijn aan een stad en een bepaalde binding hebben met een stad.<sup>109</sup> De sociaal-geograaf Arnold Reijndorp definieert drie soorten ruimtelijke binding en daarmee onderscheidende factoren voor onder andere de woonwensen en de vestigingsplaatskeuze. De eerste is de functionele binding; wanneer men verbonden is aan een stad, voor bijvoorbeeld werk of school. De tweede en derde bindingen zijn de sociale en mentale, waarbij er een binding is met respectievelijk sociale netwerken en emotionele factoren. Denk bijvoorbeeld aan familie en vrienden of het feit in een stad geboren en getogen zijn.<sup>110</sup>

De mate van verbondenheid met en aan een stad geeft echter niet genoeg differentiatie om de bewoners onder te verdelen. Het eerder uitgelegde sociaal-cultureel kapitaal, het economisch kapitaal en de woongeschiedenis van bewoners zijn minstens net zo belangrijk. Zowel Ennen als Reijndorp hebben aan de hand van deze combinatie een typologie opgesteld van stadsbewoners. Ennen heeft haar onderzoek gebaseerd op binnenstadbewoners. Reijndorp heeft enkel gekeken naar mensen die in buitenwijken wonen (Figuur 3).

---

<sup>107</sup> H. Voogd en W. van de Wijk, 'Recreatieve imagos en gemeentelijke voorlichting, in: H. Voogd (ed.), *Stedelijke planning in perspectief* (Groningen 1989) 61-74, geciteerd in Graham e.a., *A geography of heritage*, 162. Waarschijnlijk gaat deze conclusie niet meer op voor de huidige promotiebeelden. Het lijkt namelijk dat tegenwoordig elke stad zoveel mogelijk erfgoed gebruikt om bezoekers en bewoners te trekken. De boordschap is meestal dat er een 'ideale' combinatie is van oud en nieuw.

<sup>108</sup> A. van den Broek, F. Huysmans en J. de Haan, *Cultuurminnaars en cultuurmijders. Trends in de belangstelling voor kunsten en cultureel erfgoed. Het culturele draagvlak 6* (Den Haag 2005) 95-100.

<sup>109</sup> Ennen, *Heritage in fragments*, 57-58.

<sup>110</sup> A. Reijndorp e.a., *Buitenwijken – stedelijkheid op afstand* (Rotterdam 1998).

auteur	soort bewoner	woonlocatie	gebonden aan stad	binding met stad	hechting cultuur	voorkeurslocatie
Reijndorp	nieuwe stedelingen	buitenwijk	neutraal	sterk	groot	centrum/oude wijk
Ennen	connaisseurs	centrum/oude wijk	neutraal	sterk	groot	centrum
Reijndorp	oorspronkelijke stedelingen	buitenwijk	neutraal	sterk	neutraal	oude stadswijk
Ennen	<i>take-it-or-leavers</i>	centrum	neutraal	neutraal	neutraal	overal
Reijndorp	dorpelingen	buitenwijk	neutraal	geen	neutraal	dorp
Reijndorp	buitenwijkers	buitenwijk	sterk	geen	geen	buitenwijk
Ennen	<i>rejecters</i>	centrum	sterk	geen	geen	buitenwijk
Reijndorp	suburbanisten	buitenwijk	neutraal	geen	geen	buitenwijk/dorp
Reijndorp	nomaden	overal	neutraal	geen	geen	overal

Figuur 3. Typologie van stadsbewoners.

- Nieuwe stedelingen: zij hebben een groot cultureel kapitaal en een sterke mentale binding met de oude stad. Ze werden gedwongen te verhuizen uit de oude wijken;
- Connaisseurs: Zij onderschrijven de nadelen van het stadscentrum, maar de voordelen wegen zwaarder. Ze hebben nadrukkelijk gekozen om in het centrum te leven, bij voorkeur in een monument. Zij hebben de mogelijkheid om keuzes te maken en zijn niet sterk gebonden aan het stadscentrum. Belangrijk is de toegankelijkheid van culturele faciliteiten. De betekenis die wordt gegeven aan stedelijk erfgoed in hun omgeving is erg positief;
- Oorspronkelijke stedelingen: zij komen uit de oude stadswijken. Ze kennen een sterke binding, maar wilden groter wonen of werden gedwongen uit de oude wijken te verhuizen;
- *Take-it-or-leavers*: Zij zijn neutraal, erkennen zowel de voor- als de nadelen van het centrum. Ze hebben een beperkte keuzevrijheid, leven tijdelijk in het centrum en hebben beperkte financiële middelen. De openbare ruimtes in het centrum zijn erg belangrijk. Erfgoed speelt alleen op de achtergrond een belangrijke rol. Veranderingen zijn daarom niet goed. Gebondenheid kan makkelijk veranderen in solidariteit;
- Dorpelingen: Zij komen uit de dorpen in de nabijheid van hun nieuwe wijk. Hun cultureel kapitaal loopt uiteen. Ze hebben een sterke sociale en/of mentale binding met het dorp waar ze vandaan komen, maar wilden een andere woning of werden gedwongen te verhuizen;
- Buitenwijkers: Zij wonen binnen dezelfde regio. Hun wooncarrière komt voor alles, waardoor de woning belangrijker is dan de woonomgeving. Ze hebben geen sterke binding (meer) met de stad;
- *Rejecters*: Zij erkennen de voordelen van het centrum, maar de nadelen wegen zwaarder. Zij hebben het centrum nodig vanwege de faciliteiten, maar zouden liever vertrekken. Ze hebben weinig interesse in cultuur. Erfgoed is een van de voordelen van de stad, maar de toegankelijkheid van de stad is veel belangrijker, zodat erfgoed een obstakel kan worden;
- Suburbanisten; Zij willen bewust niet in de stad wonen en hebben daar dan ook geen enkele binding mee;
- Nomaden: Zij zijn aan niets en niemand gebonden en kennen dan ook geen enkele binding met de stad.<sup>111</sup>

<sup>111</sup> Reijndorp e.a., *Buitenwijken*, 92-128; Ennen, *Wonen in gecreëerd erfgoed*, 58.



Connaisseurs die verder van het centrum wonen kunnen genieten van de voordelen van het centrum zonder last te hebben van de nadelen. Deze situatie kan leiden tot het romantiseren van het erfgoed en het toekennen van een positieve betekenis. In contrast met de connaisseurs geldt hoe verder de *rejecters* van het centrum wonen, hoe zwakker hun solidariteit met het stadscentrum en erfgoed. De nadelen worden minder sterk gevoeld, waardoor erfgoed een meer neutrale betekenis krijgt.<sup>112</sup>

Uit enquêtes blijkt dat de indeling in negen groepen klopt. De connaisseurs worden echter verder opgedeeld in historische en consumerende connaisseurs. De meeste respondenten hechten een positieve betekenis toe aan stedelijk erfgoed. Monumenten maken de atmosfeer beter en het centrum en historische steden worden als mooi ervaren. Het verschil tussen connaisseurs en *rejecters* over waardering van erfgoed is klein. Het thuisgevoel is groter bij connaisseurs en ze zijn meer bereid te betalen. Ook voelen ze de negatieve effecten van toerisme het meest.<sup>113</sup>

Hoewel bovenstaande typologieën zullen worden aangehouden, vermoed ik dat de indeling in groepen ingewikkelder is. Met name het onderscheid tussen bewoners van een buitenwijk en van het stadscentrum is te beperkt. In steden zijn in toenemende mate namelijk de zogenaamde jaren '30-wijken populair. Mensen hebben het gevoel in een 'oude' wijk te wonen, terwijl alle culturele voorzieningen op fietsafstand te bereiken zijn. Het idee dat mensen voor voorzieningen gebonden zijn aan de binnenstad en daarom niet verhuizen uit het centrum, terwijl ze daar liever niet willen wonen, lijkt onwaarschijnlijk. Juist in Nederlandse steden is het centrum zeer goed te bereiken, op de fiets en met het openbaar vervoer. Het is over het algemeen ook makkelijker (en goedkoper) om buiten het centrum te gaan wonen.<sup>114</sup>

Deze punten meegenomen en de bovenstaande typologieën samengevoegd kan er een werkhypothese worden samengesteld (Figuur 4).

soort bewoner	gebonden aan stad	binding met stad	hechting cultuur	voorkeurslocatie	woonlocatie
historische centrubewoners	neutraal	sterk	groot	centrum	de hele stad
oude stadswijkbewoners	groot	sterk	groot tot neutraal	oude wijk / centrum	de hele stad
nieuwe stadswijkbewoners	groot	neutraal	klein tot neutraal	oude wijk / buitenwijk / suburbaan / centrum	buiten de stad
buitenwijkbewoners	neutraal	neutraal tot klein	klein tot neutraal	buitenwijk / suburbaan / oude wijk / centrum	nieuwe wijk / buiten de stad / oude wijk / centrum
suburbanisten	Klein tot neutraal	klein	klein tot neutraal	suburbaan / buitenwijk / oude wijk / centrum	buiten de stad / nieuwe wijk / oude wijk / centrum
nomaden	klein	klein	klein tot neutraal	overall	overall

Figuur 4. Hypothetische typologie stadsbewoners.

<sup>112</sup> Ennen, *Heritage in fragments*, 113.

<sup>113</sup> *Ibidem*, 119.

<sup>114</sup> Een van de belangrijkste redenen om niet in het centrum te willen wonen is bijvoorbeeld de wens om de auto voor de deur te willen parkeren. Dat is in een stadscentrum over het algemeen nagenoeg onmogelijk of zeer kostbaar.

De categorie ‘soort bewoner’ is een mix tussen de voorkeurslocatie en de huidige woonlocatie. Zo zijn historische centrumbewoners mensen die het liefst in de zogenaamde middeleeuwse stadskern willen wonen. Sommige mensen wonen daar al, maar een grote groep heeft niet de (financiële) middelen om daar te gaan wonen. De oude stadswijkbewoners willen het liefst in de wijken wonen die tussen grofweg 1880 en 1940 zijn gebouwd.<sup>115</sup> Een huis in het centrum wijzen ze ook niet af, ware het niet dat ze de rust van de oude stadswijk preveren. Dit soort wijken zijn erg geliefd waardoor mensen hier graag zouden willen wonen, maar hiertoe de kans niet krijgen. Dit soort bewoners hecht bovengemiddeld veel aan het cultureel erfgoed dat in een wijk zichtbaar is. Waar ze ook wonen, als de wijk geheel nieuw is, zonder een enig zichtbaar verleden, dan voelen ze zich er absoluut niet thuis.

Nieuwe stadswijkbewoners zijn een aparte groep. Dit zijn vaak nieuwkomers in een stad, of mensen met weinig geld. Zij wonen in wijken die tussen grofweg 1950 en 1980 zijn gebouwd, maar de meeste mensen willen daar het liefste weg. Ze zouden bijvoorbeeld graag in een oude wijk of buitenwijk willen wonen. De buitenwijkbewoners zijn of nieuwkomers of juist mensen die al heel lang in de stad wonen. Zij zijn in de buitenwijk gaan wonen vanwege de rust en de ruimte en profiteren ook van de goede bereikbaarheid van het centrum.

Ten slotte zijn er de suburbanisten, de mensen die in de zogenaamde VINEX-locaties of groeikernen wonen. Zij zijn er erg tevreden met de rust en de ruimte. Sommige mensen zouden wellicht wat dichterbij het centrum willen wonen. De groep nomaden van Reijnders is integraal overgenomen. De inwoners die tot de laatste vier categorieën behoren staan over het algemeen neutraal tot onverschillig tegenover erfgoed, tenzij hun voorkeurslocatie het centrum of de oude stadswijk is. Voor hen is erfgoed meer iets dat ze onbewust meekrijgen en alleen op de achtergrond ervaren.

### **Erfgoed en de levendigheid van stadsbuurten**

De belevingswaarde van erfgoed is niet de enige aantrekkingskracht van locaties. Ook het prettige verblijf in een bepaalde buurt is een voorwaarde. Dit prettige verblijf kan ook wel worden samengevat met de term ‘leefbaarheid’. Leefbaarheid is ‘de mate waarin de leefomgeving aansluit bij de eisen en behoeften die er door de mens aan worden gesteld’.<sup>116</sup> De leefbaarheid van een stadswijk heeft met diverse factoren te maken. Het ministerie van VROM noemt er zes: veiligheid, sociale samenhang, samenstelling van de bevolking, niveau van de voorzieningen, publieke ruimte en woningvoorraad. De leefbaarheid van een buurt bestaat uit de toegankelijkheid, de aantrekkingskracht en de aanwezigheid van activiteiten; de basiskwaliteiten die ten grondslag liggen aan het welzijn van een buurt.<sup>117</sup>

Impliciet zijn ook erfgoed en een historisch karakter voorwaarden voor een levendige buurt. Aspecten als differentiatie, intimiteit en de aankleding van de ruimte kunnen op een natuurlijke manier zijn gevormd door de historische groei van een buurt.<sup>118</sup> Een historisch gegroeide buurt verenigt vaak een aantal van dit soort als positief ervaren vormgevingsprincipes. Ouderdom van een binnenstad is op zich geen voorwaarde voor leefbaarheid. Een oude binnenstad biedt echter wel voordelen omdat daar al een groeiproces heeft plaatsgevonden en er een evenwicht is ontstaan tussen levendige en rustige plekken. De bouwkundige Beenhakker noemt het voordeel van een historisch karakter dat het in de vormgeving een zekere differentiatie heeft, de uitgangssituatie is wat plezieriger, met kromme straatwanden en de onregelmatigheid

---

<sup>115</sup> Uit de leefbarometer van het ministerie van VROM blijkt dat deze buurten de hoogste leefbaarheidscijfers hebben. Wat de oorzaken hiervan zijn is niet geheel duidelijk; VROM, *Leefbaarheid door de tijd*, (Den Haag 2009) 32.

<sup>116</sup> <http://www.vrom.nl/leefbaarometer>.

<sup>117</sup> URBED, *Vital and viable town centres: meeting the challenge* (London 1994), geciteerd in Ennen, *Heritage in fragments*, 67.

<sup>118</sup> Coeterier e.a., *Levendigheid in binnensteden*, 59, 72-74.

van het stratenpatroon en de openbare ruimten. Differentiatie kost echter tijd en heeft daarom te maken met de ouderdom van een buurt.<sup>119</sup>

Hoewel de leefbaarheid van een stad een redelijk concrete maatstaf is voor het welzijn van een stad, blijft het een gevoelskwestie. Een nog concretere maatstaf is de waarde van huizen- en grondprijzen. Over deze economische waarde van erfgoed is de laatste tijd geregeld geschreven.<sup>120</sup> Daaruit blijkt dat – naast het al eerder genoemde toerisme – ook de waarde van grondprijzen en huizen omhoog gaat als ze een monumentenstatus krijgen of als er erfgoed in de buurt ligt. Er is dus een duidelijk positief effect tussen het verlenen van een monumentenstatus en huisprijzen.<sup>121</sup> Investing in erfgoed levert geld op. Bovendien zijn mensen bereid meer te betalen voor erfgoed.<sup>122</sup>

### **Erfgoedbeleid voor bewoners**

Erfgoedbeleid dient door het gebruik van het verleden van een stad het welzijn van stedelijke actoren te bevorderen. De historiciteit van een plaats vormt een positieve bijdrage aan de levendigheid en levert een waardestijging op voor de huizen en de grond. Bovendien stimuleert erfgoed het thuisgevoel en het historisch besef van een stad; de identiteit van de stadsbewoners wordt door erfgoed gevormd. Het zichtbaar maken van erfgoed levert kortom een grotere bijdrage aan het woongenot dan in eerste instantie lijkt. Het gaat dan wel om de omgeving in het algemeen. Het erfgoedbeleid moet zich daarom meer concentreren op gehele straten en pleinen en niet alleen op losse monumenten – al blijven die natuurlijk wel belangrijk. Ook moeten voor bewoners verborgen erfgoedlocaties duidelijker worden ontsloten. Niet door meer borden, maar door meer visualisaties en meer artikelen in de lokale media, publieksboeken en tentoonstellingen in openbare plekken als de bibliotheek en het gemeentehuis. Een betere geldverdeling voor instellingen die dit kunnen organiseren zou een belangrijke bijdrage kunnen leveren.

---

<sup>119</sup> Coeterier e.a., *Levendigheid in binnensteden*, 78-79.

<sup>120</sup> Zie bijvoorbeeld: Ennen, *Heritage in fragments*, 69-72; Russo, *The sustainable development of heritage cities*; R. Shipley, 'Heritage designation and property values: is there an effect?', *International Journal of Heritage Studies* 6, 1 (2000) 83-100; E.C.M. Ruijgrok, 'The three economic values of cultural heritage: a case study in the Netherlands', *Journal of Cultural Heritage* 7 (2006) 206-213.

<sup>121</sup> Shipley, 'Heritage designation and property values'.

<sup>122</sup> Ruijgrok, 'The three economic values of cultural heritage'.

## HOOFDSTUK 4 HET ERFGOEDBELEID VAN UTRECHT EN EINDHOVEN

Na voorgaande theoretische hoofdstukken komt in dit hoofdstuk de praktijk aan bod. Centraal staat de organisatie van het erfgoedbeleid in de steden Utrecht en Eindhoven. Deze twee steden zijn gekozen om hun ogenschijnlijk tegenstrijdige erfgoedaanbod. Ze worden met elkaar vergeleken op dit erfgoedaanbod, het erfgoedimago en de manier waarop het erfgoed in beide steden wordt gerepresenteerd. Deze gegevens komen van documenten van de gemeentes zelf, maar ook van drie gesprekken met verschillende beleidsmedewerkers van Utrecht en Eindhoven.<sup>123</sup>

### Erfgoedbeleid

Hoewel het woord erfgoedbeleid al door diverse gemeentes en instellingen gebruikt wordt, is het toch een redelijk onuitgewerkt begrip. De gemeente Bunschoten verstaat onder erfgoed bijvoorbeeld alleen historische bouwkunst, historische geografie, archeologie en varende monumenten. De musea, archieven en geschiedenis blijven in de erfgoedbeleidsnota onvermeld.<sup>124</sup> De gemeente Rotterdam heeft een erfgoedbeleid geformuleerd dat veel omvangrijker is en ook de archieven, musea en de ontwikkeling van een historische canon erbij betreft.<sup>125</sup> De doelstelling van het ontwikkelen van een erfgoedbeleid komt bij beide gemeentes overeen: het behoud van erfgoed en het versterken van de identiteit (en het historische besef) van een gemeente en haar inwoners. De Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed, Erfgoed Nederland en het Nationaal Restauratiefonds organiseren al 20 jaar cursussen op het gebied van erfgoed, waaronder een cursus over gemeentelijk erfgoedbeleid. Erfgoedbeleid gaat volgens hen om meer dan het uitvoeren van rijkstaken. Erfgoed staat voor identiteit, trekt mensen aan en biedt een aantrekkelijk vestigingsklimaat.<sup>126</sup> In de cursus komen praktische invullingen van de omgang met erfgoed aan bod, zoals de eigen erfgoedverordeningen, de rol van de monumentencommissie, de invulling van de financiële paragraaf en de gemeentelijke calamiteitenplan.

Uit bovenstaande komt naar voren dat erfgoedbeleid drie doelen dient. Het eerste doel is het behoud van erfgoed. ‘Waken over het erfgoed in zijn passieve betekenis, dus erfgoed als *reservoir* van mogelijkheden’ zoals Frijhoff het verwoordt.<sup>127</sup> Het tweede doel is identiteitsvorming en identiteitsbesef. Een derde door Frijhoff geformuleerd doel is het analyseren van al het erfgoed, zodat de historische kennis over een gemeente groeit. Erfgoed kan dan op een dynamische manier worden ingezet, waardoor nieuw erfgoed kan ontstaan. Frijhoff noemt dit ‘cultuur als *werkplaats*’.<sup>128</sup>

Deze drie doelen zijn met elkaar verweven en kunnen alleen worden gerealiseerd als verschillende instellingen binnen een gemeente samenwerken. Het behoud van erfgoed wordt bijvoorbeeld georganiseerd door de lokale monumentenwacht, de musea en door de dienst Archeologie en Monumenten van de gemeente. Deze dienst zorgt samen met (lokale) historici ook voor de kennis over het erfgoed. Een van de doelstellingen van het toeristisch bureau en de dienst Stadspromotie is het imago en de identiteit van een gemeente te verbeteren. Zij kunnen in

---

<sup>123</sup> Floris van Gelder, oud wethouder Economische Zaken, Cultuur en Stadspromotie, gemeente Utrecht op 15 juni 2010; Valérie Drost, projectleider cultuur, gemeente Utrecht op 22 juni 2010; Fons Spijkers, beleidsadviseur cultuurhistorie, gemeente Eindhoven op 28 juni 2010.

<sup>124</sup> Gemeente Bunschoten, *Een nieuwe nota voor historische waarden Nota erfgoedbeleid* (2008).

<sup>125</sup> Gemeente Rotterdam, *Erfgoedbeleid en het verhaal over de geschiedenis van de stad* (2006).

<sup>126</sup> <http://www.erfgoedindepraktijk.nl/site/nl-nl/Cursussen/Gemeentelijk+erfgoedbeleid.htm>.

<sup>127</sup> W. Frijhoff, *Dynamisch erfgoed. Of: heeft de cultuurgeschiedenis toekomst?* (Afscheidsrede Vrije Universiteit Amsterdam 2007) 39-40.

<sup>128</sup> *Ibidem*.

samenwerking met de musea en de dienst Kunst en Cultuur voor nieuwe evenementen zorgen, die het oude erfgoed en het nieuwe potentiële erfgoed zichtbaar maken.

Het derde kerndoel van erfgoed, namelijk kennis vermeerderen, vormt de spil in het erfgoedbeleid. Kennis van erfgoed is van wezenlijk belang voor het behoud, voor de identiteitsvorming en het historisch besef. Cultuurhistorici, erfgoeddeskundigen, archeologen, bouwhistorici en geschiedkundigen kunnen hier aan bijdragen. Aan hen niet de opdracht om de geschiedenis op te hemelen of er een winstgevend product van te maken, maar ‘objectief’ het verhaal van een erfgoedobject te vertellen en verborgen geschiedenis openbaar te maken. Een bijkomend gevolg van het vergroten van kennis van erfgoed is de toename van het draagvlak onder de bevolking. Dit is voor alle takken van erfgoed en cultuur van belang om geld te genereren.

Het belang van kennis kan niet vaak genoeg worden benadrukt. In veel gevallen namelijk blijken de economische argumenten namelijk boven de zogenaamde culturele argumenten te staan. Erfgoed is niet alleen iets voor op de achtergrond, iets dat de levendigheid en economie van een stad ten goede komt. Het heeft ook een waarde op zich. Het staat symbool voor het verleden van een gemeente en vormt de identiteit van de bewoners. Hoewel gemeentes dit beseffen, is het nog niet volledig doorgedrongen. Erfgoed hoort thuis bij de afdeling monumenten (lees: behoud en dus zorgen voor een aantrekkelijke stad) en bij evenementen wordt het erfgoed vaak puur gebruikt als achtergrond. Het is een onderdeel geworden van de *citymarketing* of stadscentrummanagement.

Stadscentrummanagement is – net als erfgoedbeleid – een niet geheel uitgewerkt begrip. In de planologische literatuur komen verschillende definities voor. Zo betekent het voor Jacques van Dinteren ‘een structurele organisatievorm voor publiek en private interesse die doelt op de herstructurering en management van de binnenstad en haar commerciële functies, vooral die functies die aantrekkelijk zijn voor het publiek.’ I.R. Wells definieert het als ‘een duidelijk antwoord op competitieve druk, dat ontwikkelingsmanagement en promotie van zowel publieke als privé-gebieden binnen centra inhoudt voor het welzijn van iedereen.’ Henk Voogd ten slotte noemt stadscentrummanagement ‘een proces dat doelt op het behoud en als het mogelijk is het versterken van de bestaande kwaliteiten van een stedelijk gebied.’<sup>129</sup> Ongeacht welke definitie wordt gevolgd, duidelijk is dat erfgoed een belangrijke rol speelt in dit proces.

Een ander beleid dat landelijk is geregeld en waar erfgoed ook een rol speelt, is het ‘Grote Stedenbeleid’ (GBS). Dit beleid is in 1994 voor het eerst geformuleerd en houdt in dat elke stad verplicht is een stadsvisie te ontwikkelen waarin de voornaamste uitdagingen en prioriteiten voor stedelijke ontwikkeling uiteen worden gezet. De stadsvisie geeft de gewenste toekomst en daarmee de gewenste identiteit van de stad weer op het gebied van de fysieke omgeving, de sociale samenhang en de economie.<sup>130</sup> Het laatste convenant is in 2005 getekend.

Een goed stedelijk erfgoedbeleid is te vinden in Breda. Binnen de Vakdirectie Cultuur van de gemeente Breda is in 2003 Bureau Cultureel Erfgoed opgericht. Binnen dit bureau werken archeologen, (bouw)historici, culturele planologen en educatiemedewerkers aan het inventariseren en beschermen van erfgoed. Het publieksbereik wordt vergroot door een uitgebreide website, periodieke nieuwsbrieven, publieksboeken en wetenschappelijke rapportages en studies.<sup>131</sup>

---

<sup>129</sup> J.H.J. Van Dinteren, *Binnenstedelijke produktverbetering en centrummanagement* (Rotterdam 1994) 15; H. Voogd, *Facetten van de planologie* (3d edition; Alphen a.d.Rijn 1996) 44; I.R. Wells, *Town centre management: a future for the high street?* (Reading 1991) 26, alle geciteerd in: Ennen, *Heritage in fragments*, 155.

<sup>130</sup> Dormans e.a., *De verbeelding van de stad*, 8, 13.

<sup>131</sup> <http://archeologie.breda.nl>. Zie ook Gemeente Breda, *Erfgoed in context. Erfgoedvisie Breda 2008 – 2015* (Breda 2008) en J. Hendriks, ‘Wie zorgt nog voor kwaliteit? De gemeente!’, *Monumenten* 30, 11 (2009) 6-9.

## Het erfgoedbeleid van Utrecht

Utrecht is één van de oudste steden van Nederland. Niet alleen kent zij haar oorsprong in de Romeinse tijd, zij is een van de weinige Nederlandse steden die gedurende de vroege middeleeuwen enige betekenis had. Er zijn vele discussies over het belang van Utrecht in de Romeinse tijd en de vroege middeleeuwen. Dit is echter niet de plaats om daar te diep op in te gaan. Zeker is wel dat het Romeinse *castellum* niet groter of belangrijker was dan die van bijvoorbeeld Woerden of Alphen aan de Rijn. Vanaf de achtste eeuw was Utrecht een uitvalsbasis van de bisschop, maar een stad kon het zeker niet genoemd worden. Pas vanaf de loop van de tiende eeuw kon men spreken van een stad. Niet alleen de bisschop, ook de keizer liet op het terrein van het oude *castellum* een paleis bouwen. Er ontstond een handelskwartier in het noorden van het centrum dat een paar eeuwen later uitgroeide tot een van de grootste havens uit die tijd. In 1122 kreeg Utrecht stadsrechten en was het belang van de stad officieel bekrachtigd.<sup>132</sup>

In de dertiende en veertiende eeuw was Utrecht de grootste stad van Nederland. Zij werd in de zestiende en zeventiende eeuw echter ruimschoots ingehaald door de relatief nieuwe stad Amsterdam. Desondanks bleef Utrecht een van de grotere steden met instellingen als een universiteit. Vanwege de relatieve neutraliteit werden twee internationale vredesverdragen getekend. In de negentiende eeuw kwam voornamelijk de gunstige ligging van Utrecht in het midden van het land tot uitdrukking. De stad werd een knooppunt van de spoorwegen en door de komst van het Amsterdam-Rijnkanaal ook een industriële stad. Na de Tweede Wereldoorlog veranderde die industrie in een dienstencentrum en zorgde het knooppunt van snelwegen als derde gunstige infrastructurele factor voor nog meer aantrekkingskracht van de stad. Tegenwoordig kent de stad 307.100 inwoners en is zij daarmee de vierde stad van het land.<sup>133</sup>

Over de cultuurhistorie van Utrecht zijn verschillende publicaties verschenen. Zeker de helft van de ongeveer veertig boeken is samenwerking met medewerkers van het Archeologisch en Bouwhistorisch Centrum geschreven. Daarnaast publiceerde zij sinds 2004 in totaal 54 archeologische basisrapportages, meestal over onderzoek te Leidsche Rijn. De gemeentelijke rapporten zijn te downloaden via de internetpagina van de gemeente.<sup>134</sup> Veel onderzoek is echter ook door ingehuurde bedrijven gedaan. De basisrapportage van dit onderzoek is moeilijker toegankelijk. De stedelijke canon is nog niet gerealiseerd. Dit is een initiatief van Het Utrechts Archief en het resultaat zal waarschijnlijk aan het eind van het jaar worden gepresenteerd.

Utrecht bezit circa 3000 beschermde gebouwde monumenten, waarvan 40% tussen 1850 en 1940 zijn gebouwd. Daarvan zijn er 1400 rijksmonumenten, 1600 gemeentelijk monumenten en meer dan 500 beeldbepalende monumenten (bijlage 2). Ook zijn de gehele binnenstad, het Waterliniefort Blaucapel en een deel van Oud-Zuilen beschermd (stads)gezichten. Onder niet gebouwd erfgoed vallen de zeven archeologische monumenten, drie onder en rondom het Domplein en vijf in Leidsche Rijn (bijlage 3).<sup>135</sup> In de gemeente zijn acht musea gevestigd. Belangrijke organisaties die zich verder met het Utrechtse erfgoed bezighouden zijn onder andere stichting Domplein 2013, Stichting Kerken Kijken en Nationaal Projectenbureau Nieuwe Hollandse Waterlinie en Stichting Vrede van Utrecht.

Utrecht staat in de eerste plaats bekend om de Domkerk en haar toren (Afbeelding 7). Ze is een gezellige, bruisende stad met vriendelijke en ruimdenkende mensen. Het winkelaanbod is groot en gevarieerd, evenals het cultuuraanbod.<sup>136</sup> Bovendien wekt de stad de associatie met de middeleeuwen op. Een reden voor de organisatoren van het Gothic-festival ‘Summer Darkness’

---

<sup>132</sup> Zie onder andere: R.E. de Bruin, T.J. Hoekstra en A. Pietersma, *Twintig eeuwen Utrecht. Korte geschiedenis van de stad* (Utrecht 1999).

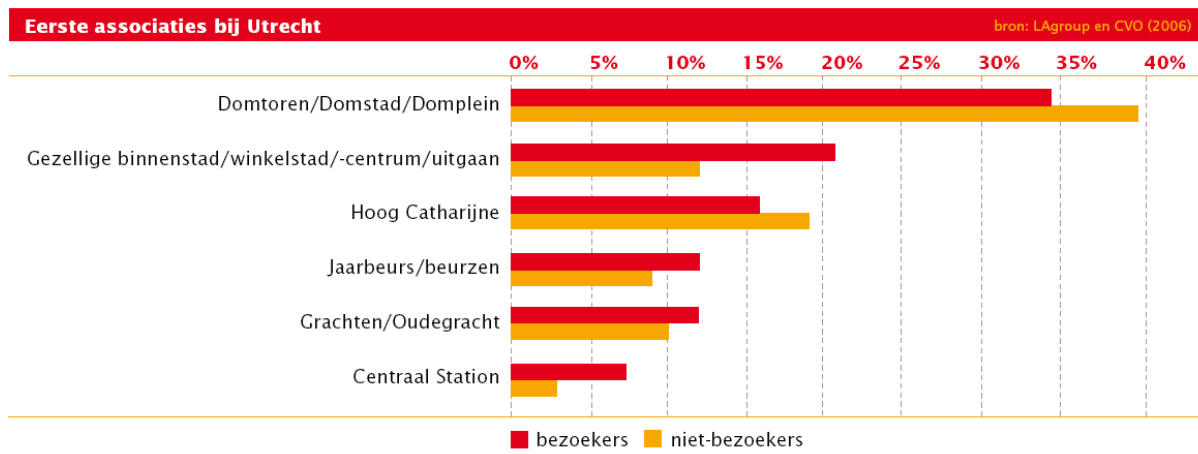
<sup>133</sup> <http://www.utrecht.nl/smartsite.dws?id=212257>.

<sup>134</sup> <http://www.utrecht.nl/smartsite.dws?id=234925>.

<sup>135</sup> Gemeente Utrecht, *Beheer van de chaos van eeuwen* (Utrecht 2004) 7.

<sup>136</sup> Lagroup, *Toeristisch imago-onderzoek 2010 (Rapport gemeente Eindhoven)* (Amsterdam 2010). Met dank aan Erik van Gerwen, account manager Toerisme en Vrijetijd, gemeente Eindhoven; K. van Heelsbergen, *Utrecht in Beeld. Monitor Toerisme 2007* (Utrecht 2007) 41.

al acht jaar in ‘the gothic city centre of Utrecht’ te organiseren.<sup>137</sup> In diverse reisgidsen wordt Utrecht omschreven als een compacte en levendige stad.<sup>138</sup> De combinatie tussen de middeleeuwse sfeer en de grote hoeveelheid studenten wordt zeer positief gewaardeerd. Er wordt gewaarschuwd dat, na aankomst met de trein, men eerst door het lelijke Hoog Catharijne heen moet. Die tocht loont, want de ‘bijna intacte oude stad komt je tegemoet’. Het Domplein en de omringende gebouwen, de grachten, het Centraal Museum en het Catharijneconvent worden aanbevolen. Eventueel zijn de andere musea ook interessant, waaronder de kleine musea in Lombok en in Wijk C. Nieuwere architectuur omvat natuurlijk het Rietveld-Schröderhuis, maar is ook te vinden in de Uithof; de *Lonely Planet* noemt zelfs Kanaleneiland. Als evenementen worden het Festival Oude muziek en het Nederlands Filmfestival genoemd.



Afbeelding 7. Eerste associaties bij Utrecht van Nederlanders.

De monitor toerisme 2006 van de gemeente Utrecht toont de meest recente cijfers over het Utrechtse toerisme.<sup>139</sup> In 2006 bezochten 2,8 miljoen Nederlanders gemiddeld 2,5 keer Utrecht (Afbeelding 8). Buitenlandse toeristen waren alleen van het aantal overnachtingen bekend. In 2006 waren dat 254.000 overnachtingen, 62% van het totaal aantal overnachtingen (Afbeelding 9). In de loop van de jaren groeide dit aantal, maar de cijfers uit 2006 liepen achter op het landelijk gemiddelde. Het recreatief-toerisme leverde 1 miljard euro op en was goed voor 11.000 voltijdbanen, 7% van de totale Utrechtse werkgelegenheid. Met 385.000 bezoekers kende het Spoorwegmuseum de grootste bezoekersaantallen als erfgoedinstelling. De vrijmarkt, die met 400.000 bezoekers een grotere publiekstrekker was, kan natuurlijk ook tot Utrechts erfgoed worden gerekend. Kasteel de Haar (220.000 bezoekers), de Domkerk (209.000 bezoekers) en het Centraal Museum (137.000 bezoekers) stonden ook in de top vijftien van Utrechtse publiekstrekkingen. De meest recente cijfers van het *overall toeristisch imago* komen uit 2010. Het *overall toeristisch imago* komt voort uit een combinatie van ontastbare sferaspecten en de tastbare productaspecten. Veel Nederlanders beoordeelden redelijk Utrecht positief. De stad op de zesde plek na onder andere Maastricht (1), Amsterdam (2) en Den Bosch (3).<sup>140</sup>

<sup>137</sup> <http://www.summerdarkness.nl>.

<sup>138</sup> De nieuwste versies van de Rough Guide (2010), Lonely Planet travel guides (2010), Michelin tourist guides (2010) en Capitoel reisgidsen (2007) over Nederland zijn bekeken.

<sup>139</sup> Van Heelsbergen, *Utrecht in Beeld*, 6.

<sup>140</sup> Lagroup, *Toeristisch imago-onderzoek 2010*, 28,29. Er is geen correlatie tussen deze ranglijst van het *overall toeristisch imago* en het aantal rijksmonumenten. Maastricht staat op deze lijst op nummer twee met 1660 rijksmonumenten. Amsterdam met ruim 7000 rijksmonumenten op nummer één en Den Bosch bezit ‘slechts’ 550 rijksmonumenten ([www.monumenten.nl](http://www.monumenten.nl)).



Afbeelding 8. Reden bezoek aan Utrecht.

Hotelovernachtingen van buitenlanders in Utrecht naar herkomst				bron: CBS (2007)
	2006	Aandeel in totaal	Groei 2003-2006	
Groot Brittannië	52.800	21%	9%	
Duitsland	32.700	13%	15%	
België	23.800	9%	40%	
Verenigde Staten	20.800	8%	-6%	
Frankrijk	17.200	7%	16%	
Italië	15.300	6%	8%	
Spanje	12.000	5%	12%	
Overig Europa	46.000	18%	19%	
Overig exclusief Europa en VS	33.800	13%	81%	
Buitenland totaal	254.400	100%	14%	

Afbeelding 9. Hotelovernachtingen van buitenlanders in Utrecht.

In verschillende beleidsplannen komen cultureel erfgoed en cultuurhistorie expliciet aan bod.<sup>141</sup> In de eerste plaats functioneert erfgoed als ‘podium’ voor evenementen en een levendige en gezellige stad. De oud-wethouder Floris van Gelder erkent bovendien dat het economische klimaat sterk afhankelijk is van de aanwezigheid van cultuur.<sup>142</sup> In dat kader is behoud en beheer van erfgoed belangrijk, maar ook het beter op de kaart zetten van erfgoed wordt in de beleidsplannen omschreven. Dit is nodig om de leefomgeving te verbeteren en voor het vergroten van de aantrekkingskracht. In het Actieplan Cultuur 2008-2018 wordt bijvoorbeeld het doel gesteld de werven op de UNESCO-lijst te krijgen.<sup>143</sup> Het creëren van nieuw erfgoed, of ‘nieuwe blikvangers’ is ook een speerpunt (Afbeelding 10). De oude stad moet jong blijven: ‘Utrecht moet geen Madurodam worden’.<sup>144</sup> Het is belangrijk dat oud en nieuw naast elkaar voorkomen, maar het nieuwe moet wel in de omgeving passen. Over sloop zou niet moeilijk moeten worden gedaan wanneer na een aantal jaren de nieuwbouw niet blijkt te werken. Nieuwbouw moet echter wel een kans krijgen en blijkt geslaagd als mensen er aan gehecht raken en er bijvoorbeeld mee op de foto zouden willen.<sup>145</sup> De openbare ruimtes kunnen beter worden

<sup>141</sup> Gemeente Utrecht, *Programma Stadspromotie 2008-2011* (Utrecht 2009); Gemeente Utrecht, *De ontdekking van Utrecht. Actieplan cultuur 2008-2018* (Utrecht 2008); Gemeente Utrecht, *Grote Stedenbeleid in uitvoering. Meerjaren ontwikkelingsprogramma gemeente Utrecht 2005-2009* (Utrecht 2005).

<sup>142</sup> Gesprek met Floris van Gelder, 15 juni 2010.

<sup>143</sup> Gemeente Utrecht, *De ontdekking van Utrecht*, 15.

<sup>144</sup> Gesprek met Floris van Gelder, 15 juni 2010.

<sup>145</sup> Gesprekken Floris van Gelder, 15 juni 2010 en Valérie Drost, 22 juni 2010.



benut, onder meer door cultuurhistorische elementen rond het Domplein en het Vredenburg beter zichtbaar te maken. Niet alleen het centrum staat centraal, ook in de wijken moeten de cultuurhistorie, culturele voorzieningen en activiteiten worden bevorderd. In het Actieplan wordt actief bepleit voor synergie van cultuur, cultureel erfgoed, economie, onderwijs, stadsontwikkeling, stadspromotie en internationale zaken.<sup>146</sup> Projecten rondom Castellum De Hoge Woerd in Leidsche Rijn zijn volgens Válerie Drost een goed voorbeeld van deze samenwerking.<sup>147</sup>



*Afbeelding 10. De oude Veilinghaven aan het Merwedekanaal. Geheel rechts nieuwbouw, in het midden het nieuwe kantoor van de Rabobank en links omgebouwde zandtrechters die in gebruik zijn als vergaderruimtes.*

Ook het Programma Stadspromotie 2008-2011 pleit voor meer samenwerking.<sup>148</sup> De gemeentelijke projecten op het gebied van cultuur(historie) moeten beter worden verbonden aan de stadspromotie. Partners zouden de gemeentelijke diensten Economische Zaken, Culturele Zaken, Monumentenzorg, Sport en de bewoners van de gemeente moeten zijn. Bovendien noemt ook dit beleidsplan de buitenwijken expliciet. Het doel van dit nieuwe beleid is Utrecht sterker te profileren als een gastvrije en aantrekkelijke stad om te wonen, werken, studeren, bezoeken en in te investeren. Nadrukkelijk wordt aandacht geschonken aan het leefklimaat, want ‘als bewoners trots zijn op hun stad, zich betrokken voelen en dit uitdragen, zijn zij de beste ambassadeurs die een stad zich kan wensen’.<sup>149</sup>

---

<sup>146</sup> Gemeente Utrecht, *De ontdekking van Utrecht*, 6.

<sup>147</sup> Gesprek Válerie Drost, 22 juni 2010.

<sup>148</sup> Gemeente Utrecht, *Programma Stadspromotie*, 16.

<sup>149</sup> *Ibidem*, 14.

Een andere doelgroep van de stadspromotie is de toerist. Met name de overnachtende toerist. De reden is simpel en basaal: geld. Een overnachtende toerist levert meer geld op. De afgelopen jaren bleef het aantal overnachtingen flink achter bij het landelijk gemiddelde. Dat komt doordat Utrecht in het buitenland niet bekend genoeg is en doordat Nederlanders de stad té goed kunnen bereiken. In een afgelegen stad als Groningen en Maastricht is een overnachting noodzakelijker dan in Utrecht. In Utrecht is op dit moment een grote reclamecampagne gestart om die toeristen te trekken. Er zouden bijvoorbeeld meer hotels in de binnenstad moeten komen en er moet 's avonds iets te doen zijn. De lichtkunstroute 'Trajectum Lumen' zou hier verandering in kunnen brengen.<sup>150</sup>

De bepleiting voor meer samenwerking tussen met name de verschillende afdelingen van de gemeente is niet vreemd. Het organogram van de gemeente Utrecht toont dat de afdelingen die op een of andere manier werken met erfgoed verspreid zijn over de diensten (bilage 1). De afdeling Cultuur valt onder de Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling. Deze afdeling is onder andere belast met de organisatie van evenementen rondom 'De Vrede van Utrecht', de nominatie van 'Culturele Hoofdstad van Europa 2018', 'Trajectum Lumen' en diverse musea. Onder de Dienst Stadsontwikkeling vallen het Archeologisch en Bouwhistorisch Centrum en de afdelingen Economische Zaken, Toerisme en Monumenten. Ten slotte is er nog de Dienst Stadswerken die belast is met het onderhoud van cultuurhistorische elementen als de singels, de forten van de Hollandse Waterlinie en de werven. Het Centraal Museum en het Utrechts Archief zijn apart onder gebracht.

Hoewel de samenwerking dus steeds beter verloopt, moet er nog veel achterstand van vroeger worden ingehaald. Floris van Gelder wijst op het verleden van de stadspromotie. Tot voor kort hoefde de stad niet veel moeite te doen om mensen te trekken. Factoren als de universiteit en de goede bereikbaarheid spraken als vanzelf. Er was geen concurrentie. Elke afdeling droeg zijn eigen versie van de identiteit van de stad uit. Tegenwoordig is de samenleving steeds mobieler en voelt ook Utrecht concurrentie. Het belang van een eenduidige uitstraling is belangrijk en daar wordt hard aan gewerkt. Floris van Gelder, lid van de VVD, ziet naast een reorganisatie van verschillende diensten echter ook de oplossing in het privatiseren van culturele instellingen.<sup>151</sup> Privatisering zal naar mijn mening de samenwerking en toegankelijkheid niet ten goede komen.

Voor de musea is een eigen beleidsplan geschreven. De nota heet naar het plan voor Kunst en Cultuur 'De ontdekking van de Utrechtse Musea, een museale strategie 2010'.<sup>152</sup> In dit meerjaren plan moeten musea zich richten op de nominatie voor culturele hoofdstad en op de profilering als stad van cultuur en kennis. Een van de cultuurhistorische speerpunten is de aandacht voor de architect Rietveld, het icoon van de stad. De invoering van het Rietveldjaar 2010, het inrichten van een Rietveldpark en het uitbreiden van de Rietveldcollectie van het Centraal Museum zijn enkele plannen. Ook wordt er nadrukkelijk aansluiting gezocht bij de niet-museale instelling 'De Vrede van Utrecht'.<sup>153</sup> Deze instelling wil de internationale reputatie van Utrecht als stad en regio van kennis en cultuur versterken. De jaren 2013 (300 jaar na ondertekening van de 'Vrede van Utrecht') en 2018 (culturele hoofdstad van Europa) staan centraal. Dit langetermijnprogramma zorgt voor een duurzaam effect op de culturele infrastructuur. De focus ligt op drie gebieden: samenwerking met de culturele top, vergroten van het cultuurbereik en het realiseren van culturele programma's op bijzondere erfgoedlocaties. In het beleidsplan voor musea wordt echter met geen woord gesproken over meer aandacht voor de Utrechtse geschiedenis en archeologie (Afbeelding 11). Floris van Gelder vindt Utrecht zelfs te

---

<sup>150</sup> Gesprek Floris van Gelder, 15 juni 2010.

<sup>151</sup> Gesprek Floris van Gelder, 15 juni 2010; <http://www.utrechtteveelteuk.nl/>.

<sup>152</sup> Gemeente Utrecht, *De ontdekking van de Utrechtse Musea, een museale strategie 2010* (Utrecht ter perse).

<sup>153</sup> <http://www.vredevanutrecht2013.nl/>.

klein voor een eigen historisch museum. Hij ziet een goed alternatief in de net geopende Schatkamer op het Domplein.<sup>154</sup>



*Afbeelding 11. Twee vitrines in de wand van Domplein 24. Samen met een paar kleine tentoonstellingen in het Centraal Museum en het Catharijneconvent is dit vooral nog de enige plek waar archeologische vondsten uit Utrecht worden getoond. De vondsten komen overigens alle uit de Romeinse tijd.*

### **Het erfgoedbeleid van Eindhoven**

De stad Eindhoven is gesticht door Hendrik I van Brabant. Hij kreeg in 1203 het gebied tussen Antwerpen en 's-Hertogenbosch in handen en wilde dit onvruchtbare gebied ontwikkelen. Over de stichting van Eindhoven zijn geen geschreven bronnen bekend en komt veel kennis uit archeologisch onderzoek, de exacte reden van stichting is dan ook niet bekend. Wellicht wilde de hertog de handel in zijn gebied bevorderen. Een andere reden was mogelijk de ontwikkeling van de textielnijverheid, waarvoor archeologische aanwijzingen bekend zijn. Tot nu toe zijn in de binnenstad geen oudere vondsten aangetroffen dan 1225, wat een indicatie is dat Eindhoven een 'nieuwbouwproject' is geweest. In 1232 verleende Hendrik I de stad stadsrechten, waaronder het recht op een weekmarkt. Tot aan 1815 bleef Eindhoven een kleine stad, met een bevolking van tussen de 1000 en 2000 mensen; wel was er een kasteel en een klooster.<sup>155</sup>

De textielnijverheid bleef zeer belangrijk voor de stad. Met name de lage lonen die in dit zuidoostelijk deel van de Nederlanden werden uitgekeerd, betekenden een voordeel voor de stad. Vanwege die goedkope arbeidskrachten groeide de textielbranche tot in de achttiende en negentiende eeuw. Inmiddels kwam ook in Nederland de industrialisatie op gang en ging men

<sup>154</sup> Gesprek Floris van Gelder, 15 juni 2010.

<sup>155</sup> N. Arts, *Marcus van Eindhoven. Een archeologische biografie van een middeleeuws kind* (Utrecht 2002) 79-88.

over tot machinale productie. Naast textiel bevorderden ook de sigarenproductie (vanaf 1855), het maken van lucifers (sinds 1870) en de komst van de fabrieken van Philips (1891) en DAF (1928) de groei van de stad. De industrie vereiste bovendien een verbetering van de infrastructuur. In 1846 werd het Eindhovens Kanaal aangelegd dat de stad verbond met de Zuid-Willemsvaart (tussen 's-Hertogenbosch en Maastricht). In 1866 kwam er een spoorwegverbinding tot stand en in 1932 werd een vliegveld aangelegd. Philips richtte in 1956 een Technische Hogeschool (later Universiteit) om de samenwerking tussen industrie en wetenschap te stimuleren. In diezelfde periode begon ook de Designacademie.<sup>156</sup>

De huidige stad Eindhoven bestaat uit een conglomeratie van een stad met meerdere dorpen die op 1 januari 1920 tot één gemeente werden samengevoegd. De vijf dorpen Gestel, Stratum, Strijp, Tongelre en Woensel beschikten niet over de financiële middelen en ruimte om de arbeiders van de snel groeiende industrie goed te huisvesten en te ondersteunen bij werkloosheid. Bijna alle dorpen bleven wat betreft inwonertal klein en werden rond de twaalfde, dertiende eeuw voor het eerste genoemd. Woensel is hierop een uitzondering. De oudste vondsten van Woensel zijn te dateren uit de vroege middeleeuwen. Het dorp werd in elfde-eeuwse bronnen genoemd als bezit van het klooster Sint-Truiden. Door de samenvoeging groeide Eindhoven van 6500 inwoners in 1919 naar 47.946 inwoners een jaar later. In 2009 telde de stad 212.342 inwoners en was het de vijfde stad van Nederland.<sup>157</sup>

Cultuurhistorische elementen van Eindhoven zijn onder andere de Catharinakerk, de oude Philipsfabriek, de Lichttoren, de oude fabrieksgebouwen in Strijp S, de Oude Toren in Woensel en de na-oorlogse Bijenkorf, het Philipsstadion, Evoluon en Station. Naast de gemeente zetten nog minstens acht andere instellingen zich op een of andere manier in voor het Eindhovense erfgoed. De stad kent vier cultuurhistorische musea: het DAF museum (circa 40.000 bezoekers), het museum Kempenland (tussen 10.000 en 20.000 bezoekers), het Historisch Openlucht Museum Eindhoven (circa 60.000 bezoekers) en de Philipsfabriek 1891 (meer een bezoekerscentrum). Daarnaast is het Regionaal Historisch Centrum het archief van Eindhoven en omstreken. Drie stichtingen houden zich bezig met kwaliteitsbewaking en het uitdragen van erfgoed, de bebouwde en niet-bebouwde omgeving en het cultuurhistorisch verhaal. Dat zijn de Henri van Abbestichting, het Architectuur Centrum Eindhoven en Stichting De Negende.

Het Archeologisch Centrum Eindhoven en Helmond heeft tot nu toe elf basisrapportages over archeologisch onderzoek in de gemeente Eindhoven gepubliceerd. Elke week staat in het huis-aan-huis-blad 'Groot Eindhoven' een artikel over een bijzondere archeologische vondst uit Eindhoven en omgeving, geschreven en van een foto voorzien door medewerkers van het Archeologisch Centrum. Daarnaast zijn ook negen boeken uitgebracht met een archeologische of anderszins historisch onderwerp. Eén van die boeken is de canon van Eindhoven, een initiatief van stichting 'De Negende'. Net als Utrecht, kent ook Eindhoven een stichting die zelfstandig opkomt voor de cultuur van de stad. 'De Negende' wil partijen uit Eindhoven en haar omgeving verbinden om het cultuurhistorisch verhaal van de stad te ontdekken, vertellen en beleefbaar te maken. Het is een samenwerkingsverband van wetenschappers, kunsthistorici, bestuurders en andere deskundigen.<sup>158</sup>

Eindhoven kent ongeveer 1500 panden met een monumentenstatus. Daarvan hebben 1238 panden een gemeentelijk status en staan 376 op een rijksmonumentenlijst. Binnen de gemeentegrenzen zijn vijf gebieden met een hoge archeologische verwachting te vinden en vijf beschermde stads- en dorpsgezichten (bijlage 2 en 3). Het beschermde dorpsgezicht is de oude dorpskern van Riel.<sup>159</sup> De vier stadsgezichten zijn de villaparken te Tongelre en Den Elzend, het Philipsdorp en het Witte Dorp. Deze laatste twee arbeiderswijken hebben ook de status van

---

<sup>156</sup> H. Lintsen (red.), *De canon van Eindhoven* (Eindhoven 2009).

<sup>157</sup> <http://www.eindhoven.nl/nieuwsbericht/Groei-van-Eindhoven-1.htm>; Kerncijfer 2009 – bevolking: <http://www.eindhoven.nl/stad/Eindhoven-in-cijfers/kerncijfers-2009-1.htm>.

<sup>158</sup> <http://www.denegende.nl/>.

<sup>159</sup> Gesprek Fons Spijkers, 28 juni 2010.

kenmerkende stedenbouwkundige structuren. Andere kenmerkende stedenbouwkundige structuren zijn het centrumgebied, de Hoogstraat, de Dommeldal en het oude industrieterrein Strijp S.



Afbeelding 12. Het Witte Dorp in Eindhoven. Deze arbeiderswijk is ontworpen door de architect W.M. Dudok en tussen 1937 en 1939 is gebouwd.

De stad heeft een modern en redelijk lelijk imago. De mensen zijn vriendelijk, gastvrij en ruimdenkend. Het valt op dat mensen die Eindhoven minstens één keer hebben bezocht een positiever beeld hebben; ze vinden de stad gezellig en redelijk aantrekkelijk. Vergeleken met de andere vier Brabantse steden (Den Bosch, Breda en Tilburg) verwachten Nederlanders in Eindhoven meer moderne architectuur aan te treffen en beduidend minder cultuurhistorisch erfgoed of monumenten (Afbeelding 13). In de ranglijst van het *overall toeristisch imago* staat Eindhoven op nummer 12.<sup>160</sup> In de Capitoolreisgids, de Lonely Planet en de Groene gids van Michelin wordt Eindhoven kort genoemd.<sup>161</sup> Ze hebben het over een industriestad, gevormd door Philips. Naast het van Abbemuseum worden in alle drie de gidsen een bezoek aan het DAF-museum en het Centrum voor Kunstlicht in de kunst aangeraden. De Michelingids noemt ook het Museum Kempenland en het Historische Openluchtmuseum. In werkelijkheid gaan de meeste bezoekers winkelen of uit eten. Een bezoek aan een congres of beurs trekt ook veel mensen naar Eindhoven. Een bijkomende activiteit is onder andere een bezoek aan een museum of een wandeling door de stad. Over het algemeen blijven de mensen echter niet langer dan een dag. Volgens cijfers van de toeristenbelasting uit 2009 hebben 419.000 mensen een nacht in een hotel doorgebracht.<sup>162</sup> Hoewel de meeste bezoekers de binnenstad niet uitkomen, kennen de buitenwijken ook veel uniek erfgoed, vooral voor een stad. De twee watermolens bijvoorbeeld (De Genneper watermolen de Collse watermolen) die het oude dorpse karakter van deze wijken representeren, zijn beide geschilderd door Vincent van Gogh en kunnen een onderdeel vormen van speciale Van Gogh-routes (Afbeelding 13).<sup>163</sup>

---

<sup>160</sup> Lagroup, *Toeristisch imago-onderzoek 2010*, 28, 29, 41,46. Onderzocht zijn 18 steden. In werkelijkheid kent Tilburg het minst aantal Rijksmonumenten van de genoemde vier steden (321). Breda heeft 526 monumenten op de lijst van de Rijksdienst staan.

<sup>161</sup> De nieuwste versies van de Lonely Planet travel guides (2010), Michelin tourist guides (2010) en Capitool reisgidsen (2007) over Nederland zijn bekeken.

<sup>162</sup> Lagroup, *Toeristisch imago-onderzoek 2010*, 42, 43, 45. Met dank aan Erik van Gerwen voor de cijfers.

<sup>163</sup> Gesprek Fons Spijkers, 28 juni 2010.



Afbeelding 13. Links: De Emmasingel geeft Eindhoven het imago van moderne stad. Toch staan op deze foto drie gebouwen uit het begin van de twintigste eeuw. Rechts: de Collse watermolen.

Eindhoven heeft een eigen cultuurhistorisch beleidsplan.<sup>164</sup> De gemeente verstaat onder cultuurhistorie musea, monumenten, archeologie, geschiedenisbeoefening, tradities en folklore. Het beleidsplan kent drie uitgangspunten. Ten eerste moet de belevingswaarde van de stad worden verhoogd, onder meer door het vergroten van de aandacht voor geschiedenis en cultureel erfgoed. Ten tweede moet de verblijfsduur van de bezoekers worden verlengd. Eindhoven moet vernieuwend zijn en een eigen karakter ontwikkelen, bijvoorbeeld door ook de nieuwste geschiedenis te tonen. Het verleden van de stad moet een centrale plaats krijgen bij het ontwerpen van nieuwe stedelijke elementen. Het laatste uitgangspunt is dat instellingen en burgers mogen meedenken met de visie. Cultuurhistorie heeft een breed bereik. Niet alleen toeristen en museummensen zijn geïnteresseerd, ook bewoners uit de stad en haar directe omgeving. Met name jeugdigen en gezinnen zouden moeten worden aangesproken. De conclusie van het beleidsplan toont de nadruk op de wisselwerking tussen oud en nieuw. De visie eindigt met: ‘Meer dan voor andere steden is het voor Eindhoven van belang om ‘kleur te bekennen’ en te laten zien wie we werkelijk zijn. Geen historische binnenstad, maar wel een dynamische stad met een eigen geschiedenis en een eigen historisch karakter’.<sup>165</sup>

Het cultuurhistorisch beleidsplan is niet alleen gericht op de oude binnenstad, ook de industrie en het erfgoed uit de omliggende wijken worden expliciet genoemd. Juist de technologie die Eindhoven groot heeft gemaakt, vormt het onderscheidende karakter dat aantrekkelijk is voor zowel bewoners als toeristen. Bovendien is volgens de nota samenwerking met de sectoren Monumenten en Archeologie van belang voor de informatievoorziening. Daarnaast moet archeologie een onderdeel gaan uitmaken van de cultuurhistorische musea. Het Archeologisch Centrum Eindhoven en Helmond moet bijvoorbeeld meer samenwerken met Museum Kempenland, dat te weinig uitdraagt van het cultuurhistorisch verhaal van Eindhoven. Kleinere

<sup>164</sup> Gemeente Eindhoven, *De koers van cultuurhistorie. Heden en verleden, de toekomst voor Eindhoven* (Eindhoven 2001).

<sup>165</sup> Gemeente Eindhoven, *De koers van cultuurhistorie*, 8.

musea en het Regionaal Historisch Centrum mogen in de visie beter in de openbaarheid treden. Bovendien zou er, naast het goede DAF-museum, een echt Philipsmuseum moeten zijn.<sup>166</sup>

Naast het cultuurhistorisch beleidsplan is in Eindhoven ook een cultureel beleid opgesteld.<sup>167</sup> Daarin vormt de cultuurhistorie een onderdeel van de aantrekkelijkheid van de stad. Eindhoven kent een cultuurhistorisch unicum, maar de ruimtelijke kwaliteiten zouden extra kunnen worden versterkt, door de cultuurhistorie zichtbaar te maken. Eindhoven zou bijvoorbeeld sterker het imago van lichtstad (de lucifer- en gloeilampindustrie) en designstad uit kunnen dragen, wat beter overeenkomt met het profiel van de stad als *brainport*. Ook het bevorderen van kunst in de openbare ruimte en het uitvoeren van archeologisch onderzoek worden als maatregel aangehaald. Ten slotte draagt het cultuurbeleidplan nadrukkelijk het opwaarderen van wijken door kunst en cultuur, ofwel *gentrification*, als oplossing aan.

Ook in het Grote Stedenbeleid van Eindhoven wordt cultuurhistorie genoemd als hét middel om de ruimtelijke kwaliteiten te verbeteren.<sup>168</sup> Het beleidsplan voor monumenten 'Vitaal Verleden' richt zich eveneens op het behoud, beheer en de inpassing van de ruimtelijke cultuurhistorie.<sup>169</sup> In het plan staan vier doelen beschreven. Ten eerste moet er een Cultuurhistorisch Waardekaart worden opgesteld waardoor men in een oogopslag kan zien hoeveel historische panden in de stad aanwezig zijn (bijlage 2). Aan de hand hiervan kan de inpassing van cultuurhistorische elementen in nieuwe architectuur worden bevorderd en waar mogelijk als inspiratiebron worden gebruikt. De waardekaart kan ook dienen voor de bescherming en instandhouding. Beschermd stadsgezichten kunnen worden aangewezen en de historische ontwikkeling van Eindhoven kan via bestemmingsplannen herkenbaar worden gehouden. Ten slotte kan de Commissie Ruimtelijke Kwaliteit de (bouw)plannen voor monumenten toetsten. Het archeologiebeleid sluit hier naadloos op aan.<sup>170</sup> In plaats van een cultuurhistorische waardekaart gaat het echter om een archeologische waardekaart. Naast de wettelijke taken, legt de gemeente de nadruk op het uitvoeren van archeologisch onderzoek, de inzet van vrijwilligers en het bevorderen van het maatschappelijk draagvlak en het vergroten van de stedelijke identiteit. Het Archeologische Centrum organiseert niet alleen open dagen bij enkele grootschalige opgravingen (Afbeelding 14), ook richt het een vitrine in naast het Muziekcentrum Frits Philips en heeft het centrum twee archeologische visualisaties gerealiseerd. De een maakt onderdeel uit van de nieuwe inrichting van het Catharinaplein als onderdeel van het cultuurhistorisch beleidsplan. De ander is onlangs geopend in een nieuwe openbare fietsenstalling onder het 18 Septemberplein.

---

<sup>166</sup> Philips heeft een paar jaar geleden de plannen omarmd, maar het meest recente artikel in de media staat in het Eindhovens Dagblad van 14 augustus 2008:

<http://www.ed.nl/regio/eindhovenstad/3553391/Kunstlichtcentrum-vraagt-financiele-hulp.ece>.

<sup>167</sup> Gemeente Eindhoven, *Eindhoven.nl/cultuurtotaal. Nieuw cultureel beleid in Eindhoven* (Eindhoven 2008).

<sup>168</sup> Gemeente Eindhoven, *Stadsovisie Eindhoven 2010. Stedelijk ontwikkelingsprogramma 2005-2009* (Eindhoven 2004).

<sup>169</sup> Gemeente Eindhoven, *Vitaal Verleden. Nota monumentenbeleid: over cultuurhistorische waarden in de ruimtelijke ontwikkeling. Ruimtelijk kwaliteitsbeleid van dakkapel tot Lichttoren* (Eindhoven 2001).

<sup>170</sup> Gemeente Eindhoven, *Beleidsplan archeologie Eindhoven en Helmond 2008-2012* (Eindhoven 2008).



*Afbeelding 14. Open dag van het Archeologisch Centrum Eindhoven en Helmond op een opgraving in de gemeente Son en Breugel op 28 mei 2008. Dit soort dagen trekt altijd veel belangstellenden.*

De beleidsplannen zijn opgesteld door verschillende diensten. Net als in Utrecht zijn deze diensten verspreid over de gemeentelijke organisatie (bijlage 1). De afdeling Archeologie (Archeologisch Centrum Eindhoven en Helmond) en enkele cultuurhistorische medewerkers zijn belast met de monumentenzorg. Deze medewerkers werken verspreid over de gemeentelijke diensten. Bij de afdeling Economie en Cultuur wordt het beleid voor de musea gemaakt. Er is enige samenwerking, met name als het gaat om behoud en archeologische visualisaties. De externe cultuurorganisaties, die het zonder structurele gemeentelijke subsidie moeten doen, zorgen daarnaast het meest voor het erfgoed uit Eindhoven.<sup>171</sup>

Volgens de beleidsadviseur Fons Spijkers is de laatste jaren het historisch besef van de stad gegroeid. Mede door de herbestemming van grote complexen als de oude Philipsgebouwen in de binnenstad en Strijp S is de publieke opinie ten opzichte van de historiciteit van Eindhoven veranderd. Het behoud van dit soort complexen is echter geen discussiepunt. De zorgen van Fons Spijkers gaan dan ook naar de gebouwen die een minder groot symbool zijn voor de geschiedenis van de stad. Hij pleit voor het behoud en de integratie van ruimtelijk erfgoed uit vier belangrijke fases van de geschiedenis van Eindhoven: Tot de negentiende eeuw, het begin van de industrialisatie, de stadsuitbreiding en de periode na de oorlog. Dus ook de lintbebouwing van de oude dorpskernen, met boerderijen en molens en industriële gebouwen van andere bedrijven dan Philips moeten zichtbaar blijven.<sup>172</sup>

### **Het belang van erfgoed erkend**

De gemeentelijke beleidsplannen en beleidsmakers van Utrecht en Eindhoven onderkennen het belang van de zichtbare aanwezigheid van stedelijke erfgoed. Het vormt in de eerste plaats een

<sup>171</sup> Gesprek Fons Spijkers, 28 juni 2010.

<sup>172</sup> Gesprek Fons Spijkers, 28 juni 2010.



mooi decor voor culturele evenementen. Bovendien kan het benutten van de cultuurhistorie een positieve bijdrage leveren aan het vergroten van historisch besef en het identiteitsgevoel van bewoners. Behoud en beheer van erfgoed staat centraal, maar 'het moet geen Madurodam worden'. Zowel in Eindhoven als Utrecht moeten de oude en de nieuwe elementen met elkaar integreren. Stedelijke cultuurhistorie is zowel voor de stadspromotie van belang als voor de bestaande bewoners. Het erfgoed wordt dan wel op een andere manier gebruikt. Het verhaal over de erfgoedelementen moet de toeristen kunnen vermaken, terwijl het de identiteit van de bewoners moet versterken. Vermaak is in dat laatste geval minder aan de orde. Het erfgoed in de wijken is primair bedoeld voor de bewoners, maar er zijn uitzonderingen zoals de moderne architectuur in de Uithof of van Rietveld of de watermolens die Vincent van Gogh heeft vastgelegd.

In beide steden wordt naar eigen zeggen goed samengewerkt om de cultuur(historische) beleidsplannen te realiseren. De verdeling over de verschillende sectoren ziet men echter wel als nadelig. In beide steden is men voorzichtig aan het nadenken over een overkoepelend erfgoedbeleid. De samenwerking met externe partijen wordt als positief ervaren.

Wanneer we dit vergelijken met de kerndoelen van erfgoedbeleid zoals aan het begin van dit hoofdstuk geformuleerd, dan is behoud inderdaad een doel van het beleid van Utrecht en Eindhoven. Niet alleen de gemeente houdt zich hiermee bezig, ook veel externe partijen. Het vergroten van historisch besef is wel een doel, maar de vertaling naar het publiek van de cultuurhistorische verhalen valt tegen. In Utrecht en Eindhoven worden wel veel publiksboeken gepubliceerd over verschillende soorten onderwerpen, maar het aantal presentaties over de geschiedenis van de steden in de musea stelt teleur. In het depot van het Archeologisch en Bouwhistorisch Centrum Utrecht en het Centraal Museum liggen zeer veel mooie en bijzondere voorwerpen uit verschillende perioden die dat verhaal kunnen vertellen. Twee nieuwe musea op de locatie van Romeinse *castella* zijn mooie aanwinsten, maar slechts een zeer kleine selectie van die vondsten zullen hier worden getoond. In mijn ogen is Utrecht wel degelijk interessant en groot genoeg voor een mooi museum. Een vergelijking met de musea in Tongeren (België, ca. 30.000 inwoners), Metz (Frankrijk, ca. 120.000 inwoners) en Brescia (Italië, ca. 210.000 inwoners) is goed te maken (Afbeelding 15).



Afbeelding 15. De nieuwe opstelling van het Gallo-Romeins museum in Tongeren.

In Eindhoven zijn te weinig musea over het verleden van de stad. Alleen het Historisch Openluchtmuseum Eindhoven en het DAF-museum zijn goed lopende historische musea. Een echt Philipsmuseum wordt gemist en er zijn plannen om dat te ontwikkelen. De toekomst van Museum Kempenland hangt aan een zijde draadje. Een ander stadsmuseum komt er in ieder geval niet. Over een uitbreiding van het Historisch Openluchtmuseum met een archeologische collectie wordt wel nagedacht. Veel initiatieven voor andere cultuurhistorische activiteiten moeten Eindhoven en Utrecht hebben van stichtingen als 'De Vrede van Utrecht' en 'De Negende'. Zo is de canon van Eindhoven door 'De Negende' ontwikkeld. De canon van Utrecht wordt op dit moment opgesteld door Het Utrechts Archief.

Het laatste kerndoel van gemeentelijk erfgoedbeleid is het versterken van de identiteit van de stad en haar bewoners. In Utrecht en Eindhoven is het cultuurhistorisch beleid primair gericht op de bewoners. De aandacht die daarbij uitgaat naar de wijken is een belangrijk onderdeel hiervan. De meerderheid van de beschermde stads- en dorpsgezichten van Eindhoven liggen bijvoorbeeld buiten het centrum en in Utrecht bestaan drie 'wijkmusea'. Behalve dat het de identiteit van de bewoners versterkt, is het wijkgerichte beleid ook een onderdeel van *gentrification*; de identiteit van de wijken zelf wordt verbeterd door het inzetten van kunst en cultuur. Toch gaat de meeste aandacht uit naar de binnensteden en het imago van de stad. Het versterken van de concurrentie ten opzichte van andere steden wordt meer dan eens in de verschillende beleidsplannen genoemd.

Het is echter niet afdoende dat het gemeentelijke erfgoedbeleid voldoet aan de drie omschreven kerndoelen. Aangezien erfgoedbeleid in de eerste plaats bedoeld is voor de bezoekers en de bewoners van de stad, moet ook met de zichtbaarheid en duidelijkheid rekening worden gehouden. In de hoofdstukken 2 en 3 is beschreven dat mensen selectief het erfgoed opmerken en het bezoeken. Behalve het plaatsen van grote borden bij elk erfgoedelement, is een andere oplossing te vinden in een betere aansluiting op de algemene visie van de stad. De profilering van Eindhoven als *brainport*, het innovatieve kenniscentrum met de nadruk op technologie, kan perfect samengaan met een nadruk op industrieel erfgoed. Daarbij hoeft niet alleen Philips een rol te spelen – al kan dit bedrijf natuurlijk niet ontbreken. Ook de oudere industrie kan zichtbaar worden gemaakt. De nog aanwezige fabrieksterreinen, villa's van rijke industriëlen en arbeidersbuurten moeten bijvoorbeeld zoveel mogelijk intact worden gelaten of een herbestemming krijgen. Nog ouder erfgoed, zoals vondsten van de textielnijverheid uit de middeleeuwen en later kunnen ook aandacht krijgen. Op deze manier kan worden getoond dat Eindhoven een 'oude stad is met een modern jasje'.

De verbintenis tussen de Utrechtse stadsvisie en haar erfgoed is de aandacht voor het concept historisch kruispunt. Dit concept rechtvaardigt niet alleen het zichtbaar maken van de Romeinse *limes* en *castella*. De nadruk zou juist moeten liggen op de middeleeuwen, waarin Utrecht een zeer belangrijke religieuze functie had en een havenplaats was.

Wanneer steden in hun visie duidelijke keuzes maken ten aanzien van hun profiel en het aanbod van (zichtbaar) erfgoed hierop aanpassen, dan weten zowel toeristen als bewoners beter wat ze kunnen verwachten. De stedelijke actoren kunnen de identiteit van de stad direct aflezen van het erfgoedaanbod. Dit betekent natuurlijk niet dat het historische en archeologische onderzoek ook moet worden aangepast.<sup>173</sup> Integendeel onderzoek kan nieuwe inzichten op leveren die wellicht in de toekomst een ander onderdeel van het stadsprofiel kunnen gaan uitmaken.

---

<sup>173</sup> In de gemeentes Den Brielle en Staphorst is hier sprake van. Zie o.a. Bazelmans, 'Wie bepaalt de archeologische agenda?', 31-37.

## CONCLUSIE: ERFGOEDBELEID EN STEDELIJKE ONTWIKKELING

Deze scriptie had als doel het gebruik en de beleving van stedelijk erfgoed door toeristen, bewoners en beleidsmakers te onderzoeken. De eerste drie hoofdstukken vormden een theoretische verkenning aan de hand van literatuur uit de sociale geografie, sociologie, economie en toerisme- en erfgoedstudies. In het vierde hoofdstuk werd de praktijk van de steden Utrecht en Eindhoven beschreven. Naast een korte samenvatting van deze vier hoofdstukken, zal in de deze conclusie worden besproken op welke manier erfgoedbeleid van steden rekening kan houden met toeristen, bewoners en de vorming van identiteit.

### **De vorming van de identiteit van de stad en de identiteiten van stadsbewoners met behulp van erfgoed**

Er bestaan twee soorten stedelijke identiteit: die van de stad en die van de stadsbewoners. Het verschil tussen deze twee identiteiten zit in manier waarop ze tot stand komen. De identiteit van de stad is meer essentialistisch gevormd. Het gaat daarbij om de essentie van de stad uitgedrukt in symbolen. Deze symbolen kenmerken het heden en verleden en bestaan voor een belangrijk deel uit een selectie van (erfgoed)objecten die zijn gekozen vanwege de verkoopbaarheid aan buitenstaanders. Vanwege de toenemende concurrentie tussen steden moet de identiteit uniek en authentiek overkomen. Het gaat vooral om de 'grootste' of 'oudste' objecten en daarmee om de verkoopbare en consumeerbare schijn van de werkelijke geschiedenis van een stad. Deze concurrentiestrijd leidt echter tot een paradoxale ontwikkeling. In de uiteindelijke promotiebeelden komen voor elke stad namelijk dezelfde aspecten naar voren.

De identiteiten van stadsbewoners zijn meer gebaseerd op het stedelijk 'geheugen'. Dit geheugen wordt eveneens gevormd aan de hand van een selectie van (erfgoed)objecten, maar ditmaal vanwege de identificeerbaarheid. Deze selectie komt voort uit een meer individualistische keuze, iedereen kan voor zichzelf bepalen op welke manier hij de verbondenheid met de stad ervaart. Daarom wordt er ook van meerdere identiteiten gesproken. Rekening houden met het 'geheugen' als basis voor de selectie van erfgoed is een onderdeel van publieksgeschiedenis. De vorming van het stedelijk geheugen speelt zich bovendien meer op een lokaal niveau af, terwijl het bij de identiteit van een stad meer gaat om de binnenstad en de connectie met de nationale identiteit.

### **Stedelijk erfgoed en toeristisch vermaak**

Erfgoed en cultuur spelen een steeds belangrijker rol binnen het toerisme, al is het vaak op een onbewust niveau. Toerisme draait om het ervaren van gewone en ongewone dingen in een onalledaagse omgeving en wordt voor een groot deel bepaald door *markers*. Het belang van erfgoed voor toerisme komt hieruit voort. Ten eerste is het verleden iets onalledaags en unieks dat op een authentieke manier kan worden beleefd. Ten tweede draait het bij het bezoeken van erfgoedlocaties ook om de status die het oplevert. Sommige objecten moeten worden bezocht, omdat het dominante cultuurpatroon dat voorschrijft.

De *markers*, zoals reisgidsen en reisprogramma's hebben veel invloed op de mate waarin erfgoed wordt bezocht en de kennis van het bezochte erfgoed. Door details en de context niet te vermelden of niet duidelijk te maken wordt de informatie begrijpbaar gemaakt en beperkt de kennisoverdracht zich. Bovendien wordt de beleving van objecten door bijvoorbeeld reconstructies of evenementen als belangrijker beschouwd dan de informatievoorziening. Het erfgoed dat via de *markers* bekend is, limiteert de ruimtelijke verspreiding van toeristen in steden. De bezoekers concentreren zich over het algemeen in het stadscentrum, waar ook alle voorzieningen aanwezig zijn.

Of mensen nog andere dingen gaan bekijken in de stad, hangt sterk af van de gezochte ervaring, het belang van cultuur als reismotief en de lengte en de frequentie van het bezoek.

Typische erfgoedtoeristen bijvoorbeeld zullen vanwege hun kennis verder kijken dan waar de markers hen naartoe wijzen. Ook wanneer de stad beter bekend is, zullen mensen eerder geneigd zijn vrij rond te lopen en niet meer in een reisgids te kijken. Toeristen zullen zich in die gevallen meer gedragen als bewoners. Zij gaan de wijken in, de onbekende buurten bezoeken of winkelen.

### **Stedelijk erfgoed en woongenot**

De betekenisgeving van erfgoed is gestoeld op drie sociaal-psychologische aspecten: de esthetische ervaring, de ‘sense of place’ en de culturele identiteit. De esthetische ervaring hangt sterk af van smaak en de mate van kennis van het object en historisch besef. Over het algemeen is de kennis en het historisch besef beperkt. Daarom worden niet zo zeer losse erfgoedobjecten, maar de stad (of straat) als geheel opgemerkt. In dat geval worden de monumenten op een onbewust niveau ervaren en zullen alleen plotselinge veranderingen opvallen. De *sense of place* gaat over de bewustwording van de uniekheid van een plaats. Deze bewustwording versterkt het gevoel van ‘trots’ en het thuisgevoel, waardoor de identiteit wordt versterkt. *Sense of place* draait met name om het geheugen van de stad en daarmee voor een deel om persoonlijke herinneringen.

Net als toeristen vormen bewoners geen homogene groep. De reden om in een bepaalde wijk te wonen hangt van veel factoren af. In eerste plaats moet er onderscheid worden gemaakt tussen verbonden zijn met een stad en gebonden aan zijn een stad. Daarnaast spelen ook sociaal-cultureel kapitaal, het economisch kapitaal en de woongeschiedenis een zeer belangrijke rol. Op deze manier is onderscheid te maken tussen zes groepen stadsbewoners.

Voor een stad is niet alleen de belevingswaarde van erfgoed interessant, maar ook het prettige verblijf en de leefbaarheid. Een paar van de kwaliteiten voor leefbaarheid zijn de aankleding van de ruimte, differentiatie in de stedelijke ruimte en intimiteit. Een historisch gegroeide buurt verenigt vaak een aantal van dit soort als positief ervaren vormgevingsprincipes. Dat ze positief worden ervaren blijkt ook uit de grond- en huizenprijzen die enige historiciteit van een locatie met zich meebrengt.

### **Erfgoedbeleid in Utrecht en Eindhoven**

Hoewel beide steden geen concreet erfgoedbeleid hebben, wordt in diverse plannen wel aandacht besteed aan cultureel erfgoed. De beleidsplannen van stadspromotie, cultuur en monumenten van de gemeente Utrecht noemen het belang van erfgoed voor de stad. In Eindhoven is wel een apart beleidsplan voor de cultuurhistorie geschreven. Daarnaast zijn ook voor monumenten en archeologie diverse cultuurnota's geschreven. Uit deze beleidsplannen blijkt dat de zichtbare aanwezigheid van stedelijk erfgoed zeer belangrijk is. Voor culturele evenementen levert het een mooi decor en het bevordert historisch besef en het identiteitsgevoel.

Het behoud en beheer van erfgoed staat centraal, maar er is genoeg ruimte voor nieuwe kunst en gebouwen. Oude en nieuwe elementen moeten met elkaar integreren. Een ideale oplossing is dan ook het herbestemmen van monumentale gebouwen. Een ander kerndoel van de beleidsplannen is het vergroten van het historisch besef. Dit doel zal niet worden gehaald tenzij er meer aan kennisoverdracht wordt gedaan. Een oplossing zou het oprichten van een goed museum kunnen zijn of van kleine tijdelijke tentoonstellingen. Ook het uitbrengen van (digitale) nieuwsbrieven zou kunnen helpen. Het laatste kerndoel van de beleidsplannen is het versterken van de identiteit. Toerisme en het verbeteren van de concurrentiepositie worden verscheidene keren genoemd. Met uitzondering echter van het Utrechtse plan voor de stadspromotie, zijn de andere nota's primair gericht op de bewoners van Utrecht en Eindhoven. De aandacht gaat niet alleen uit naar het erfgoed van de binnenstad, maar ook naar *gentrification*, ofwel het verbeteren van de wijken door het inzetten van kunst en cultuur. Het ruimtelijk erfgoed van de wijken wordt niet vergeten en in Utrecht is er aandacht voor drie wijkmusea.

Voor zowel Utrecht als Eindhoven bestaan goede mogelijkheden het erfgoedaanbod te koppelen aan haar gewenste profiel en de toekomstvisie. Eindhoven profileert zich met nadruk als *brainport*.

Dit kan aansluiten op de industriële en technologische geschiedenis van de stad. Utrecht wil gezien worden als grote stad met ‘een menselijke maat’ dat als een multifunctioneel kruispunt dient. Deze visie kan worden verbonden met het erfgoed uit de middeleeuwen en Romeinse tijd. Niet alleen de zichtbare kerken en werven, ook de archeologische en bouwhistorische resten op en rond het Domplein komen hiervoor in aanmerking.

### **Stedelijk erfgoedbeleid en stedelijke ontwikkeling**

Het maken van goed stedelijk erfgoedbeleid waarbij zowel rekening wordt gehouden met de beleving en het gebruik van erfgoed door bewoners en toeristen als met het versterken van de identiteit van de stad en haar bewoners hoeft niet ingewikkeld te zijn. Utrecht en Eindhoven zijn al een eind op weg. Het erfgoedbeleid moet zich richten op twee pijlers.

De eerste pijler is zorgen voor een uniek imago. Dus niet, net als veel andere steden, de oudste of meest middeleeuwse stad zijn, maar het eigen unieke karakter benadrukken. Diversiteit kan ook meespelen. Een stad als Rome wordt niet alleen vanwege de Romeinse resten bezocht, maar ook voor de kerken en kunstwerken uit de zeventiende eeuw. Een goede basis voor een keuze uit al het erfgoed is het gewenste stadsprofiel. Wanneer het zichtbare erfgoed overeenkomt met een duidelijk profiel kan dit eenvoudig begrijpelijker worden gemaakt voor zowel toeristen als bewoners.

Voor Utrecht zou dit betekenen dat de stad naast haar bekende middeleeuwse resten ook haar Romeinse en onzichtbare middeleeuwse erfgoed moet tonen, zoals stichting Domplein 2013 wil. Internationaal kan de aandacht voor de Vrede van Utrecht de stad op de kaart zetten. Eindhoven heeft internationaal gezien de troef in handen als het gaat om het industrieel erfgoed van bijvoorbeeld Philips. Een uitbreiding van de oude gloeilampfabriek als museum zou positief zijn. Het huidige beleid ten opzichte van de oude dorpskernen en de naoorlogse bouw kan de diversiteit ook vergroten. Niet alleen zorgt een uniek imago voor het versterken van de identiteit van de stad, ook trekt het meer toeristen en nieuwe bewoners. Bovendien verbetert het de leefbaarheid, door het diverse uiterlijk en de overzichtelijkheid van de ruimtelijke ordening.

De tweede pijler is meer nadruk leggen op het erfgoed van de woonwijken. Dit komt voor een deel overeen met de zorg voor een divers karakter. Waar het echter bij het verbeteren van het imago met name gaat om behoud en beheer van het erfgoed, moet de tweede pijler zich richten op het zichtbaar maken van het erfgoed en het vergroten van de kennis. Het gevolg is driedelig: het stedelijk geheugen wordt uitgebreid en daarmee worden de identiteiten van de stadsbewoners versterkt. Bovendien kan het toeristen trekken die de stad langer of vaker willen bezoeken. Ten slotte is het een manier van *gentrification*, het leefbaarder maken van de woonwijken. Men kan bijvoorbeeld wijkmusea stimuleren, erfgoednieuwsbrieven uitbrengen, een overzichtelijke en een goed bijgehouden website over erfgoed ontwikkelen of (tijdelijke) presentaties organiseren.

Een goede organisatie van behoud, beheer en kennisvergroting werkt het beste wanneer de gemeentelijke diensten die te maken krijgen met erfgoed goed samenwerken. Een dienst Cultureel Erfgoed, zoals in de gemeente Breda, waar archeologen, (bouw)historici, cultureel planologen en educatiemedewerkers samen het erfgoed van de stad zichtbaar maken, is een goed voorbeeld dat zou moeten worden nagestreefd. Het lijkt een investering, maar door het vanzelfsprekende zichtbaar te maken zal de concurrentiepositie van de stad versterken. Dit levert meer toeristen die wellicht langer willen blijven en zorgt voor een betere leefbaarheid van de wijken en versterkt het ‘thuisgevoel’ van de bewoners. Kortom: een goed erfgoedbeleid zorgt voor stedelijke ontwikkeling.

## BRONNEN

### Literatuur

- Arts, N., *Marcus van Eindhoven. Een archeologische biografie van een middeleeuws kind* (Utrecht 2002).
- G.J. Ashworth, *Heritage planning: conservation as the management of urban change* (Groningen 1991).
- Ashworth, G.J., 'The conserved European city as cultural symbol: the meaning of the text', in: B. Graham ed., *Modern Europe: place, culture and identity* (London 1998) 261-286.
- Ashworth, G.J., 'Thoughts on the political uses of the past', in: *Industrial Heritage as force in the democratic society: conference May 2001 (Stockholm 2001)* 24-33.
- Ashworth, G.J., 'Heritage and the consumption of places', in: R. van der Laarse (ed.), *Bezetten van Vroeger. Erfgoed, identiteit en musealisering* (Amsterdam 2005) 193-206.
- Ashworth G.J. en P. Howard, *European heritage planning and management* (Exeter en Portland, Oregon 1999).
- Ashworth, G.J. en J.E. Tunbridge, *The tourist-historic city. Retrospect and prospect of managing the heritage city* (Oxford 2000).
- Ashworth, G.J. en H. Voogd, 'Marketing and place promotion', in: J.R. Gold en S.V. Ward, *Place Promotion. The use of publicity and marketing to sell towns and regions* (Chichester 1995) 39-52.
- Asselbergs, F., *Niets is zo veranderlijk als een monument. Een pleidooi voor het cultureel argument* (Oratie Katholieke Universiteit Nijmegen 1999).
- Augé, M., (vertaald door J.Howe), *Non-places. Introduction to an anthropology of supermodernity* (London/New York 1995).
- Bazelmans, J., 'Wie bepaalt de archeologische agenda?', *Archeobrief* 14, 2 (2010) 31-37.
- Beumer, S., *Topografische ontwikkelingen van vroegmiddeleeuwse steden in Noord-Italië* (Masterscriptie Universiteit van Amsterdam 2007).
- Beumer, S., *Bewustmaking van het publiek. Archeologische visualisaties en historisch besef* (Essay Universiteit Utrecht 2010).
- Bianchini, F., 'Introduction. European mindscapes: concepts, Cultural representations and policy applications', in: G. Weiss-Sussex (ed.), *Urban mindscapes of Europe. European studies 23* (Amsterdam, New York 2006) 13-31.
- Boer, P. den, 'Geschiedenis, herinnering en 'lieux de mémoire'', in: R. van der Laarse (ed.), *Bezetten van Vroeger. Erfgoed, identiteit en musealisering* (Amsterdam 2005) 40-58.
- Bourdieu, P., *Outline of a theory of practice* (Cambridge 1977)
- Bourdieu, P., *Distinction: a social critique of judgement of taste* (London 1979).
- Bourdieu, P., *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip. Gekozen door Dick Pels* (Amsterdam 1989).
- Broek, A. van den, F. Huysmans en J. de Haan, *Cultuurminnaars en cultuurmijders. Trends in de belangstelling voor kunsten en cultureel erfgoed. Het culturele draagvlak 6* (SCP Den Haag 2005).
- Bos, J.E.M.F. en S.M. van Roode, 'Reverse archaeology. De archeologie op zijn kop', *Monumenten* 30, 11 (2009) 11-15
- Bruin, R.E. de, T.J. Hoekstra en A. Pietersma, *Twintig eeuwen Utrecht. Korte geschiedenis van de stad* (Utrecht 1999).
- Burgess, J., 'Selling places: environment images for the executive', *Regional studies* 16 (1982) 1-17.
- Carr, J.H. en L.J.Servon, 'Vernacular culture and urban economic development. Thinking outside the (Big) Box' *Journal of the American planning association* 75, 1 (2009) 29-40.
- Craik, J., 'The culture of tourism', in: C. Rojek en J. Urry (ed.), *Touring cultures. Transformations of travel and theory* (London, New York 1997) 113-136.
- Coetier, J.F. e.a., *Levendigheid in binnensteden, een verkennend onderzoek. De betekenis van de omgeving X* (Wageningen 1982).
- Coetier, J.F., *Hoe beleven wij onze omgeving? Resultaten van 25 jaar omgevingspsychologisch onderzoek in stad en landschap* (Wijchen 2000).
- Dinteren, J.H.J. van, *Binnenstedelijke produktverbetering en centrummanagement* (Rotterdam 1994).
- Dormans, S., H. van Houtum en A. Lagendijk, *De verbeelding van de stad. DGW/NETHUR Partnerschip 22* (Nijmegen 2003).

- Dunning, J.H. en G. Norman, 'Location choice of offices of international companies', *Environment and planning A* 19, 5 (1987) 613-631.
- Ennen, E., *Heritage in fragments. The meaning of pasts for city centre residents* (Proefschrift Rijksuniversiteit Groningen 1999).
- Ennen, E., *Wonen in gecreëerd erfgoed. DGW/NETHUR Partnership* 25 (Utrecht 2004).
- Evans, G., 'An urban renaissance? The role of the arts in urban regeneration: a survey of local authorities in Greater London', *Papers in leisure and tourism studies* 4 (1993).
- Frijhoff, W., *Dynamisch erfgoed. Of: heeft de cultuurgeschiedenis toekomst?* (Afscheidsrede Vrije Universiteit Amsterdam 2007).
- Frijhoff, W.Th.M., 'De stad en haar geheugen', in: S. Cusveller (ed.), *Stad!. De stad en haar identiteit* (Hoogezand 1994) 30-57.
- Frijhoff, W.Th.M., 'De sprekende stad: stedelijke identiteit en ruimtelijke ordening', in: J.C. Dekker (ed.), *Sporen en spiegels. beschouwingen over geschiedenis en identiteit* (Tilburg 1995) 85-95.
- Ganzeboom, H., *Beleving van Monumenten I. Een onderzoek naar herkenning, waardering en bezichtiging van monumenten uitgevoerd in de binnenstad van Utrecht* (Utrecht 1982).
- Garrod, B. en A. Fyall, 'Heritage tourism: A question of definition', *Annals of Tourism* 28-4 (2001) 1049-1052.
- Gemeente Breda, *Erfgoed in context. Erfgoedvisie Breda 2008 – 2015* (Breda 2008).
- Gemeente Bunschoten, *Een nieuwe nota voor historische waarden Nota erfgoedbeleid* (2008).
- Gemeente Eindhoven, *Beleidsplan archeologie Eindhoven en Helmond 2008-2012* (Eindhoven 2008).
- Gemeente Eindhoven, *De koers van cultuurhistorie. Heden en verleden, de toekomst voor Eindhoven* (Eindhoven 2001).
- Gemeente Eindhoven, *Eindhoven.nl/cultuurtotaal. Nieuw cultureel beleid in Eindhoven* (Eindhoven 2008).
- Gemeente Eindhoven, *Stadsvisie Eindhoven 2010. Stedelijk ontwikkelingsprogramma 2005-2009* (Eindhoven 2004).
- Gemeente Eindhoven, *Vitaal Verleden. Nota monumentenbeleid: over cultuurhistorische waarden in de ruimtelijke ontwikkeling. Ruimtelijk kwaliteitsbeleid van dakkapel tot Lichttoren* (Eindhoven 2001).
- Gemeente Rotterdam, *Erfgoedbeleid en het verhaal over de geschiedenis van de stad* (2006).
- Gemeente Utrecht, *Beheer van de chaos van eenen* (Utrecht 2004).
- Gemeente Utrecht, *De ontdekking van Utrecht. Actieplan cultuur 2008-2018* (Utrecht 2008).
- Gemeente Utrecht, *De ontdekking van de Utrechtse Musea, een museale strategie 2010* (Utrecht ter perse).
- Gemeente Utrecht, *Grote Stedenbeleid in uitvoering. Meerjaren ontwikkelingsprogramma gemeente Utrecht 2005-2009* (Utrecht 2005).
- Gemeente Utrecht, *Programma Stads promotie 2008-2011* (Utrecht 2009).
- Gilmore, J.H. en B.J. Pine, *Authenticity: What consumers really want* (Boston 2007).
- Gold J.R. en S.V. Ward, *Place Promotion. The use of publicity and marketing to sell towns and regions* (Chichester 1995).
- Gorp, B. van, *Bezienswaardig? Historisch-geografisch erfgoed in toeristische beeldvorming* (Proefschrift Universiteit Utrecht 2003).
- Goodey, B., 'Art-full places: public art to sell public spaces?', in: J.R. Gold en S.V. Ward, *Place Promotion. The use of publicity and marketing to sell towns and regions* (Chichester 1995) 153-159.
- Graham, B., G.J. Ashworth en J.E. Tunbridge, *A geography of heritage. Power, culture en economy* (London 2000).
- Heelsbergen, K. van, *Utrecht in Beeld. Monitor Toerisme 2007* (Utrecht 2007).
- Hendriks, J., 'Wie zorgt nog voor kwaliteit? De gemeentel!', *Monumenten* 30, 11 (2009) 6-9.
- Henrichs, H., 'Public history en musea: historisch denken of het verleden beleven', *Levend erfgoed. Vakblad voor public folklore & public history* (2009 ter perse).
- Huizinga, J., 'De taak der cultuurgeschiedenis', in: *Cultuurhistorische verkenningen* (Haarlem 1929) 1-85.
- Huizinga, J., 'Het historisch museum', in: *Verzamelde werken II* (Haarlem 1948) 559-569.
- Laarse, R. van der, 'Erfgoed en de constructie van vroeger', in: R. van der Laarse (ed.), *Bezeten van Vroeger. Erfgoed, identiteit en musealisering* (Amsterdam 2005) 1-28.

- Lagroup, *Toeristisch Imagoonderzoek 2010 (Rapport gemeente Eindhoven)* (Amsterdam 2010).
- Lintsen, H. (red.), *De canon van Eindhoven* (Eindhoven 2009).
- Lowenthal, D., *The past is a foreign country* (Cambridge 1985).
- Lynch, K., *The image of the city* (Cambridge, Massachusetts 1960).
- MacCannell, D., *The tourist. A new theory of the leisure class* (New York 1976).
- McManus, R., 'Heritage and tourism in Ireland – an unholy alliance?', *Irish Geography* 30/2 (1997) 90-98.
- Nijhof, E., 'Industrieel erfgoed en de omgang met het verleden' *Erfgoed* 1 (2005) 2-8.
- Pearce, D.G., *Tourism today: a geographical analysis* (2nd edition; London 1995).
- Poria, Y., R. Butler en D. Airey, 'Clarifying heritage tourism', *Annals of Tourism* 28-4 (2001) 1047-1049.
- Baudrillard, J., *Selected Writings* (Cambridge 1988).
- Reijndorp, A. et al., *Buitenvijken – stedelijkheid op afstand* (Rotterdam 1998).
- Reinders, L., *Merkewaardige wijken. De rol van identiteit bij de transformatie van stadswijken: een terreinverkenning* (Delft 2004).
- Ribbens, K., *Een eigentijds verleden. Alledaagse historische cultuur in Nederland 1945-2000* (Hilversum 2002).
- Richards, G., 'What is cultural tourism?', in: A. van Maaren, *Erfgoed voor toerisme, een gezamenlijke visie van de erfgoedkoepels op erfgoed en cultuurtoerisme* (Amsterdam 2003).
- Ruijgrok, E.C.M., 'The three economic values of cultural heritage: a case study in the Netherlands', *Journal of Cultural Heritage* 7 (2006) 206-213.
- Rüsen, J., 'Für eine Didaktik historischer Museen', in: J. Rüsen, W. Ernst en H.T. Grütter (ed.), *Geschichte sehen. Beiträge zur Ästhetik historischer Museen* (Pfaffenweiler 1988) 9-19.
- Russo, A., *The sustainable development of heritage cities and their regions. Analysis, polici, governance* (Proefschrift Erasmus Universiteit Rotterdam 2002).
- Shipley, R., 'Heritage designation and property values: is there an effect?', *International Journal of Heritage Studies* 6, 1 (2000) 83-100.
- Teske, D., 'Sites and sights: the urban museum in a changing urban structure', in: G. Weiss-Sussex (ed.), *Urban mindscapes of Europe. European studies* 23 (Amsterdam, New York 2006) 259-274.
- Tosh, J., 'History goes public', in: idem, *History goes public, why history matters* (Houndsmills, Basingstoke 2008) 99-119.
- Tweed, C. en M. Sutherland, 'Built cultural heritage and sustainable urban development', *Landscape and urban planning* 83 (2007) 62-69.
- URBED, *Vital and viable town centres: meeting the challenge* (London 1994).
- Urry, J., *The tourist gaze* (London 2002).
- Voogd, H., *Facetten van de planologie* (3d edition; Alphen a.d.Rijn 1996).
- Voogd, H. en W. van de Wijk, 'Recreatieve imagos en gemeentelijke voorlichting', in: H. Voogd (ed.), *Stedelijke planning in perspectief* (Groningen 1989) 61-74.
- VROM, *Leefbaarheid door de tijd*, (Den Haag 2009).
- Ward, S.V. en J.R. Gold, 'Introduction', in: J.R. Gold en S.V. Ward, *Place Promotion. The use of publicity and marketing to sell towns and regions* (Chichester 1995) 1-17.
- Wells, I.R., *Town centre management: a future for the high street?* (Reading 1991).
- World Tourism Organisation, *Technical manual no. 1. Concepts, definitions and classifications for tourism statistics* (1995).

## Internetbronnen

- <http://archeologie.breda.nl>.
- <http://authenticitybook.com>.
- <http://photo40.nl/fotos/architectuur/de-witte-dame-eindhoven-0130.jpg>.
- <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/methoden/be>.
- <http://www.denegende.nl>.
- <http://www.ed.nl/regio/eindhovenstad/3553391/Kunstlichtcentrum-vraagt-financiele-hulp.ece>.
- <http://www.eindhoven.nl/artikelen/Collseweg-35.htm>.



- <http://www.eindhoven.nl/artikelen/Het-Witte-Dorp.htm>
- <http://www.eindhoven.nl/nieuwsbericht/Groei-van-Eindhoven-1.htm>.  
<http://www.eindhoven.nl/stad/Eindhoven-in-cijfers/kerncijfers-2009-1.htm>.
- <http://www.erfgoedindepraktijk.nl/site/nl-nl/Cursussen/Gemeentelijk+erfgoedbeleid.htm>.
- [http://www.htgservices.nl/service/product\\_info.php?products\\_id=8&language=nl](http://www.htgservices.nl/service/product_info.php?products_id=8&language=nl)
- <http://www.monumenten.nl>.
- [http://www.nrc.nl/buitenland/article2452935.ece/Kopten\\_doelwit\\_\\_aanslag\\_in\\_zuiden\\_Egypte](http://www.nrc.nl/buitenland/article2452935.ece/Kopten_doelwit__aanslag_in_zuiden_Egypte).
- <http://www.summerdarkness.nl>.
- <http://www.utrecht.nl/smartsite.dws?id=212257>.
- <http://www.utrecht.nl/smartsite.dws?id=234925>.
- <http://www.utrechtteveelteleuk.nl>.
- <http://www.vredevanutrecht2013.nl>.
- <http://www.vrom.nl/leefbaarometer>.

## Gesprekken

- Gesprek Valérie Drost, projectleider cultuur, gemeente Utrecht op 22 juni 2010.
- Gesprek Floris van Gelder, oud wethouder Economische Zaken, Cultuur en Stads promotie, gemeente Utrecht op 15 juni 2010.
- Gesprek Fons Spijkers, beleidsadviseur cultuurhistorie, gemeente Eindhoven, 28 juni 2010.

## Afbeeldingen en figuren

Afbeelding 1: Erasmusbrug: <a href="http://www.rml2.nl/frans/ezine20091.htm">http://www.rml2.nl/frans/ezine20091.htm</a> ; Hoog Catharijne: auteur.....	6
Afbeelding 2: <a href="http://www.placemaking.nl">www.placemaking.nl</a> .....	9
Afbeelding 3: auteur.....	13
Afbeelding 4: auteur.....	17
Afbeelding 5: Schloss Neuschwanstein: <a href="http://users.telenet.be/twanmeiresonne/Zipfeltour/Hoofdstuk%2013.htm">http://users.telenet.be/twanmeiresonne/Zipfeltour/Hoofdstuk%2013.htm</a> ; Disneyland: <a href="http://zoom.nl/foto/160299/architectuur/kasteel-in-disneyland-paijs.html">http://zoom.nl/foto/160299/architectuur/kasteel-in-disneyland-paijs.html</a> .....	24
Afbeelding 6: <a href="http://www.amsterdamimage.com/main.php?g2_itemId=1373">http://www.amsterdamimage.com/main.php?g2_itemId=1373</a> .....	28
Afbeelding 7: Van Heelsbergen, <i>Utrecht in Beeld</i> , 41.....	39
Afbeelding 8: Van Heelsbergen, <i>Utrecht in Beeld</i> , 11.....	40
Afbeelding 9: Van Heelsbergen, <i>Utrecht in Beeld</i> , 22.....	40
Afbeelding 10: auteur.....	41
Afbeelding 11: auteur.....	43
Afbeelding 12: <a href="http://www.eindhoven.nl/artikelen/Het-Witte-Dorp.htm">http://www.eindhoven.nl/artikelen/Het-Witte-Dorp.htm</a> .....	45
Afbeelding 13: Emmasingel: auteur; Collse watermolen: <a href="http://www.eindhoven.nl/artikelen/Collseweg-35.htm">http://www.eindhoven.nl/artikelen/Collseweg-35.htm</a> .....	46
Afbeelding 14: Laurens Mulkens, Archeologisch Centrum Eindhoven en Helmond.....	48
Afbeelding 15: <a href="http://www.hbvl.be/limburg/tongeren/steile-ambitie-bij-nieuw-gallo-romeins-museum.aspx">http://www.hbvl.be/limburg/tongeren/steile-ambitie-bij-nieuw-gallo-romeins-museum.aspx</a> .....	49

Bijlagen: alle van [www.utrecht.nl](http://www.utrecht.nl) respectievelijk [www.eindhoven.nl](http://www.eindhoven.nl).

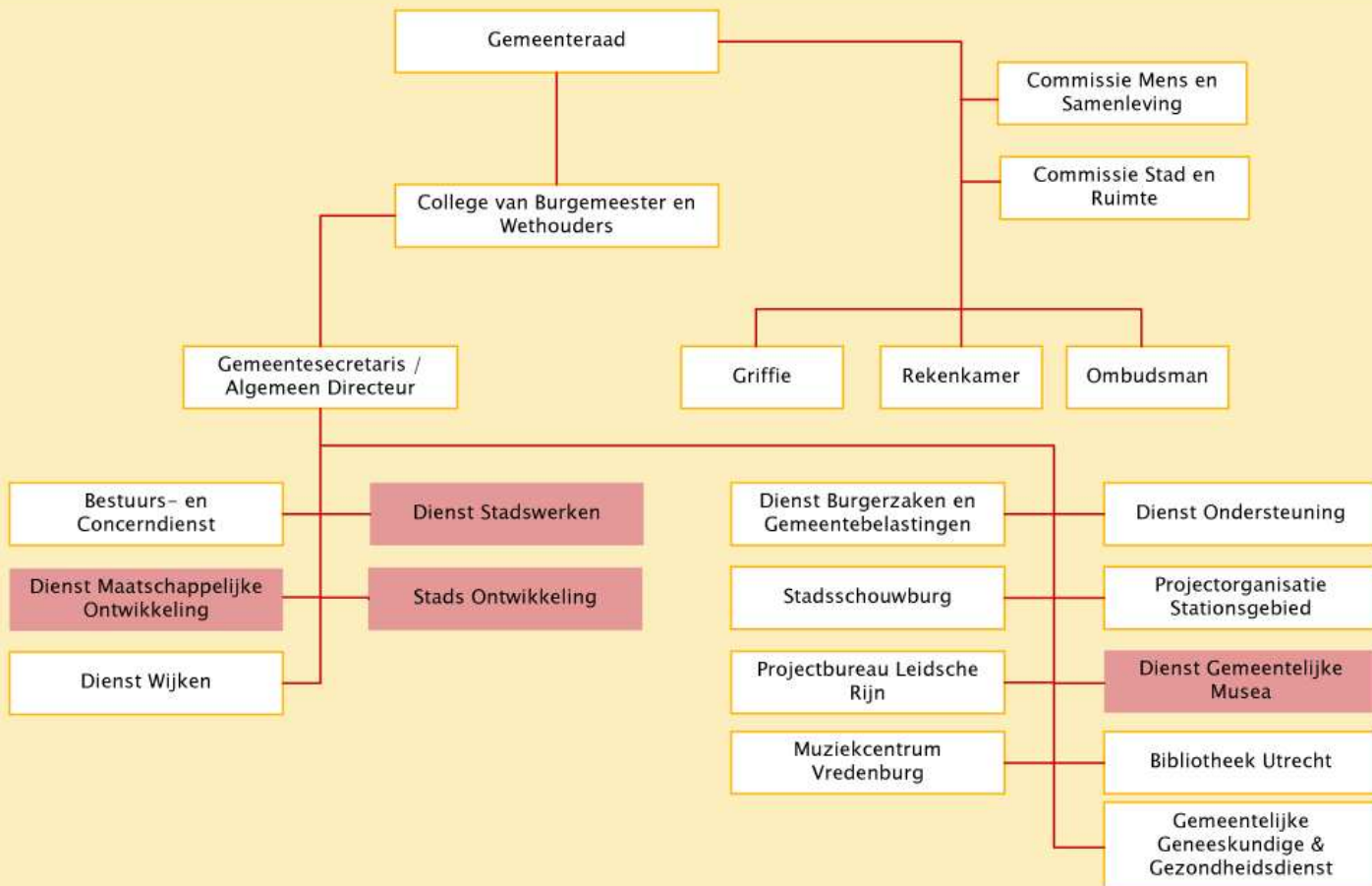
## Bijlage 1A: Organogram gemeente Utrecht.

In het rood de sectoren die zich op enige wijze bezig houden met cultureel erfgoed.



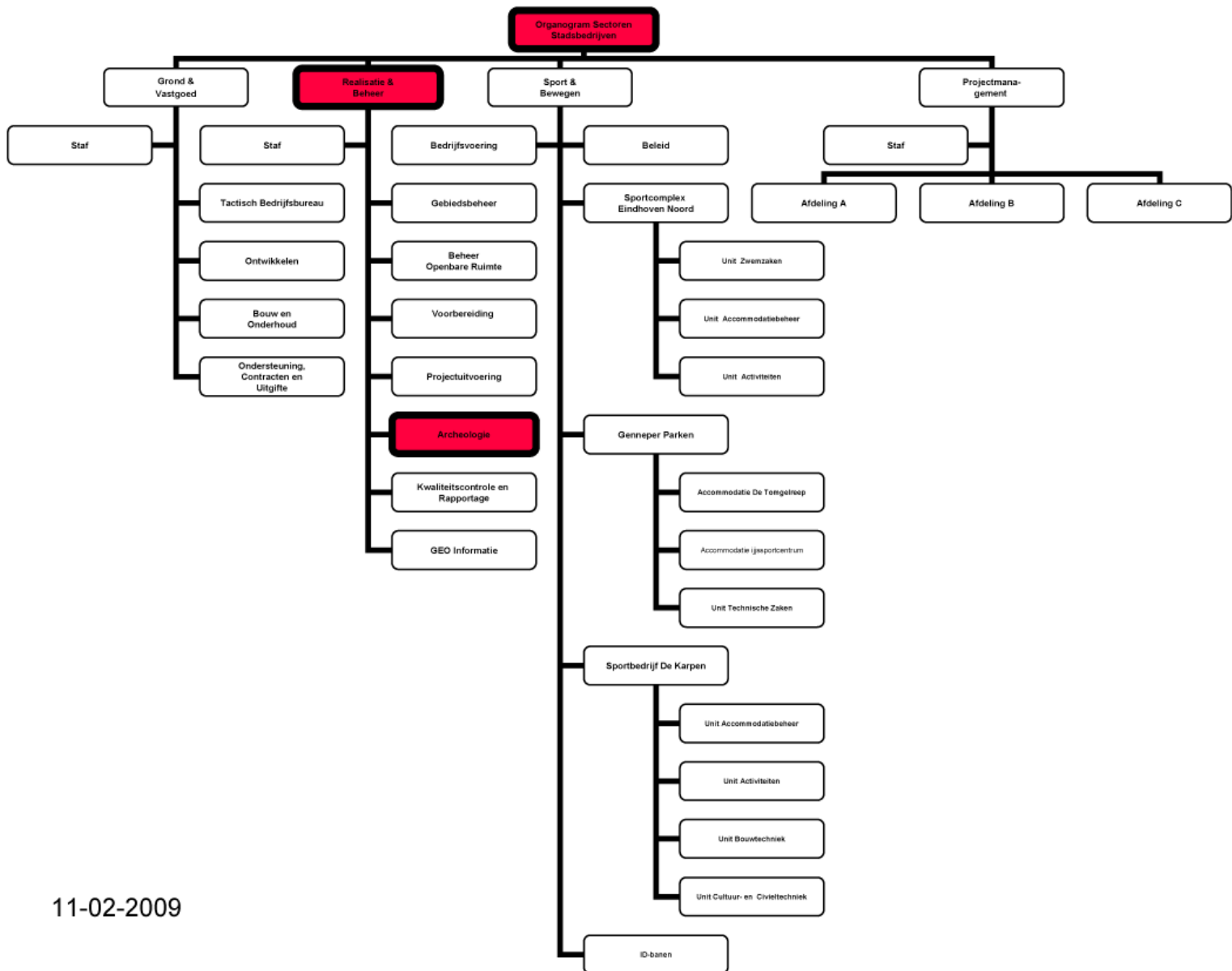
Gemeente Utrecht

### Organigram Gemeente Utrecht



## Bijlage 1B: Organogram sector Stadsbedrijven gemeente Eindhoven.

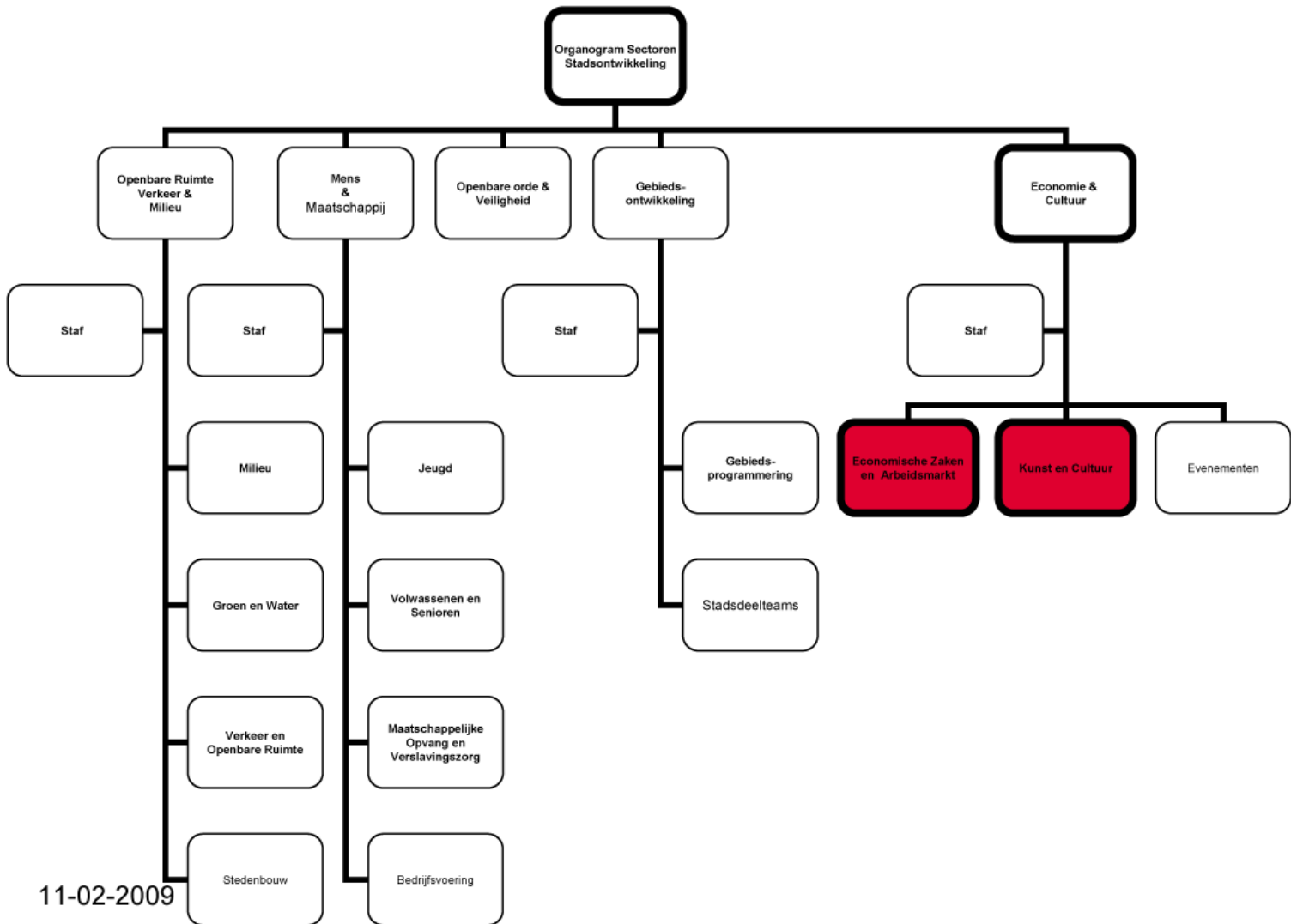
In het rood de diensten die zich op enige wijze bezig houden met cultureel erfgoed.



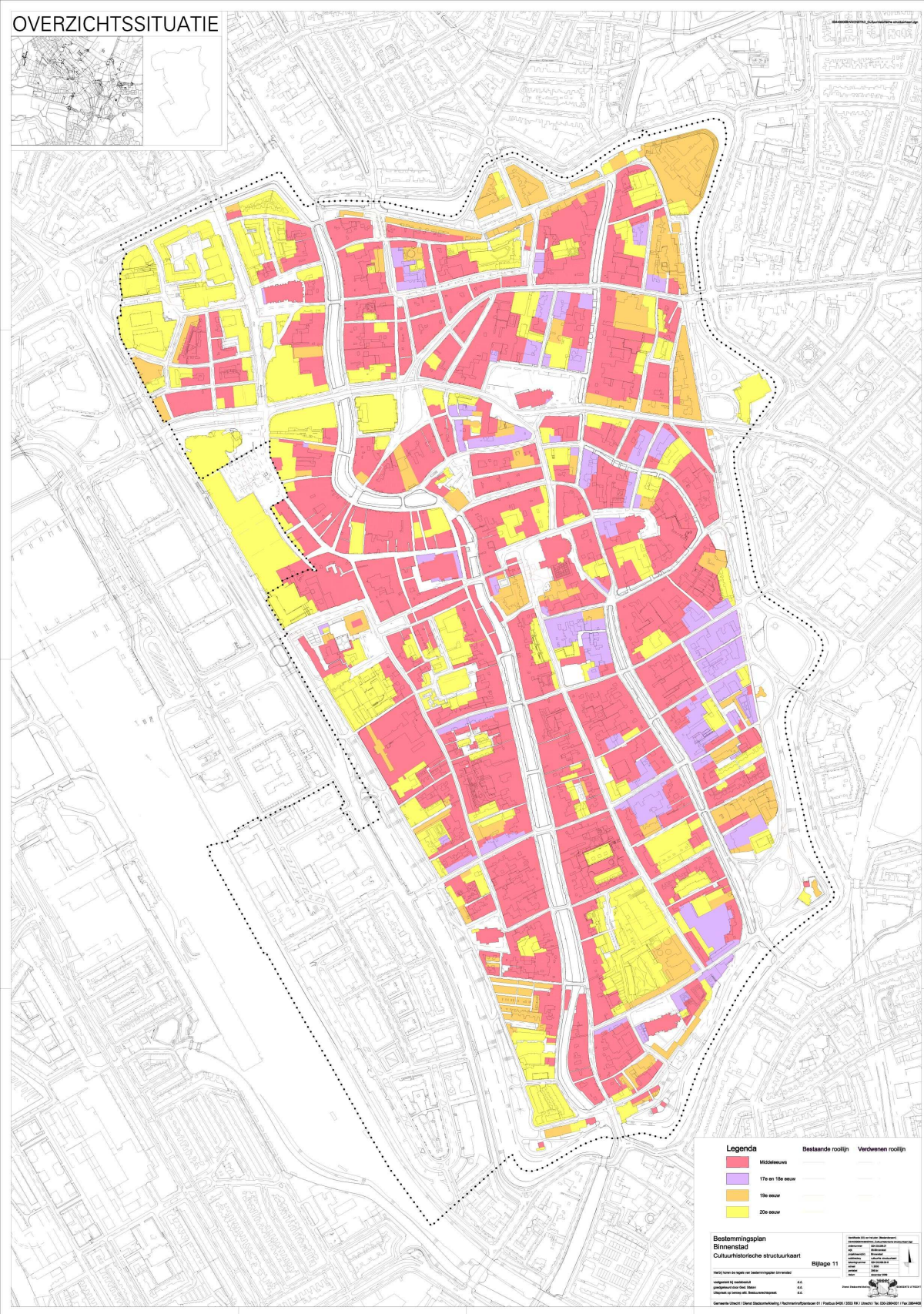
11-02-2009

## Bijlage 1C: Organogram sector Stadsontwikkeling gemeente Eindhoven.

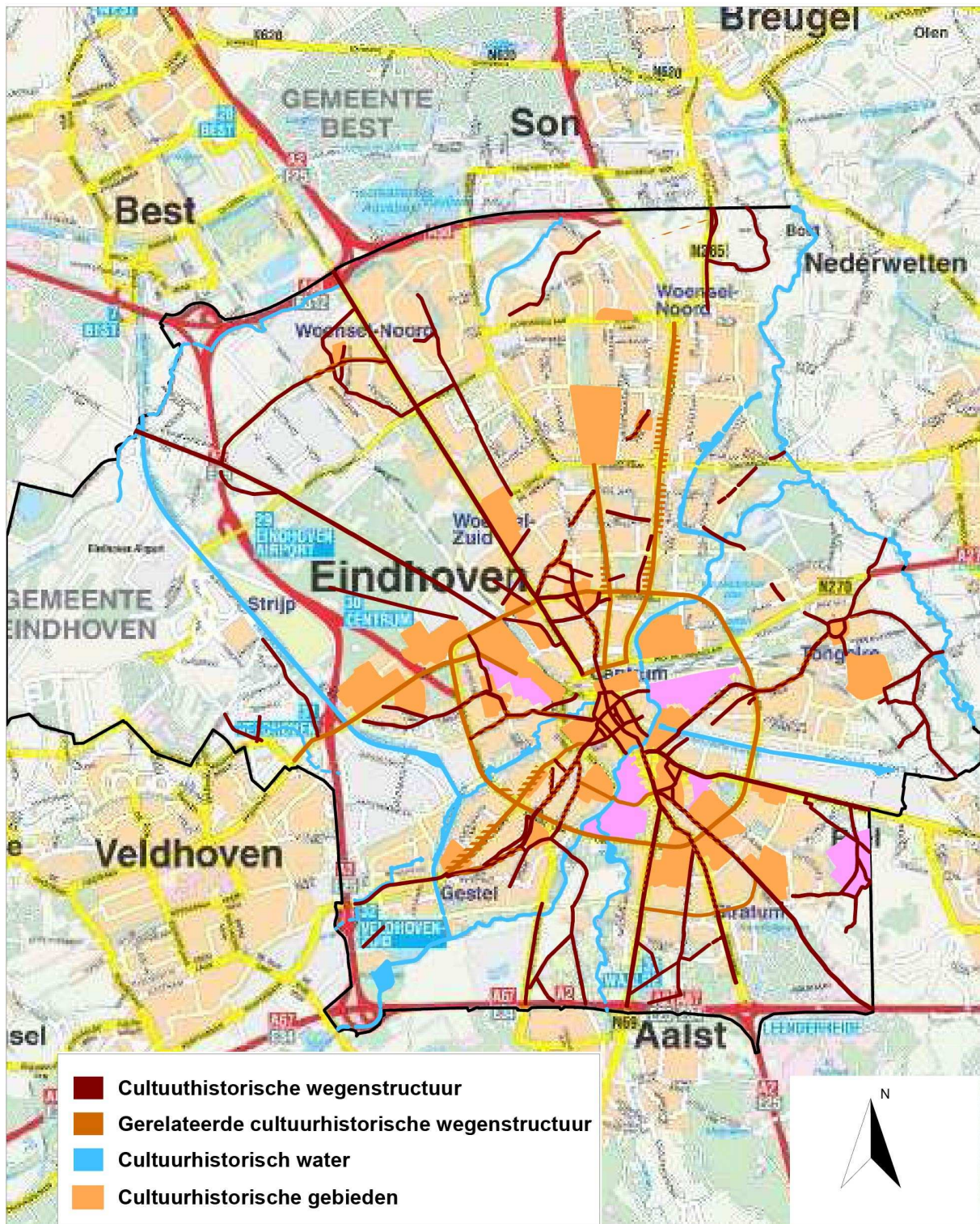
In het rood de diensten die zich op enige wijze bezig houden met cultureel erfgoed.



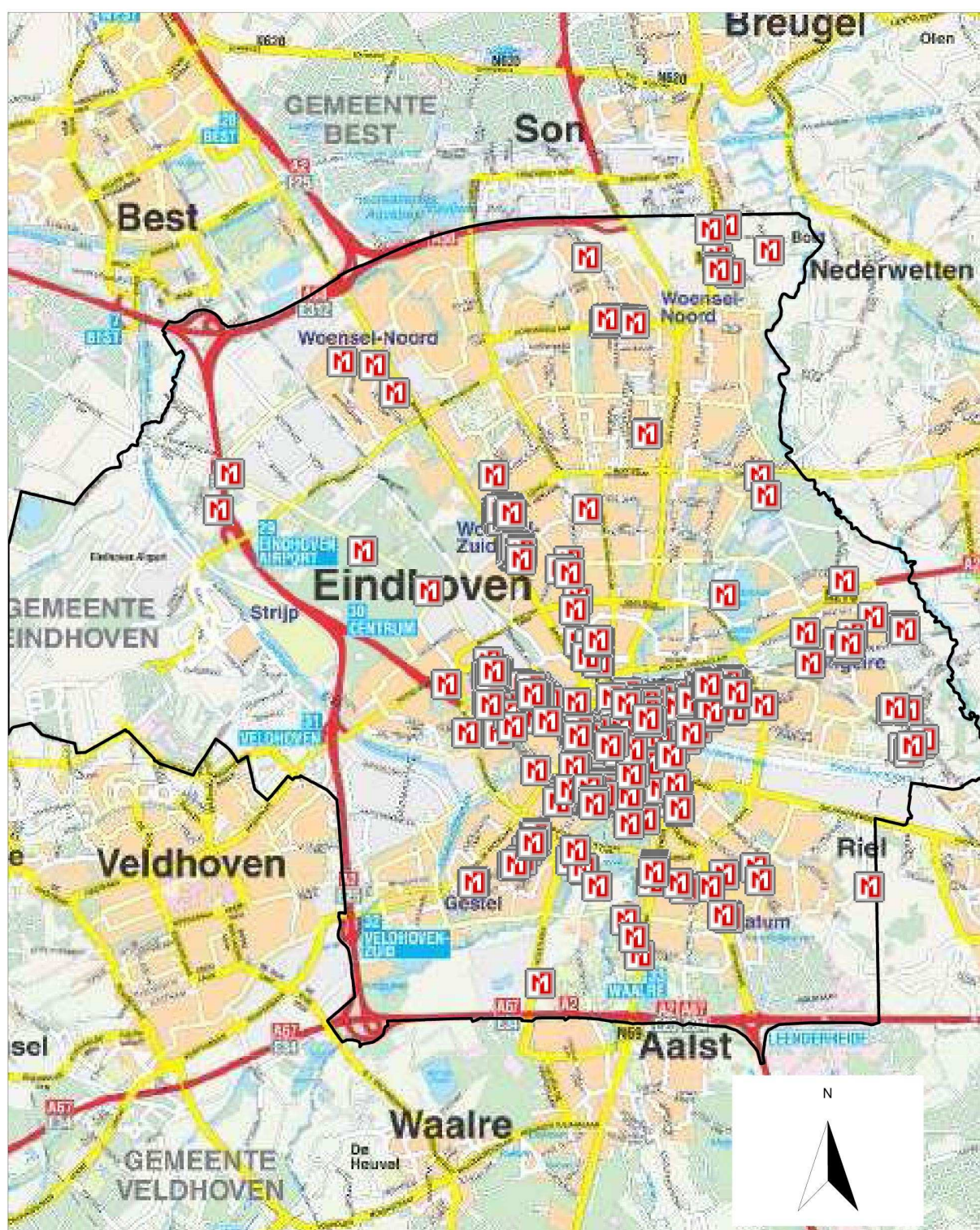
**Bijlage 2A: Cultuurhistorische structuurkaart van de binnenstad van Utrecht**



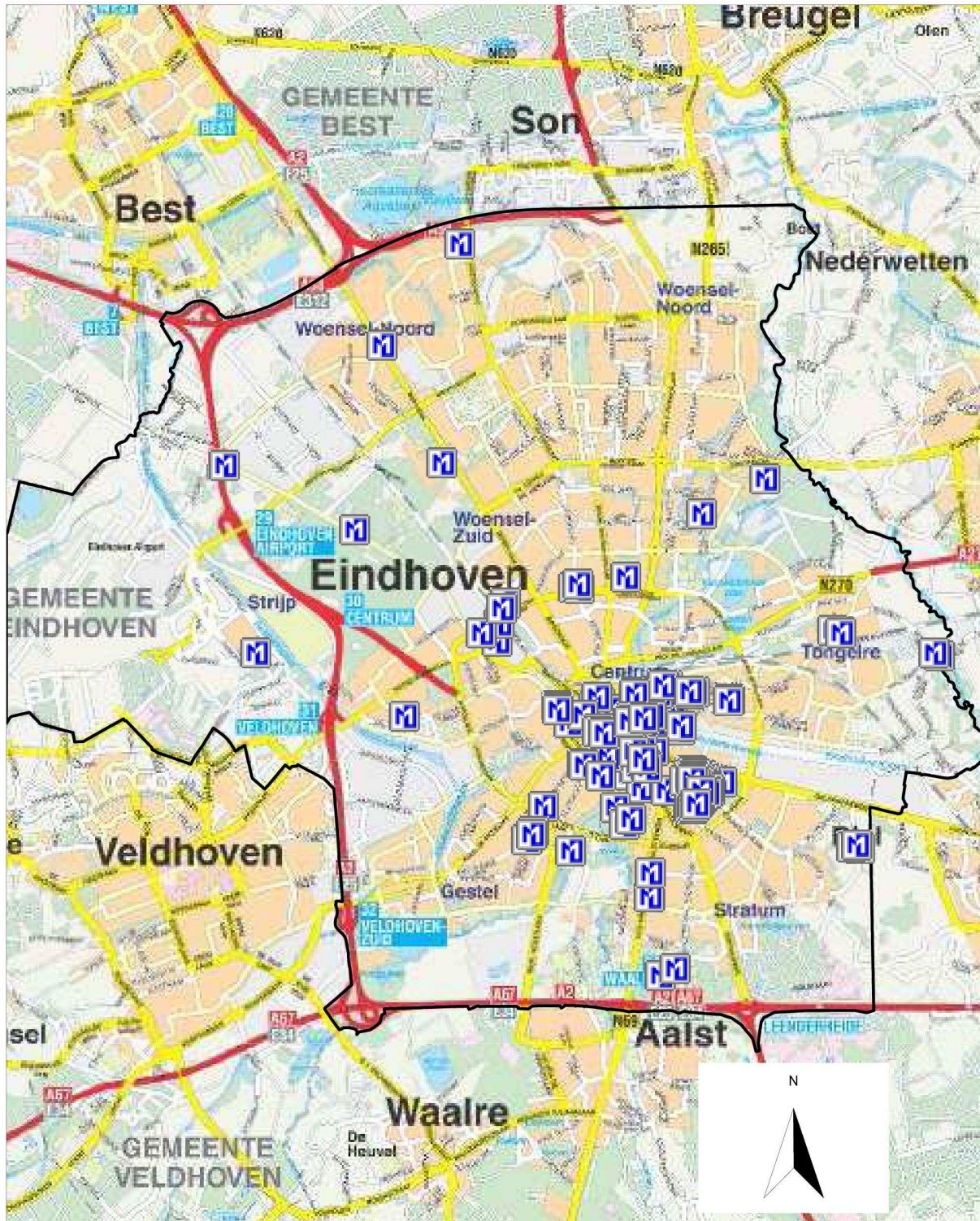
Bijlage 2B: Beschermden structuren en stadsgezichten



## Bijlage 2C: Gemeentelijke monumenten



Bijlage 2D: Rijksmonumenten gemeente Eindhoven







Bijlage 3B: Archeologische verwachtingskaart gemeente Eindhoven

