



## **Kennisdag Nederlandse Waterlinies**

**Vrijdag 21-04-2023**

**De Kazerne, Muiden (Noord-Holland)**

Op 21 april 2023 vond de tweede Kennisdag Nederlandse Waterlinies plaats. Het evenement is een initiatief van Kenniscentrum Waterlinies (KCW), Alliantie Zuiderwaterlinie (ZWL) en stichting Oude Hollandse Waterlinie (OHW). Het thema van de dag was beleefbare linies, welke via drie verschillende onderwerpen werd aangevlogen: Kennis, Storytelling en Recreatie. De facilitaire organisatie ter plekke was in handen van René Ros (KCW), met medewerking van vrijwilligers van de OHW. Wij danken de sprekers, bezoekers, vrijwilligers en medewerkers van gemeente Goose Meren voor het mede mogelijk maken van deze dag. Wij hopen u volgend jaar terug te zien op een nieuwe Kennisdag.

Hieronder volgt een samenvattend verslag van de dag.

### **Welkom**

Wethouder Erfgoed en waarnemend burgemeester Goose Meren, Nico Schimmel, trapte de Kennisdag af. In zijn toespraak benoemde hij dat het erfgoed van de waterlinies een belangrijke bijdrage kan doen aan toekomstige opgaven zoals de energietransitie en klimaatproblematiek. Op linie-rijksmonumenten kunnen bijvoorbeeld zonnepanelen worden geplaatst. Ook is het belangrijk dat er aandacht wordt geschonken aan de balans tussen beleving, toerisme en cultureel erfgoed. Zoveel mogelijk mensen moeten, op laagdrempelige wijze, kunnen genieten van het erfgoed van de waterlinies. Daarom moet toegankelijkheid tot dat erfgoed worden geborgd, bijvoorbeeld door parkeerplaatsen bij vestingsteden te verbeteren.

Dagvoorzitter Anne-Wil Maris, programma-manager van Alliantie Zuiderwaterlinie, nam het stokje over. Zij noemde de partners die deze Kennisdag mogelijk maken en gaf een korte terugblik op de eerste Kennisdag van vorig jaar. Dat was het startsein om meer te gaan samenwerken. Tot slot werd het dagprogramma geïntroduceerd.

### **Pitches: beleefbare linies in een notendop**

Aan drie bevroegen sprekers was gevraagd om hun visie te delen met betrekking tot één van de thema's in een korte pitch. Hieronder volgt een samenvatting, de volledige presentaties zijn als PDF bijgevoegd aan dit verslag.

#### **1. Professor Wim Klinkert, Nederlandse Defensie Academie – Kennis.**

Professor Klinkert stelde dat er in Nederland nog weinig wordt ondernomen op wetenschappelijk gebied met het goed bewaarde militaire erfgoed dat ons land rijk is. Professor Klinkert prees lokaal initiatief op het gebied van onderzoek en het opbouwen van netwerken. Erfgoedorganisaties kunnen daarvoor ook de hulp inroepen van studenten van bijvoorbeeld Saxxion of de Reinwardt Academie. Lokaal en regionaal opgedane kennis is vaak gecentreerd rondom objecten en levert mooie resultaten op: Fort Pannerden en onderzoek naar de inundaties rondom 's-Hertogenbosch zijn lichtende voorbeelden. Maar zijn nog kansen want de uitdagingen voor waterlinies in de toekomst zijn enorm: klimaat, energiewinning, toerisme, recreatie, het hergebruik van monumenten – het heeft allemaal invloed op water, landschap en erfgoed.

Antwoorden vinden we via kennis, niet alleen op lokaal en regionaal niveau maar ook breder, en verder kijkend dan monumenten en collecties. Er is een directe connectie nodig met de

academische wereld, die hebben de linies en stellingen nu nog niet in beeld. Waterlinies moeten structureel deel gaan uitmaken van de onderzoeks- en universiteitsagenda's en dat kan naast militair erfgoed ook op gebieden als waterstaatsgeschiedenis, flora en fauna en techniek geschiedenis. Waterlinies hebben kennis nodig om krachtig te worden en voort te kunnen bestaan, nu hun oorspronkelijke functie is verdwenen. Zo kunnen waterlinies winnen aan overtuigingskracht om bij te dragen aan de uitdagingen van de toekomst en beleid: "Kennis moet linies klaarstomen voor de toekomst."

## **2. Dr. Ondrej Mitas, onderzoeker bij de Academie voor Toerisme aan Breda University of Applied Sciences (BUAs) – Storytelling**

Welke waarde kennen mensen toe aan hun bezoek of ervaring? Dr. Mitas toonde aan dat die waarde ontstaat uit een stroom van informatie. Dat komt binnen via de zintuigen en vervolgens het bewustzijn, en uit zich in herinneringen en gedrag. Dr. Mitas stelde dat een herinnering betekenisvol wordt door de emotie die het oproept. En emoties kunnen worden gestimuleerd als er verhalen worden verteld. Welk effect dat heeft op de toeristische en recreatieve beleving van mensen, onderzoekt dr. Mitas bij BUAs in het 'experience lab', waarvoor hij projecten uitvoert in Brabant.

Wat heb je nodig voor een goed verhaal? Karakters die empathie opwekken en een spanningsboog in het verhaal. Wat betreft het eerste punt, omschreef dr. Mitas een project in Nuenen waar hij onderzoek heeft gedaan naar rondleidingen over Vincent van Gogh. Hieruit bleek dat hoopvolle verhalen over Van Gogh meer werden gewaardeerd door bezoekers dan de negatieve verhalen. Wat betreft het tweede punt noemde dr. Mitas dat uit onderzoek blijkt dat feitelijke verhalen minder aandacht trekken dan verhalen met spanning. Daarom heeft dr. Mitas meegewerkt met de nieuwe opstelling in museum De Markiezenhof in Bergen op Zoom waar een verhaal wordt verteld, waarbij in elke kamer de spanning toeneemt. Als derde punt is onderzocht hoeveel verhalen mensen kunnen verwerken. Het is belangrijk om niet te veel verhaallijnen te gebruiken, zes of zeven verhalen zijn vaak al genoeg. Tot slot is er het onderzoek naar de inzet van karakters en of deze voornamelijk mens of bijvoorbeeld ook dier kunnen zijn. Volgens dr. Mitas maakte de keuze voor het karakter geen onderscheid voor de bezoeker, en heeft dit dus geen invloed op het perspectief op het verhaal. Experimenteren met verhaalvormen, lengte, karakters en spanningsbogen zorgt dan voor nieuwe inzichten, dus raadde dr. Mitas aan om vooral te meten wat bezoekers vinden van verhalen.

De conclusie was dat het gebruik van verhalen nuttig is om erfgoed beleefbaar te maken. Dr. Mitas sloot af met een citaat van Jane Hirschfield: "Identiteit is een verhaal dat we over onszelf vertellen."

## **3. Joyce Roskamp, gebiedsmarketeer Tussen Lek en Linge – Recreatie**

Mw. Roskamp werkt als gebiedsmarketeer om toerisme en recreatie in de gemeente Vijfheerenlanden te stimuleren. Het 350-jarig jubileum van de Oude Hollandse Waterlinie en de toekenning van de status van UNESCO Werelderfgoed aan de Nieuwe Hollandse Waterlinie waren aanleiding om meer aandacht te besteden aan deze twee waterlinies.

Om de waterlinies zichtbaar en levendig te maken worden verhalen verteld, routes uitgezet en activiteiten georganiseerd. Er is een beroep gedaan op historici om de lokale geschiedenis een grote rol te geven in het aanbod. Zodoende is in samenwerking met historische verenigingen een boek gemaakt met verhalen over de waterliniegeschiedenis, en een brede selectie van fiets- en wandelroutes langs de steden, forten en dijken die ooit een militaire functie hadden. Het combineren van recreatie en kennisoverdracht brengt meer mensen in aanraking met de verhalen van de waterlinies.

Tussen Lek en Linge heeft de ambitie om de waterlinies als vast thema op te nemen in de gebiedsmarketing. Zo worden er plannen gemaakt om de fiets- en wandelroutes uit te breiden met muziek en theater, en om maquettes en films beschikbaar te maken in lokale VVV's.

## **Break-out sessies en wandeling**

De helft van de deelnemers wandelde in de Vesting Muiden en de andere helft nam deel aan drie break-out sessies over de drie onderwerpen. Na de lunch wisselden deze groepen om. In kleine groepjes kwamen de deelnemers bijeen om met een gespreksleider en de spreker van de pitches te spreken over het onderwerp, vragen te stellen en ervaringen en ideeën uit te wisselen.

### **1. Break-out sessie Kennis**

De break-outsessies over het verzamelen, bewaren en beschikbaar maken van kennis werden voornamelijk bezocht door mensen die actief zijn bij historische verenigingen, als gids op forten of in vestingsteden, en bij stichtingen die zich richten op het behoud van militair erfgoed in algemene zin. Tevens waren er enkele deelnemers die actief betrokken zijn bij restauraties van militaire infrastructuur, zowel vanuit gemeenten als partijen die de projecten realiseren.

Vanzelfsprekend hebben verschillende organisaties en functies op een verschillende manier behoefte aan kennis over de waterlinies, en gaan ze er anders mee om. Tijdens de break-outsessies kwamen er evenwel een aantal thema's herhaaldelijk aan bod.

Toegang tot originele bronnen. Deelnemers die zich bezig houden met onderzoek naar de waterlinies stuiten vaak op complicaties door de verspreiding van originele bronnen over een groot aantal archieven en collecties. Informatie over de waterlinies is te vinden in militaire archieven, provinciale en gemeentelijke archieven, kaartencollecties van musea en universiteiten, oude publicaties die soms makkelijker te vinden zijn in gedigitaliseerde Amerikaanse universiteitsbibliotheken op Google Books dan in Nederlandse archieven, en meer. Tevens hebben de veranderende gemeente- en provinciegrenzen ervoor gezorgd dat stukken over Holland soms in Utrecht liggen, en stukken over Brabant niet zelden in Holland; hierbij is ook de toenmalige staatsinrichting en militaire organisatie van invloed op de plaats waar archiefstukken worden bewaard. De digitale ontsluiting van archieven, en de vindbaarheid van documenten en publicaties is daarom van groot belang. Dat geldt ook voor het noemen van bronnen in publicaties. Dit gebeurt volgens menig deelnemer te weinig op de plekken waar juist veel mensen in aanraking komen met de kennis: in korte artikelen, op websites en op informatieborden.

Behoefte aan een onderzoeksagenda. Er ontbreekt een overkoepelende onderzoeksagenda voor de Nederlandse waterlinies, en in veel gevallen ontbreekt deze ook op het niveau van specifieke waterlinies. Dit komt deels door beperkte belangstelling vanuit de universitaire wereld, maar ook overheden hebben doorgaans geen uitgesproken historische agenda bij hun programma's ten aanzien van de waterlinies. Het is daardoor onduidelijk waar de gaten in de kennis zitten, en welke onderwerpen, regio's of thema's de moeite waard zijn om te onderzoeken. Diverse deelnemers wijzen op een beperking van lokaal onderzoek; connecties met andere lokale geschiedenis wordt vaak niet gevonden, en de relevantie van lokale geschiedenis in grotere verhalen is soms lastig te bepalen. Diverse Brabantse deelnemers prijzen de Erfgoedcafés georganiseerd door de Alliantie Zuiderwaterlinie als plaats waar ze regelmatig in contact komen met andere lokale organisaties.

Kennis delen binnen en vanuit een lokale organisatie. Deelnemers geven aan dat hun organisaties meestal een eigen collectie hebben van verzamelde werken, artikelen, boeken en kaarten. Deze zijn echter vaak alleen door leden te bekijken en raadplegen. Veel lokale kennis is ook niet gedocumenteerd. Deze wordt tijdens lezingen, rondleidingen en in gesprekken met nieuwe leden en bezoekers verspreid. Online is deze kennis niet of nauwelijks te vinden. Bij vragen van bezoekers die gidsen niet kunnen beantwoorden wordt vaak gebruik gemaakt van deze mondelinge netwerken om informatie te vinden. Een document met basiskennis over een locatie ontbreekt vaak, maar niet altijd: Natuurmonumenten heeft bijvoorbeeld uitgebreide gidsenhandleidingen voor intern gebruik. Diverse deelnemers merken op dat het schrijven van een artikel over deze kennis voor velen een te hoge

drempel is, en dat het beheer van een digitaal archief en een website binnen verenigingen vaak afhangt van één persoon die daar toevallig belangstelling (en kennis) voor heeft.

#### Het belang van kennis voor de waterlinies.

- Kennis vergroot het **draagvlak** voor behoud van het militair erfgoed door de betekenis herkenbaar te maken; het maakt van een hoop grond een vestingwerk.
- Kennis vergroot de **waarde** van een bezoek door te voorzien in een breed aanbod aan lokale en unieke verhalen over de waterlinie, en maakt forten en steden onderdeel van een nationaal verhaal.
- Kennis versterkt de **zichtbaarheid** van de waterlinies door deze te koppelen aan bijvoorbeeld een kanaal, sluis of een bestaand militair gebouw in een vestingstad.
- Kennis **verbindt** de waterlinies met lokale overheden die bij waterbeheer en klimaatadaptatie rekeningen kunnen en willen houden met (sporen van) het erfgoed.

## **2. Break-out sessie Storytelling**

De break-outsessies werden bezocht door beleidsmedewerkers, medewerkers van waterschappen, museummedewerkers en vrijwilligers bij culturele instellingen. Er werd gestart met een kort voorstel rondje, waarna deelnemers vragen konden stellen aan dr. Mitas. Ook zijn er diverse onderwerpen van discussie en tips uitgewisseld door deelnemers. Hieronder volgt een samenvatting.

1. Als hoopvolle verhalen het beste aanslaan bij publiek, hoe ga je dan om met **zware onderwerpen** op bijvoorbeeld herdenkingslocaties als Auschwitz? Bezoekers ervaren een combinatie van negatieve en positieve emoties bij hun bezoek. Aan het eind van het negatief verhaal, kun je bezoekers resoluties of lessen voor de toekomst bieden. Je wil misschien mensen aan het denken zetten of hen bewust maken van iets. Dat proces levert ook hoop op en kan met een positief verhaal eindigen. Het is dus zeker niet zo dat een verhaal niet zwaar mag zijn. Emotie is juist de motivatie voor alle geslaagde bezoeken.

Tip: lees het werk van BUAs-onderzoeker Jeroen Nawijn, via [Google Scholar](#) zijn er diverse artikelen te vinden over hoe mensen bezoeken aan concentratiekampen ervaren.

2. Hoe zit het met **historische juistheid** versus storytelling? De spanningsboog moet wel hoog worden gehouden om de aandacht bij bezoekers vast te houden. Mensen hebben meteen bij binnenkomst – zelfs in 2/10<sup>e</sup> van een seconde – een gevoel bij een plek of verhaal. Positiviteit kun je dan al overbrengen en die bepaalt de verdere ervaring. Vanuit de deelnemersgroep werd wel de voorkeur gegeven aan een lopend verhaal met karakters en spanningsboog boven een volledig feitelijk verhaal. Tip: Het positieve gevoel van bezoekers hangt ook af van gastgerichtheid: een open houding, een lach, of men zich welkom voelt.

3. Storytelling in buitengebieden, bijvoorbeeld voor waterschappen: verhalen gaan dan ook over **het heden**, zoals waterbewustzijn. Informatieborden worden veel gebruikt, maar hoe communiceer je? Je kiest een medium dat past en toont de sterke kanten van een gebied: schoonheid, natuur, architectuur. Die vorm kan ook online zijn, via social media of een website kun je verhalen (geschreven en audio) en mooie afbeeldingen delen. Belangrijk daarbij is dat je de bezoeker blijft verleiden en de aandacht vasthoudt.

4. Het is belangrijk om veel te weten van je **doelgroep**: dit is eigenlijk een startpunt. Wie wil je bereiken? Waarom? En welke vorm is daar dan het meest geschikt voor? Dat kan variëren van gidsen, een podcast, video's tot een museale opstelling. Ook kan je dan keuzes maken: een bezoeker die alles wil weten kan bijvoorbeeld met een gids mee, voor kortere feitjes kun je bordjes lezen.

Tip: een verhaal hoeft niet lineair te zijn, je kan spelen met chronologie en piekmomenten.

Tip: een verhaal hoeft niet altijd door een menselijk karakter te worden verteld. Je kunt ook kiezen

voor een gebouw, object of dier. Die zijn dan als een symbool voor het verhaal.

Tip: hoeveel verhaallijnen je kiest, is ook afhankelijk van je doelgroep en de context van het erfgoed waarmee je werkt.

5. Hoe kun je ook mensen betrekken die op het eerste gezicht **niet geïnteresseerd** zijn? Het is de vraag of dat wel nodig is. De afweging van kosten die je maakt om een nieuwe doelgroep aan te spreken, spelen daarbij een rol.

6. Het **meten** van bezoekers kan via een enquête aan het eind van het bezoek. Onderzoek dan vooral hun emoties en of zij hun bezoek zouden aanbevelen. Wanneer je e-mailadressen opvraagt, kun je op een later moment follow-up vragen stellen.

7. Waar kun je terecht met **vragen** over storytelling?

- Bij de erfgoedhuizen die in elke provincie actief zijn

- Bij BUAs en dr. Ondrej Mitas ([o.mitas@buas.nl](mailto:o.mitas@buas.nl))

- Storytellingprojecten kun je ook als stageopdracht aanbieden bij bijvoorbeeld de [Reinwardt Academie](#) (HBO Cultureel Erfgoed)

### 3. Break-out sessie Recreatie

In de twee sessies over Recreatie is door de deelnemers gesproken over het koppelen van recreatieve activiteiten en middelen aan het erfgoed van de waterlinies. Hierbij kwamen diverse aspecten ter sprake.

Voor organisatoren van recreatieve activiteiten is het belangrijk om zich niet onnodig te beperken tot hun eigen **werkgebied**, want voor recreanten zijn de grenzen van gemeenten, waterschappen, of regio's als het Groene Hart nauwelijks relevant. Door samen te werken met burens en partners in aangrenzende regio's aan de hand van grotere thema's zoals de waterlinies kan het aanbod beter aansluiten op de recreanten.

Formuleer de belangrijkste dingen die een recreant leert over het erfgoed in een **duidelijke boodschap**; hoe concreter dit voor de organisator is, hoe beter het kan worden verwerkt in de activiteiten, het promotiemateriaal en eventuele extra informatie. Houd er rekening mee dat elke folder, website, route of informatiebord voor een recreant de eerste kennismaking kan zijn met het erfgoed. Het is belangrijk dat direct duidelijk is wat het erfgoed is, en waarom het belangrijk is/was (de context). Verdiepende informatie kan daarna volgen.

Elke recreatieve activiteit heeft een **doelgroep**. De doelgroep heeft invloed op de tijd die recreanten besteden, hun mogelijkheden en bereidheid zich te verplaatsen, en hun voorkeuren wat betreft de interactie met het erfgoed (zien, beleven, lezen, etc.). Ook passen sommige middelen beter bij een bepaalde doelgroep dan anderen (online/offline). Een divers aanbod aan recreatieve mogelijkheden en daarbij passende middelen is daarom zinvol, en heeft meer effect dan pogingen om één activiteit voor iedereen interessant te maken. Dat zal namelijk waarschijnlijk niet lukken.

De relatie tussen recreatie en erfgoed is niet altijd vanzelfsprekend. Om deze herkenbaar te maken moeten vaak **(verborgen) kosten** worden gemaakt, in sommige gevallen over een langere periode. Het maken, verspreiden en vervolgens meermaals bekend maken van publicaties vereist een langdurige investering. Dat geldt ook voor het maken, plaatsen en onderhouden van markeringen op locatie – zoals routeborden en grotere informatieborden. Ook digitale middelen, zoals online routes, websites en VR-toepassingen vereisen regelmatig onderhoud om te blijven werken.

#### 4. Wandeling

De gidsen Guus Kroon (Historisch Archief Muiden) en René Ros (KCW/Doc.centrum Stelling van Amsterdam namen tweemaal een groep deelnemers mee voor een korte wandeling in de Vesting Muiden. De tips uit de drie pitches werden al zo goed mogelijk gebruikt om een beeld te geven van de vesting. Daarbij werd letterlijk en figuurlijk stilgestaan bij de zeesluis en de rol bij inundaties, het imponerende Muiderslot maar vooral de geherprofileerde oostelijke wallen van de stad. Met daarin diverse gebouwen zoals de caponnière ('Muizenfort') en de bomvrije kazerne waarin de Kennisdag plaatsvond. Vanaf de hoog gelegen wal kreeg men een goed beeld van het inundatiegebied, werden latere verdedigingswerken in de omgeving aangewezen. Maar kon ook de hoogbouw van Almere niet onopgemerkt blijven. De spanningsboog eindigde op het Vestingplein, nu vooral parkeerplaats, dat de gemeente Gooise Meren opnieuw wil inrichten.

#### Algemene terugkoppeling & conclusies

Bij de terugkoppeling werden de gespreksleiders van de break-outsessie en de sprekers gevraagd om kort te reflecteren op wat zij hebben gehoord aan discussiepunten.

Op het vlak van **Kennis** bleek er een goede link te zijn met Storytelling, zo kan informatie aan een breder publiek worden verteld. De moeilijkheid ligt daarbij in het toegang krijgen tot kennis: waar vind je informatie? Het is daarbij belangrijk om de rol van erfgoed- kennis- en beleidsorganisaties onder de loep te nemen: komt men vooral kennis halen of brengen? Een tip daarbij is om mensen te leren hoe zij zelf informatie kunnen opzoeken, en daar als organisatie een actieve rol in te spelen.

Het onderdeel **Storytelling** had als conclusie dat de inzet van verhalen om bezoekers aan te spreken zeker van nut is. Het is daarbij wel belangrijk om allereerst vast te leggen wie daarbij de doelgroep is, welke boodschap je wil overdragen en welk medium daarbij past. De grote les van dr. Mitas is dat beleving uitgaat van emotie: een bezoeker kan in een fractie van een seconde al bepalen of er een negatieve of positieve emotie wordt ervaren en deze beïnvloedt de gehele beleving. Dit betekent niet dat zware onderwerpen uit de weg moeten worden gegaan: verhalen kun je ook eindigen met inzichten en lessen die mensen bewustmaken of perspectief voor de toekomst bieden. De inzet van verhalen kan helpen die boodschap beter over te brengen, door de inzet van aansprekende karakters, een spanningsboog, één of meerdere verhaallijnen en een bijpassend medium - online of offline.

Op het gebied van **Recreatie** werd benadrukt dat het goed is om over de eigen grenzen heen te kijken. Door passende, aantrekkelijke producten aan te bieden, kun je recreanten verleiden om op pad te gaan in de regio. Belangrijk daarbij is om goed onderzoek te doen naar de doelgroep: wie of wat wil je aanspreken, wat is daarvoor nodig, hoe communiceert deze doelgroep, wat zijn faciliteiten die je moet aanbieden om hen te trekken. Overweeg ook externe expertise te betrekken bij een project en let op de (verborgen) kosten die gemaakt moeten worden.

#### Download hier de presentaties van de Kennisdag:

<https://www.kenniscentrumwaterlinies.nl/collectie/documenten/?q=Kennisdag>