

Beter beleven van erfgoed

Een onderzoek naar de informatiebehoefte over kastelen

Josephina Kuypers en Susanne Wiss

redactie Fred Vogelzang

Wijk bij Duurstede, november 2009



Nederlandse kastelenstichting

Markt 24

3961 BC Wijk bij Duurstede

T 0343 578 995

F 0343 591 403

E info@kastelen.nl

■ www.kastelen.nl

■ www.kastelenbeeldbank.nl

Serie NKS-rapporten, deel 2.

Omslag & rapportontwerp: Veronica Dénis, Nika Grafische Vormgeving.
Vormgeving: Alphons te Beek.

© Nederlandse Kastelenstichting, Wijk bij Duurstede, 2009

Inhoudsopgave

Samenvatting	■	5
Inleiding	■	9
1 Erfgoed, kastelen en het erfgoedbeleid	■	13
1.1 Erfgoed	■	14
1.2 Kastelen	■	15
1.3 Kastelen bedreigd; het ruimtelijk beleid omtrent erfgoed	■	18
1.4 Waardering en informatievoorziening	■	20
2 Het onderzoek naar de aanbodkant	■	23
2.1 Methode	■	24
2.2 Onderzoeksinstrument en dataverwerking	■	24
2.3 Zijn kastelen toe aan een nieuwe informatiegids?	■	25
2.4 De huidige informatievoorziening	■	26
2.5 De gewenste samenstelling en doel van de informatiegids	■	28
2.6 Voorwaarden en financiële haalbaarheid	■	29
3 Kasteelbezoekers en informatie	■	31
3.1 De kasteelbezoeker als toerist	■	32
3.2 Bezoekers en informatie	■	35
3.3 Informatiepresentatie aan bezoekers	■	36
3.4 Onderzoekshypothesen	■	37
3.5 Onderzoekspopulatie en referentiegebied	■	39
3.6 Dataverzamelmethode	■	40
3.7 Resultaten	■	41
3.8 Vormen van informatieverstrekking	■	44
3.9 De brede interesse van bezoekers	■	47
Bronnen & bijlagen	■	49
Bronnen	■	50
Bijlage 1 - De enquête	■	52
Bijlage 2 - Contactgegevens van geënquêteerde kastelen	■	56
Bijlage 3 - Diepte-interview	■	59
Bijlage 4 - Telefonische enquête	■	62

Samenvatting



Kasteel Amerongen. Foto Jan Derwig, 2003.

De Nederlandse Kastelenstichting heeft een onderzoek laten uitvoeren naar de behoefte onder kasteel eigenaars, -beheerders en -bezoekers aan informatievoorziening over kastelen. Daartoe is het noodzakelijk om een helder beeld te verkrijgen van de huidige marktsituatie. Deze markt bestaat zowel uit aanbieders van informatie: de kasteel eigenaren en -beheerders, als afnemers: de bezoekers van kastelen.

Daartoe is een onderzoek uitgevoerd, dat inventariseert wat er beschikbaar is aan informatie over kastelen en welke vorm deze informatie heeft. Ook is bekeken welke informatiebehoefte er bestaat onder beheerders en bezoekers. Het onderzoek is in twee delen uitgevoerd. Dit rapport geeft een overzicht van de uitkomsten. Die zijn niet alleen voor de NKS van belang; juist voor eigenaren en beheerders van kastelen bevat het belangrijke inzichten, die ondersteuning kunnen bieden bij beslissingen over de te presenteren informatie.

Opzet

Het eerste onderdeel richtte zich op de aanbodkant. De centrale vraag in dat onderzoek was: in hoeverre bestaat er behoefte onder kasteel eigenaren aan het aanbieden van informatie en hoe ziet deze behoefte eruit? Het tweede onderdeel onderzocht de vraagkant en ging uit van de probleemstelling: in hoeverre bestaat er bij bezoekers van Nederlandse kastelen behoefte aan informatie en zo ja in welke vorm(en) moet hierin worden voorzien? Al snel bleken gidsen de belangrijkste vorm waarin de informatie over kastelen werd gepresenteerd. Daarop heeft het onderzoek zich dan ook gericht. Het onderzoek heeft een theoretisch en empirisch kader. Het theoretisch kader geeft inzicht in de maatschappelijke belangstelling voor erfgoed en in het bijzonder voor kastelen. Aan de hand van deze informatie kan worden geconcludeerd dat erfgoed steeds meer in de belangstelling staat. Dit vindt op meerdere manieren zijn weerslag, onder meer in een toename van het bezoek aan erfgoedobjecten, zoals kastelen. De belangrijkste conclusies uit het onderzoek zijn gesplitst naar de aanbod- en vraagkant.

Vanaf de jaren '90 vond er een belangrijke omslag plaats in de erfgoedsector: van een objectgerichte aanpak naar een omgevings-/contextgerichte aanpak. Achterliggende oorzaak is de toename van grootschalige ruimtelijke projecten. Deze tasten de oude landschappelijke structuren aan. Om de historische ruimte te bewaren en beleefbaar te maken, is het onvoldoende om alleen een object in stand te houden. Waarde wordt juist gehecht aan de context, het object behoudt zijn betekenis slechts als integraal deel van de omgeving. Dit komt ook tot uitdrukking in het Belvederebeleid, waarin cultuurhistorische waarden een belangrijke rol spelen in de planvorming. Niet alleen biedt dit aanknopingspunten voor bescherming, het historische kan ook dienen als inspiratiebron. Nieuwe gidsen zouden dus zeker aandacht aan de omgeving van het kasteel moeten besteden. De maatschappij is op zoek naar belevingen. Ook de kastelen kunnen zich hier niet aan onttrekken. Met verschillende presentatietechnieken wordt geprobeerd bezoekers te lokken. De trend naar beleving is ook merkbaar in de informatieverzorging, voornamelijk op het internet. Experts vrezen dat de nadruk op entertainment de authenticiteit van kastelen aantast en de educatieve rol beperkt. De aandacht op beleving kan ook worden ingezet om de context van het object een grotere rol te laten spelen. Die vergroot de belevingswaarde.

De aanbodkant

Om de eerste onderzoeksvraag te beantwoorden, is gekozen voor diepte-interviews met de kasteel eigenaren. Op deze manier zijn achterliggende gedachten en attitudes in kaart gebracht. In totaal zijn acht interviews afgenomen. Voor een goede ruimtelijke spreiding over Nederland zijn nog eens 22 telefonische enquêtes afgenomen. Daaruit blijkt dat de informatiegids nog steeds, ook in ons digitale tijdperk, een belangrijk onderdeel van de informatieverzorging van de Nederlandse kastelen vormt. Van de kastelen beschikt 73% over een informatiegids. 77% geeft aan dat er vraag is vanuit de markt. De bestaande gidsen hebben veel inhoudelijke overeenkomsten. De huidige inhoud is vooral gericht op bouw- en bewonersgeschiedenis. Gevraagd naar de gewenste inhoud van een nieuwe reeks, wil men die vooral laten overeenkomen met het bestaande aanbod. Op eventuele opname van contextinformatie over het kasteel wordt met twijfel gereageerd.

Financieel zijn de meeste kastelen afhankelijk van subsidie, sponsoring en fondsen voor het produceren van informatiegidsen. De kastelen blijken zeker bereid om zich in te spannen voor het maken van een informatiegids, die als zeer waardevol wordt ervaren. Het produceren binnen een reeks wordt als een meerwaarde ervaren. Het

voortouw moet echter door een externe partij worden genomen. Belangrijk is om te overleggen over het concept, de samenwerkingsvorm, de vormgeving en de kosten. Iets meer dan de helft van de kastelen (52%) geeft aan in principe te willen participeren in de reeks, een kwart van de kastelen laat de beslissing afhangen van het uiteindelijke concept. Van de benaderde kastelen geeft slechts 17% aan niet mee te willen werken aan een landelijke kastelenreeks.

Hiermee is aangetoond dat er vanuit de kastelen behoefte bestaat aan informatie, met name in de vorm van gidsen. Gidsen in een reeks hebben een grotere herkenbaarheid en bereiken een groter publiek. Daarom is participatie ook interessant voor kastelen die reeds over een eigen uitgave beschikken.

De voorkeur van de kasteel eigenaren gaat uit naar een moderne, full colour gids die rond de 5 euro kost. De gids moet laagdrempelig zijn. Eenvoudig te lezen, handzaam en leuk om als aandenken in de boekenkast te zetten. Met betrekking tot de lay-out is het van belang dat de eventuele huisstijl van de kastelen wordt gerespecteerd. De reeks dient te laten zien dat er sprake is van een samenwerkingsverband.

De reeks zou kunnen beginnen met afleveringen over enkele grotere publiekscastelen. Kleinere kastelen kunnen zich in een later stadium aansluiten. Kastelen met een museale of horecafunctie leggen hun prioriteiten minder zwaar bij hun 'kasteel zijn'. Zij zijn niet ongenegen te participeren in een landelijke reeks, maar vragen om voldoende flexibiliteit in de opzet daarvan om ook hun specifieke functies te kunnen presenteren.

De vraagkant

Voor het onderzoek naar de behoefte aan de zijde van het publiek zijn 106 enquêtes afgenomen onder bezoekers van kastelen. Daaruit kan het volgende geconcludeerd worden. Ruim 92 procent van de bezoekers gaf aan behoefte te hebben aan informatie over het kasteel.

Deze informatiebehoefte is bij verschillende typen bezoekers aanwezig. De behoefte aan informatie ontstaat bij de meeste bezoekers tijdens het bezoek. Bezoekers van kastelen maken bij voorkeur gebruik van de gratis vormen van informatieverstrekking. Daarnaast volgt een groot gedeelte van de bezoekers een rondleiding en wordt een informatiegids gekocht. Onderwerpen die bezoekers graag terug zien in een gids zijn (bewoners)geschiedenis, bouwstijl en informatie over de tuin en/of het park van het kasteel.

Bezoekers geven aan de gids bij voorkeur te kopen bij het kasteel zelf. Dit sluit volledig aan bij het tijdstip waarop de meeste bezoekers aangaven behoefte te hebben aan informatie: tijdens het bezoek aan het kasteel. De omvang van de gids zien de meeste bezoekers graag tussen 15 en 30 bladzijden. Dit komt redelijk overeen met de vroegere reeks van informatiegidsen van de Nederlandse Kastelenstichting. De door het publiek geadviseerde prijs voor de informatiegids ligt rond de 5 euro.

De inhoud van de informatiegids kan het beste worden gebaseerd op de onderwerpen waarvan bezoekers hebben aangegeven de meeste interesse in te tonen. Zoals al eerder genoemd zijn dit bouwstijl, (bewoners) geschiedenis en informatie over de tuin en/of het park. Ook wordt aangeraden voldoende illustraties in de gids op te nemen.

Conclusie

Naar aanleiding van de resultaten van dit onderzoek concludeert de Nederlandse Kastelenstichting dat er duidelijk behoefte is aan informatie over kastelen, zowel bij de eigenaren/beheerders van kastelen als bij bezoekers.

Wat betreft de vorm en inhoud van de reeks zijn er de volgende zaken aan het licht gekomen. Naast de geboden gratis informatie is er behoefte aan een goedkope, aantrekkelijk vormgegeven en geïllustreerde gids die met name tijdens het bezoek wordt gebruikt. De informatie dient in ieder geval de geschiedenis, het gebouw en de bewoners toe te lichten. De gids kan in een landelijke reeks zijn opgenomen, waardoor de herkenbaarheid vergroot wordt. De opzet van een eventuele reeks moet flexibel genoeg zijn om zowel de eigen huisstijl als afwijkende functies van kastelen ruimte te bieden. Kastelen zijn bereid mee te werken aan de totstandkoming van een dergelijke reeks, mits een derde partij het voortouw neemt. Het verkrijgen van subsidies en sponsorinkomsten is belangrijk voor de financiering.

Inleiding



Kasteel Heeswijk. Foto Jan Derwig, 2003.

Na het grote succes van vorig jaar organiseerde de Nederlandse Kastelenstichting dit jaar voor de tweede keer, op Tweede Pinksterdag, de 'Dag van het Kasteel'. Op deze dag waren tachtig kastelen opengesteld voor het publiek. Op verschillende kastelen werden extra activiteiten georganiseerd, bijvoorbeeld muziek en living history; waar mensen een levendig beeld kregen van de geschiedenis en deze ook konden beleven (Nederlandse Kastelenstichting, 2009a). 'Belevenissen' dat is waar de huidige samenleving naar op zoek is. Zo ontstaat ook binnen de erfgoedsector een groeiende belangstelling naar beleving van de geschiedenis. Lowenthal (2006, p. 168) verwoordt dit als volgt: 'The aim of the experience is to show heritage, unlike history, alive and kicking.'

Belangstelling voor cultuurhistorisch erfgoed is zowel merkbaar in de samenleving als in de wetenschap. Niet alleen binnen de historische en culturele wetenschappen, maar vanaf de jaren '90 van de vorige eeuw ook binnen de geografie. De komst van de culturele geografie is een gevolg van die grotere aandacht voor culturele invloeden op de ruimte. Het menselijk handelen kan niet los worden gezien van emoties. Mensen zoeken naar een identiteit. Een duidelijke herkenbare leefomgeving kan hierbij een rol van betekenis spelen. De klacht groeit dat Nederland zou 'verrommelen'. De ruimte wordt eenvormig, waardoor lokale identiteiten verdwijnen. Binnen deze setting past een toenemende belangstelling voor erfgoed. Erfgoed, zo verbonden met het eigene van een locatie, biedt kansen voor verbinding en identiteitsvorming van mensen (Van Gorp, 2003, pp. 34-39; Nota Ruimte, 2004).

Erfgoed wordt van oudsher bestudeerd vanuit historisch perspectief, maar steeds meer geografen en planologen tonen interesse voor dit onderzoeksveld (Schoorl, 2005; Ashworth & Kuipers, 2004). Kwaliteitsverbetering van de leefomgeving staat binnen de planologie hoog op de agenda. Het inpassen en zichtbaar maken van erfgoed biedt mogelijkheden voor deze kwaliteitsverbetering. Steeds vaker wordt gepoogd om cultuurhistorische elementen in de plan- en besluitvorming in te passen (Feijter, 1998; Van Gorp, 2003, pp. 37-39; Nota Belvedere, 1999; Nota Ruimte, 2004).

De toenemende interesse van de planologen hangt samen met de omslag van object- naar contextgerichte monumentenzorg. Vogelzang (2009) beschrijft de verandering in de monumentenzorg vanaf de jaren '90 van een objectgerichte naar een integrale erfgoedbenadering, waarin zowel het object als omgeving als waardevol worden gezien. Zonder omgeving verliest een object haar betekenis. Het is de biotoop van een monument waar het tegenwoordig in de monumentenzorg om draait (Ronnens e.a., 2006, p. 9).

Met de stijgende belangstelling van zowel deskundigen als leken is de communicatie over erfgoed van toenemend belang. Hoe brengt men kennis en informatie van erfgoed over op het grote publiek? Het voorliggend onderzoek bestudeert het cultuurhistorisch erfgoed vanuit een geografisch-planologische invalshoek. Het empirische gedeelte heeft betrekking op het geografisch communicatieve onderzoeksveld, specifiek de informatieverzorging van kastelen.

Het onderzoek vond plaats in opdracht van de Nederlandse Kastelenstichting. De stichting zet zich in voor het behoud van de Nederlandse kastelen, de historische buitenplaatsen en hun omgeving. Belangrijk is de bijzondere leerstoel Materiële cultuur van de Middeleeuwen, in het bijzonder de Kastelenkunde, kortweg Kastelenkunde, aan de universiteit van Leiden. De NKS is het landelijk expertisecentrum voor kastelen en initieert, begeleidt en publiceert wetenschappelijk onderzoek naar kastelen en buitenplaatsen. Centraal daarin staat het beheer van een groot documentatiecentrum en de vorming van een integrale databank met alle gegevens over de Nederlandse kastelen. Daarnaast brengt de stichting educatief materiaal en op een breed publiek gerichte publicaties op de markt. Ook komt zij op tegen bedreigingen van kastelen, die zich in allerlei aard voordoen. Tevens worden er voor de begunstigers excursies georganiseerd.

Bij de publieksfunctie hoort onder meer de informatievoorziening over kastelen. Vaak neemt dit de vorm aan van een gids. Daarom is dit een belangrijk deel van dit onderzoek. Hier voor is een marktverkenning nodig. Deze is opgesplitst naar de aanbodkant, vertegenwoordigd door de kastelen, en de vraagkant; de bezoekers van kastelen.

De hoofdvraag aan de aanbodzijde was: in hoeverre bestaat er een behoefte onder kasteel-eigenaren naar een informatiegids en hoe ziet deze behoefte eruit? Die hoofdvraag werd operationeel gemaakt door de volgende deelvragen:

1. Hoe ziet de huidige informatieverzorging eruit? Geven kastelen zelf al informatiegidsen uit?
2. Wat voor soort informatie zien kasteel-eigenaren graag terug in een informatiegids en met welk doel willen ze de gidsen verstrekken?
3. In hoeverre zijn de kastelen in staat om de informatiegids zelf te financieren?

Het onderzoek over de behoefte aan de zijde van het publiek ging uit van vier deelvragen.

1. Is er sprake van informatiebehoefte onder bezoekers?
2. In hoeverre is er sprake van een verschil in informatiebehoefte per type bezoeker?
3. Hoe worden de verschillende vormen van informatieverstrekking gewaardeerd door bezoekers van kastelen?
4. Op welke onderwerpen concentreert zich de informatiebehoefte van bezoekers aan Nederlandse kastelen?

Onderzoeksopzet

Het begrip erfgoed is veelomvattend en kan vanuit verschillende kanten worden benaderd. Voor dit onderzoek geldt dat de eerste afbakening binnen het cultuurhistorisch erfgoed door de opdrachtgever is gemaakt. Het onderzoek heeft betrekking op bouwhistorische objecten en hun omgeving, specifiek de Nederlandse kastelen. Andere bouwhistorische objecten worden buiten beschouwing gelaten.

Hierbij moet worden opgemerkt dat over de definitie van de term 'kasteel' geen overeenstemming bestaat. De oorsprong van het woord kasteel ligt in de negentiende eeuw. In de Middeleeuwen sprak men van een veste, huis, slot of borg (Kylstra-Wielinga, 1999, p. 7). In dit onderzoek wordt een kasteel gedefinieerd als zijnde: 'een middeleeuws gebouw, in eigendom van een heer, dat diende ter verdediging en als woning (Kylstra-Wielinga, 1999, p.7).'

De Nederlandse Kastelenstichting is er voor alle kastelen in Nederland. Het is echter onmogelijk om alle Nederlandse kastelen in dit onderzoek op te nemen. Er is een selectie gemaakt op basis van functie, toegankelijkheid en ruimtelijke spreiding. Om praktische redenen is er voor het afnemen van interviews zo veel mogelijk gekozen voor kastelen in de nabijheid van Utrecht. Om toch een representatieve steekproef te verkrijgen zijn er ruimtelijk gespreide telefonische enquêtes gehouden.

Het onderzoek bestaat uit twee delen; een literatuurstudie en een empirisch gedeelte. Het empirische gedeelte behelsde diepte-interviews met kasteel-eigenaren, -beheerders en -medewerkers, telefonische enquêtes, gesprekken met bezoekers aan kastelen en door kasteelbezoekers ingevulde vragenlijsten.

1 ■ Erfgoed, kastelen en het erfgoedbeleid



Huis Dever. Foto Jan Derwig, 2003.

In dit hoofdstuk wordt de vraag naar de behoefte aan informatie over kastelen geplaatst in een bredere context van historisch en geografisch erfgoed. Als eerste worden het begrip en het belang van erfgoed voor de samenleving beschreven. De tweede paragraaf gaat in op het fenomeen kasteel; de definitie, ontwikkeling en het gebruik van kastelen. De derde paragraaf beschrijft de bedreigingen van kastelen en het ruimtelijk beleid omtrent erfgoed. Voordat deze punten aan de orde kunnen komen is het allereerst noodzakelijk om het begrip erfgoed helder voor ogen te krijgen.

1.1 Erfgoed

Het begrip erfgoed wordt op veel verschillende manieren gebruikt en gedefinieerd. Zo hanteert Erfgoed Nederland de volgende definitie: 'de door verschillende generaties overgedragen materiële (objecten) en immateriële cultuuruitingen van een samenleving.' Daarmee wordt erfgoed het culturele kapitaal of creatief vermogen van een (groep in de) samenleving. (Erfgoed Nederland, 2009). Voorbeelden van materiële cultuuruitingen zijn kastelen en historische binnensteden. Onder immateriële aspecten worden verhalen, tradities en mythes geschaard (Aplin, 2002, p. 12).

Graham e.a. (2000) begrijpt onder erfgoed het hedendaags gebruik van het verleden. Erfgoed is een sociale constructie en wordt bepaald door culturele en economische praktijken (Graham, 2002, pp. 1003-4). Andere onderzoekers, onder wie Lowenthal (1998) en Van Gorp (2009) omschrijven erfgoed als: 'Sporen uit het verleden die men op dit moment waardevol vindt.' Het bepalen van wat erfgoed is, wordt daarmee een daad, een bewuste keuze. Iets dat dreigt te verdwijnen, wordt door een groep van een betekenis voorzien, verkrijgt waarde om behouden te worden. Deze keuze vormt mede de identiteit van de groep. 'Wij zijn de mensen die dit om een specifieke reden belangrijk vinden'.

Bij het bepalen van erfgoed is de betekenis, het verhaal en de emotie bepalend voor de waarde die aan een materieel object wordt gegeven. De waarde die wordt toegekend is bepalend voor de selectie uit het grote geheel van historische overblijfselen (Graham, 2002, p. 1004; Paulson, 2007, p. 16). Erfgoed is een proces van creatie en herkenning, selectie en erkenning, om het verleden te vieren maar ook om pijnlijke momenten te vergeten (Lowenthal, 2006, p. 148; Ashworth & Howard, 1999, p. 21). De waarde kan zowel bepaald worden door esthetische, economische, historische als identiteitsargumenten.

Wat er onder erfgoed wordt verstaan is hierdoor zeer divers. Erfgoed wordt zowel tussen als binnen culturen verschillend geïnterpreteerd. Mensen geven erfgoed betekenis door het te consumeren en tegelijkertijd zelf te produceren middels sociale interacties. Dit kan worden verwoord binnen het concept 'circle of representation' van Hall (1997). Het proces is altijd in beweging, waardoor de opvattingen over erfgoed door de tijd heen veranderen (Graham e.a., 2000, p. 23; Graham, 2002, p. 1004). Daarnaast hebben verschillende groepen verschillende opvattingen over wat erfgoed is. Individuen definiëren hun erfgoed weer anders dan groepen (Erfgoed Nederland, 2009).

Erfgoed verschilt van geschiedenis, hoewel ze allebei iets proberen te zeggen over het verleden. 'Het verleden' is altijd een interpretatie, volledig kennen of controleren is onmogelijk. Door middel van (wetenschappelijk) bronnenonderzoek probeert de geschiedenis inzicht te krijgen in historische gebeurtenissen. De wetenschap is op zoek naar een waarheidsgetrouwe weergave van het verleden. In tegenstelling tot de geschiedenis heeft erfgoed niet de pretentie om de waarheid boven tafel te krijgen. Het geloof in het verhaal staat centraal, plausibiliteit in plaats van authenticiteit (Lowenthal, 1998, pp. 165-167). Zoals eerder genoemd, wordt erfgoed bewust gevormd, bijvoorbeeld in de vorm van nieuwe tradities en verhalen (Osborne, 2001; Van der Laarse, 2005, p. 17).

De betekenis van erfgoed kan worden onderverdeeld in een aantal aspecten. In de literatuur wordt vaak een onderscheid gemaakt tussen 1. economische, 2. sociale en 3. politieke betekenissen van erfgoed (Graham e.a., 2000; Ronnes, 2006b). Van Gorp (2003) voegt hier 4. de wetenschappelijke betekenis aan toe.

1. De economische betekenis van erfgoed kent verschillende facetten. Een van de belangrijkste de economische mogelijkheden voor de toeristische sector. Met de opkomst van de beleveniseconomie zijn er vele kansen om erfgoed te vermarkten. Mensen zijn op zoek naar een 'heritage experience'. Men is bereid voor de beleving te betalen in de vorm van entreegeld, parkeergeld en souvenirs (Van Gorp, 2003, p. 23). Door het centraal stellen van de beleving krijgen de consumenten een richtinggevende en structurerende rol binnen de erfgoedsector (Rennes, 2006b, pp. 26-27).
Naast dit directe gebruik wordt erfgoed indirect gebruikt voor promotie, economische ontwikkeling en stedelijke en rurale beleidsvorming. Erfgoed kan bepalend zijn voor het imago van een plaats. De aanwezigheid van erfgoed kan bijdragen aan een aantrekkelijk vestigingsklimaat (Aplin, 2002, pp. 16-17).
2. Erfgoed voorziet in de sociale behoefte van mensen aan herkenning, erkenning en waardering. Erfgoed draagt bij aan het 'cultureel burgerschap'. Het geeft inzicht in achtergronden van anderen en kan leiden tot meer begrip, respect en waardering voor de ander. Erfgoed geeft karakter aan de directe woonomgeving en biedt mensen de mogelijkheid tot identificatie met de leefomgeving. Plaats en tijd krijgen betekenis. Een bekende achtergrond biedt mogelijkheden voor een toekomstvisie (Ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap, 2008, p. 2).
Bij de identificatie en betekenisgeving spelen drie factoren een rol: esthetische beleving, *genius loci* en de (culturele) identiteit. De esthetische beleving heeft betrekking op de waarde die de gebruiker aan het erfgoed geeft. Dit is persoonlijk en afhankelijk van smaak, interesse en kennis. *Genius loci* is het bijzondere, karakteristieke van de plaats. In de huidige samenleving standaardiseert de cultuur. Als reactie hierop willen mensen zichzelf en hun omgeving onderscheiden. Het wij-zij gevoel wordt hierdoor versterkt. Omdat mensen deel uitmaken van verschillende groepen met hun eigen erfgoed, hoeft dit geen fragmenterende werking te hebben. De gevormde culturele identiteiten zorgen voor verbinding van zowel individuen (individuele oriëntatie) als groepen (collectieve socialisatie). (Rennes, 2006b, pp. 28-29; Erfgoed Nederland, 2009; Van Gorp, 2003, p. 23).
3. Menselijke praktijken geven betekenissen aan ruimte, locaties en daarmee ook aan erfgoed (Jayne, 2006). Zoals eerder genoemd, is erfgoed een constructie en per definitie een selectie. De selectie vindt enerzijds (gedeeltelijk) ongestuurd plaats. Zaken die zonder bewuste keuze zijn overgeleverd, kunnen door hun aanwezigheid een plek veroveren in het onderbewuste van de lokale bevolking. Als ze dreigen te verdwijnen roept dat een tegenbeweging op. Dan wordt de bevolking zich bewust van de betekenis. Dit zou erfgoed vanuit de wortel genoemd kunnen worden.
Anderzijds wordt soms expliciet iets tot erfgoed gemaakt. De overheid besluit bewust een bepaalde maatschappelijke boodschap te willen uitdragen. Voorbeeld van politieke keuzes zijn nationale symbolen, zij zorgen voor het versterken van het zelfbeeld van de groep en daarbij ondersteunen ze de legitimiteit van het gezag (De Graaf e.a., 2009, p. 5; Rennes, 2006b, pp. 28-29; Erfgoed Nederland, 2009; Van Gorp, 2003, p. 23). Dit is erfgoed vanuit de top. Niet altijd slaat dit aan. De politiek heeft echter formele mogelijkheden om erfgoed te creëren. Door het opstellen van de wet- en regelgeving betreffende de bescherming van erfgoed oefent zij invloed uit op de erfgoedpraktijk. Zeker in de ruimte geldt dat sterk. Nederland is bij uitstek een cultuurlandschap, waar de overheid kan bepalen dat de ruimtelijke planning rekening dient te houden met het bestaande erfgoed.
4. Tot slot ligt de wetenschappelijke betekenis van erfgoed in de informatievoorziening. Erfgoed kan zowel onderwerp van studie zijn in bijvoorbeeld erfgoedstudies, als informatiebron voor wetenschappelijke studie, zoals kunstgeschiedenis en erfgoedplanologie (Van Gorp, 2003, p. 24).

1.2 Kastelen

Kastelen zijn onderdeel van ons erfgoed. De verschillende betekenissen van erfgoed hebben ook betrekking op kastelen. In deze paragraaf ligt de nadruk op de wetenschappelijke betekenis van het kasteel als erfgoed. Sinds 1964 bestaat de bijzondere leerstoel Kastelenkunde. De leerstoel wordt op dit moment op de Universiteit van

Leiden door Hans L. Janssen bekleed. Hij is specialist op het gebied van middeleeuwse kastelen. In het standaardwerk *1000 jaar kastelen in Nederland; functie en vorm door de eeuwen heen*, dat onder zijn leiding tot stand kwam, staat de ontwikkeling van de kastelen en de belangstelling ervoor centraal. Deze paragraaf is grotendeels gebaseerd op deze publicatie.

Om kastelen in een wetenschappelijk perspectief te kunnen plaatsen is het essentieel om inzicht te hebben in de definitie van een kasteel. Wat is een kasteel precies? Kastelen worden door de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed ondergebracht in de categorie 'gebouwd erfgoed.' Hieronder vallen ondermeer historische woonhuizen, boerderijen, burchten, kerken, kloosters, parken en tuinen (RCE, 2009).

Wat maakt een kasteel een kasteel? Er bestaan vele verschillende definities van het begrip 'kasteel'. Het belangrijkste herkenningspunt is de combinatie van de functies 'wonen' en 'verdediging'. Deze twee functies komen altijd in de definities naar voren. Janssen (1996) omschrijft een kasteel als volgt:

'Het kasteel is de versterkte residentie van een heer; het verschijnsel is onverbrekkelijk verbonden met de feodale maatschappijvorm, zoals die in de Middeleeuwen in Europa voorkwam. Als versterking is het een private defensieve structuur, die door een heer en zijn familie met enige dienaren en vazallen wordt bewoond en kan worden verdedigd. Het kasteel moet onderscheiden worden van communale, meestal van het centrale gezag uitgaande, versterkingen.'

De woonfunctie varieerde van een adellijke familie met een paar dienaren tot een hele hofhouding en militair garnizoen. De verdedigbaarheid van het kasteel moet in middeleeuws licht worden bekeken, waarbij het in Nederland meestal draait om grachten, bruggen en muurdikten. De mate waarin de functies wonen en verdediging zich onderling verhouden, is zeer verschillend, van 95% bewoning tot 95% defensie. De verdeling wonen/verdediging is afhankelijk van verschillende factoren, waaronder de financiële situatie en de sociale positie van de eigenaar (Janssen e.a., 1996, pp. 15-17; Kylstra-Wielinga, 1999, p. 7).

In de Middeleeuwen bestonden er verschillende soorten benamingen voor kastelen, grotendeels ingedeeld naar functie. Voorbeelden zijn: sterk huis, slot, burcht, borg of veste. Deze verschillende benamingen komen nog steeds terug in het hedendaagse beeld van kastelen. Dit is niet verwonderlijk aangezien het begrip kasteel pas sinds de negentiende eeuw in gebruik is (Kylstra-Wielinga, 1999, p. 7).

In Nederland is in de wetenschap vooral gefocust op de morfologische ontwikkeling van kastelen. De sociale, economische en bestuurlijke functies van middeleeuwse kastelen heeft minder aandacht gekregen (Janssen e.a., 1996, p. 17). In Engeland is recent de aandacht verschoven naar de context van het kasteel, waarbij de betekenis van het kasteel voor het landschap, de sociale en culturele achtergronden en de maatschappij veel meer op de voorgrond treedt. Dit leidt ertoe dat de betekenis van een kasteel verder gaat dan alleen een historisch object. Liddiard (2005) bijvoorbeeld brengt naar voren dat het middeleeuwse kasteel voornamelijk was bedoeld als statussymbool en in mindere mate voor de verdediging en oorlogsvoering. Door zorgvuldige plaatsing in het landschap verkreeg een kasteel de juiste uitstraling en wekte de indruk van sociale macht en militaire kracht.

De eerste bouwwerken die tegenwoordig onder de definitie van een kasteel vallen, verschijnen na circa 850 na Chr. Het zijn de zogenaamde ringwalburchten. Na het uiteenvallen van het Karolingische Rijk ontstaat er een behoefte aan extra bescherming tegen aanvallen van indringers, onder andere de Noormannen. Technische ontwikkelingen zorgen ervoor dat er steeds nieuwe varianten van het kasteel ontstaan. Een tweede factor die zorgt voor variatie is de verscheidenheid van functies van de kastelen.

De ontwikkeling van een steeds sneller, wendbaarder en mobieler geschut zorgt ervoor dat in het midden van de vijftiende eeuw een einde komt aan de bouw van kastelen in Nederland. Kastelen verloren hun militaire functie. Men gaat over op grote artillerieforten, bastions en forten. Hierin is de woonfunctie geheel verdwenen en het concept van het middeleeuwse kasteel, waarin wonen en verdedigen zijn gecombineerd, losgelaten (Janssen e.a. 1996, pp. 106-112).

Naast de beschermende functie had het kasteel een economische functie. Het omliggende land werd gebruikt voor agrarische doeleinden, de boeren produceerden voor de landheer en de kasteelbevolking. Bovendien trok het kasteel bedrijvigheid aan in de vorm van ambachtslieden. Door deze aantrekkingskracht ontstonden er in

de buurt van kastelen nederzettingen (Kylstra-Wielinga, 1999, p. 15). De kasteel-eigenaren hadden eveneens een lokale bestuursfunctie, als bewaarder van orde en rust. In grotere kastelen kwam hier de taak van rechtspraak en bestuur van het gebied bij. Naarmate het kasteel groter was, werd ook de culturele en maatschappelijke functie groter. Na 1500 verbleekte de verdedigende functie van de kastelen. Het kasteel bleef wel van groot belang als maatschappelijk, economisch en bestuurlijk centrum. Lange tijd is het bezit van een kasteel een voorwaarde geweest voor beschrijving in de ridderschap en toelating tot de Statenvergaderingen der gewesten. Juist naar deze functies en betekenissen van kastelen is in Nederland nog weinig onderzoek gedaan (Kylstra-Wielinga, 1999, p. 15).

Hoewel het kasteel zijn militaire functie in de loop van de tijd verloor, werd lange tijd nog wel gebouwd naar de middeleeuwse voorbeelden met torens en grachten. Vanaf 1600 beginnen rijke adel en hoogstaande burgers met het bouwen van prestigieuze woningen in de vorm van landhuizen, ook wel buitenplaatsen genoemd. Een buitenplaats wordt gedefinieerd als een buitenverblijf met een bijbehorende tuin of park en bijgebouwen. De functie van een dergelijke buitenplaats kon zowel recreatief (rust en ruimte) als economisch (agrarische exploitatie) zijn (Kylstra-Wielinga, 1999, pp. 10, 29-31).

Kastelen komen overal in Nederland voor, vaak in regionaal kenmerkende soorten en maten. Ook de bouw in tijd verschilt per regio. Ringwalburchten komen voornamelijk voor in Zeeland en in het oosten van het land. In Groningen en Drenthe komen weinig kastelen voor, de grootste concentratie bevindt zich in de provincies Utrecht, Friesland en Gelderland (Kylstra-Wielinga, 1999, p. 15; Kempen & Hom, 2005; Noomen 2009).

Kastelen spreken tot de verbeelding, ze hebben een romantische, stoere uitstraling. Daarnaast bieden ze mogelijkheden voor hergebruik. Kastelen als onderdeel van ons erfgoed dragen bij aan ons welbevinden en verhogen de kwaliteit van het landschap. Met de hernieuwde aandacht voor het kasteel groeit eveneens de aandacht voor de historische context van het kasteel (Kempen & Hom, 2005, p. 3).

Al in de vroegmoderne tijd werden kastelen opengesteld voor publiek en dat is tot op heden zo gebleven. Een groot deel van het publiek richt zich niet specifiek op het kasteel zelf, als wel op de gebeurtenis die daar plaatsvindt. Voorbeelden zijn trouwerijen, fairs, tentoonstellingen en fietstochten rondom het kasteel. Het verhaal van het kasteel verdwijnt bij dergelijke activiteiten naar de achtergrond (Rennes, 2006a, pp. 49-55).

De wetenschap bestudeert kastelen onder meer als symbolen van nationale identiteit (Rennes, 2006a, pp. 52-54). Dit sluit aan bij de groeiende gerichtheid in media en politiek op erfgoed en vaderlandse geschiedenis. Denk aan initiatieven als de canon van de vaderlandse geschiedenis en het opzetten van het Nationaal Historisch Museum. Ook de organisatie van het 'Jaar van het Kasteel' in 2005 past in dit rijtje thuis, net als het succes van de 'Dag van het Kasteel' (Rennes, 2006a, pp. 52-53; Nederlandse Kastelenstichting, 2009a).

Kastelen functioneren steeds meer als decor, bijvoorbeeld voor 'living history'. Door het verleden zichtbaar en tastbaar te maken, wordt geprobeerd het verleden toegankelijk te maken voor het grotere publiek. Kastelen vormen net als vroeger een ontmoetingsplaats van de streek. Het waren en zijn nog steeds centra van cultuur, maatschappelijke ontwikkeling en economische handelingen. Kastelen worden op een nieuwe manier gebruikt, nieuwe functies ontwikkelen zich in oude gebouwen.

Eén functie is gebleven: die van statussymbool. Zo is een kasteel een aantrekkelijke locatie voor een museumcollectie. Ook voor bedrijven, bestuurlijke instellingen en overheden vormen kastelen een aantrekkelijke, statusverlenende locatie. Naast deze bedrijvigheid ontwikkelen kastelen zich tot hotel of restaurant. Een voorbeeld hiervan is Château Marquette te Heemskerk. Ook het gebruik van kastelen als klooster en plaats van bezinning komt voor, zoals de Blauwe Camer in Oosterhout (Nederlandse Kastelenstichting, 2009b).

De meeste kastelen staan onder beheer en zijn ook wel eigendom van particuliere stichtingen, denk aan het Geldersch Landschap en Geldersche Kasteelen. Particulier eigendom is in de meeste gevallen economisch gezien de beste optie voor een duurzaam beheer en behoud van het kasteel en bijbehorende complexen. Eigenaren worden gestimuleerd om te investeren in de historische waarde van hun bezit. Daarbij worden ze ondersteund door subsidies van de overheid, bijvoorbeeld via Stichting tot Behoud van Particuliere Historische Buitenplaatsen (PHB). Bij deze stichting zijn ongeveer 250 buitenplaatsen aangesloten. Lang niet alle kastelen zijn toegankelijk voor publiek. De Nederlandse Kastelenstichting hanteert een lijst van 250 kastelen/buitenplaatsen die op de een of andere manier voor publiek toegankelijk zijn (Kylstra-Wielinga, 1999, p. 37; PHB, 2009).

1.3 Kastelen bedreigd; het ruimtelijk beleid omtrent erfgoed

Op basis van de huidige kennis is geschat dat er meer dan 2600 kastelen in Nederland hebben gestaan. Slechts een beperkt aantal heeft de tand des tijds doorstaan. In de eerste eeuwen had het kasteel voornamelijk een militaire functie, waardoor aantasting door oorlogsgeweld in de vorm van belegeringen, beschietingen en brandstichting dreigde. De uitvinding van het buskruit had grote impact op de verdedigingsfunctie van kastelen, vele kastelen waren niet opgewassen tegen het buskruit en werden gereduceerd tot puin (Kylstra-Wielinga, 1999, p. 39; Nederlandse middeleeuwse kastelen, 2009). Het Rampjaar 1672 bijvoorbeeld zag vele kastelen in vlammen opgaan, door oorlogshandelingen van de Franse troepen.

Ook in rustiger tijden diende een kasteel eigenaar te anticiperen op bedreigingen: brandschade, overstroming, natuurlijke omstandigheden als veranderend grondwaterpeil, schimmel en boktor. Naast deze directe gevaren vormden ook de verandering van het landschap en de samenleving een bedreiging voor het voortbestaan van kastelen. Verkaveling, industrialisatie en aanleg van infrastructuur kunnen grote schade aanbrengen aan de omgeving en het object. In de huidige samenleving kunnen veranderingen in bestemmingsplannen vergaande gevolgen hebben voor kastelen en hun landgoederen. Mensen blijven altijd in de weer met aanpassingen en veranderingen in de ruimte. Dit kan bedoeld of onbedoeld schade opleveren voor het voortbestaan van het erfgoed (Kylstra-Wielinga, 1999, p. 39; Ashworth&Howard, 1999, p. 54).

Naast deze externe bedreigingen vormen de hoge kosten voor het onderhoud een probleem. Het beheer is lang niet altijd rendabel (Aplin, 2002, pp. 15-18). Vaak kwam het voor dat de eigenaar de hoge kosten niet meer kon opbrengen, wat leidde tot verwaarlozing, verval en leegstand. Kastelen zijn duur in onderhoud. De subsidies van de overheid voor restauratie en onderhoud kunnen niet alle kosten dekken. Een voorbeeld is kasteel Amerongen. De begrote kosten voor de restauratie bedragen twintig miljoen euro. Dit wordt deels door de kanjerregeling van het ministerie van OC&W (zes miljoen euro) en de provincie Utrecht gesubsidieerd. Naast deze subsidie moet het kasteel zelf zorgen voor actieve fondswerving (Kasteel Amerongen, 2009). Ook na de restauratie blijven de kosten voor onderhoud. Dat geldt voor alle kastelen.

Een andere vorm van bedreiging heeft te maken met de functieverandering van kastelen. De oorspronkelijke functie van verdediging is in de loop der tijd geheel verdwenen. Als een object geen functie meer heeft, is de kans groot dat het verval intreedt. Om verval te voorkomen wordt er gezocht naar nieuwe functies (Coetier, 2002, pp. 115-121). Veel voorkomende nieuwe functies voor kastelen zijn musea en horeca. Deze nieuwe functies vragen om aanpassingen aan het interieur, waarbij oorspronkelijke elementen kunnen verdwijnen. Het grote aantal bezoekers en het nieuwe gebruik zorgen voor slijtage. De toestroom van toeristen vormt een van de grootste bedreigingen voor het erfgoed (Ashworth&Howard, 1999, p. 56-58).

In de huidige maatschappij wordt er veel aandacht besteed aan de regelgeving voor het behoud van erfgoed. De dreiging van verlies van erfgoed zal altijd blijven bestaan. Niet alles kan behouden blijven. De balans tussen oud en nieuw moet elke keer opnieuw worden gevonden, kosten en baten afgewogen (Lowenthal, 1985, p. 400). De uitdaging van de erfgoedsector is juist die afweging van kosten en baten. De keuze wordt bemoeilijkt door de onevenwichtigheid tussen duidelijk zichtbare kosten en moeilijk meetbare baten. De voordelen voor de maatschappij voor het behoud van erfgoed liggen deels op het emotionele en esthetische vlak. Deze aspecten zijn lastig in kaart te brengen en in geld uit te drukken (Lowenthal, 1985, pp. 399-406). Tweede punt is dat de financiën voor het onderhoud vaak gebaseerd zijn op subsidieregelingen, dus geld uit de publieke sector. De eventuele winsten vloeien echter naar de commerciële sector (Ashworth & Howard, 1999, p. 54-58).

De toegenomen belangstelling en huidige regelgeving voor erfgoed dragen bij aan een groeiend aantal beschermde objecten. De kosten voor instandhouding en onderhoud van het totale erfgoed nemen hiermee automatisch toe. Bij de keuze voor het behoud moet zeer zeker ook rekening gehouden worden met de lopende kosten. Een eenmalige financiële bijdrage is niet afdoende om het object ook in de toekomst te laten functioneren.

Bade & Smid (2008) geven aan in *Eigen haard is goud waard* dat investeren in erfgoed zich terugbetaalt. Om de baten te zien is het nodig de focus te leggen op het ensemble, het geheel van de landschappelijke compositie en niet alleen te kijken naar het object (Ashworth&Kuipers, 2004, p. 4). Dat uitgangspunt wordt ook steeds meer betrokken bij de nieuwe monumentenwetgeving. Daarin gaat cultuurhistorie één van de wegingsfactoren vormen

bij het vaststellen van het bestemmingsplan. Het nieuwe stelsel werkt vanuit een gebiedsgericht en ontwikkelingsgericht perspectief. Dit verschilt met het huidige stelsel, waarbij de nadruk op het object ligt (Ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap, 2008, pp. 4-7).

Ook de filosofie rondom monumentenzorg is aan verandering onderhevig. In het begin van de twintigste eeuw stond het restaureren naar het ideaaltype centraal. Na de Tweede Wereldoorlog werd er veel gerestaureerd in de geest van het beeld van de bouwmeester. Reconstructie was de mode, waarbij negentiende-eeuwse toevoegingen en aanpassingen werden verwijderd. Onder de leus 'Repareren gaat vóór restaureren' werd in de jaren '80 de aandacht gevestigd op de schade die restauratie kan veroorzaken (Erfgoed Nederland, 2008).

Vanaf de jaren '70 komt er naast de losse objecten ook aandacht voor dorps- en stadsgezichten, ensembles van historisch waardevolle gebouwen en locaties. Het is de eerste aanzet tot een meer gebiedsgerichte aanpak, waarbij de aandacht voor cultuurhistorie en ruimtelijke context wordt benadrukt (Erfgoed Nederland, 2008). De verschuiving binnen de erfgoedsector van een objectgerichte benadering naar een omgevingsgerichte benadering heeft als gevolg dat de ruimtelijke ordening het culturele erfgoed niet meer kan negeren. Een kasteel zonder kasteeltuin, oprijlaan en boerderijen verliest aan betekenis en belevingswaarde. Ruilverkaveling deed oude landschappen zonder pardon verdwijnen. Hierdoor groeide het bewustzijn in de erfgoedsector dat een objectgerichte bescherming onvoldoende is (Stichting Nationaal Contact Monumenten, 2006).

Met de komst van de nota Belvédère krijgt dit nieuwe gedachtegoed vorm. Belvédère richt haar aandacht niet meer alleen op monumenten, maar op de relatie tussen cultuurhistorie en de ruimtelijke context. 'Behoud van cultuurhistorische waarden door ontwikkeling van een kwalitatief hoogwaardige ruimtelijke inrichting' is het uitgangspunt (Nationaal Restauratiefonds, 2007, p. 33). Kortweg 'Behoud door ontwikkeling'. Er wordt gezocht naar strategieën en oplossingen om de ruimte te ontwikkelen, waarbij behoud en ontwikkeling samengaan. Cultuurhistorie wordt daarbij als een kans gezien. Oude elementen worden geïntegreerd in nieuwe plannen en vormen een meerwaarde toe. Belvédère stelt historische continuïteit voorop, waarbij samenhang tussen ruimtelijke processen en het bestaande cultuurhistorische erfgoed bijdraagt aan de ruimtelijke kwaliteit (Nota Belvédère, 1999, p. 17; Ministerie van Onderwijs, cultuur & Wetenschap, 2008, p. 15).

Door een intensievere relatie en interactie tussen ruimtelijke processen en cultuurhistorische kwaliteiten kan de ruimtelijke diversiteit en identiteit worden behouden en uitgebreid. Dit biedt tegenwicht aan het proces van toenemende eenvormigheid van onze leefomgeving. De nadruk komt op het regionale of zelfs dorpskarakter te liggen (Nota Belvédère, 1999, pp. 16-18). 'De cultuurhistorische identiteit wordt sterker richtinggevend voor de inrichting van de ruimte, het rijksbeleid zal daarvoor goede voorwaarden scheppen' (Nota Belvédère, 1999, p. 7). De toenemende aandacht voor cultuurhistorie past in de verschuiving van toelatingsplanologie naar ontwikkelingsplanologie. Toelatingsplanologie werd vooral toegepast vóór Belvédère, waarbij rechtszekerheid voorop stond. Het uitgangspunt was wat kan en mag volgens de regelgeving. Cultuurhistorische waarden werden hierbij vaak gezien als een beperking voor planontwikkeling (De Roo & Voogd, 2004, pp.19-20). Ontwikkelingsplanologie gaat uit van een gebiedsgerichte aanpak, gericht op maatschappelijke dynamiek en ondersteund door actieve inbreng van belanghebbende. Er is sprake van bottom-up ontwikkeling waarbij maatschappelijke organisaties en burgers de kans krijgen om het regionale karakter en de daarbij behorende kansen voor ontwikkeling naar voren te brengen. Aanwezige cultuurhistorische kennis bij lokale actoren wordt op deze manier beter benut en gebruikt als inspiratiebron voor de ruimtelijke ontwikkeling. De overheid speelt een stimulerende en faciliterende rol, waarin de aandacht uitgaat naar het proces (Stichting Nationaal Contact Monumenten, 2006, p. 5; Schoorl, 2005, p. 1).

De lokale identiteit, speerpunt van de Nota Belvédère, kan worden gedragen door of opgehangen aan een monument, bijvoorbeeld een kasteel. Nieuwe ruimtelijke ontwikkelingsplannen kunnen de omgeving van een kasteel van nieuwe allure te voorzien. Het ontsluiten en zichtbaar maken van het kasteel is hiervoor essentieel.

De huidige benadering heeft nog weinig oog voor de bepalende rol die een kasteel heeft gespeeld bij de inrichting van het landschap en de omgeving. Veel elementen - denk hierbij aan lanen, houtwallen, verkaveling, infrastructuur - hangen samen met de aanwezigheid van het kasteel. De kennis daarover en het besef daarvan is nog weinig verspreid. Juist deze bepalende rol dient betrokken te worden bij de ontsluiting van het terrein en nieuwe ont-

wikkelingsplannen. Ontwikkeling van de omgeving van het kasteel hoeft geen directe schade op te leveren aan deze historische elementen: de verschillende functies kunnen elkaar versterken (Rennes e.a., 2006). De toeristische ontsluiting kan bijvoorbeeld verbeterd worden door het opnemen van het kasteel in fiets- en wandelroutes, waarbij gebruikt kan worden van paden en lanen die bij de parkaanleg van het kasteel horen. Een voorbeeld hiervan is de Kastelenroute Oost Gelderland (Wereldfiets, 2009).

Dat kastelen als inspiratiebron worden gebruikt is niet nieuw. Denk aan kastelen als De Haar te Haarzuilens en Sypsteyn te Loosdrecht. Ook in de huidige architectuur bestaan er verschillende voorbeelden waarbij kastelen als inspiratiebron dienen. Voorbeeld waarbij de ruimtelijke plannen zijn gebaseerd op het concept van kastelen is: Haverleij in Den Bosch. Hier zijn 1000 woningen en appartementen gebouwd in de vorm van negen kastelen (Rennes e.a., 2006, p. 22). Een ander grootschalig project vindt plaats in Almere waar een geheel nieuw kasteel wordt gebouwd. Het betonnen karkas wordt verhuld met stenen van kasteelruïnes uit Hongarije. Het ontwerp is gebaseerd op Chateau Jemeppe in de Belgische Ardennen. Het kasteel moet gaan functioneren als viersterrenhotel en vergadercentrum. Of het droomkasteel daadwerkelijk van de grond komt, is de vraag. Er zijn grote problemen met de bouw (Kemp en Hom, 2005, pp. 44-47; Rennes, 2006, pp. 82-83; Nederlandse middeleeuwse kastelen, 2009). Bij dit soort initiatieven kunnen kritische kanttekeningen worden geplaatst, maar dat voert in het kader van dit onderzoek te ver. De historische inbedding is in beide voorbeelden ver te zoeken, een relatie van het object met de omgeving ontbreekt. Waar het hier om draait zijn beleving en uitstraling. Veel mensen associëren een 'kasteel' met termen als: 'romantisch, krachtig, nostalgisch en stoer' (Rennes e.a., 2006, pp. 22, 23). En wie heeft er nu nooit gedroomd van het wonen in een kasteel?

Steeds meer mensen worden geconfronteerd met erfgoed, meestal als er bedreigingen optreden. Dat gebeurt bijvoorbeeld door de bouw van grootschalige nieuwbouwwijken en ingrepen in de binnensteden. Daarnaast speelt de groeiende mondialisering, die vraagt om lokale worteling, een eigen identiteit en de waardering voor de menselijke maat doet groeien. Deze ontwikkelingen dragen bij aan de toenemende belangstelling voor erfgoed (Meihuizen, 2006, p. 11). Naar Europese maatstaven bezoeken Nederlanders relatief vaak monumenten. Het gaat daarbij vooral om hoger opgeleiden tussen de 35 en 70 jaar (SCP, 2005, p. 23). Vijftigplussers vormen de kopgroep van belangstellenden. Van het gebouwde erfgoed in Nederland zijn vooral de beschermde dorps- en stadsgezichten populair. Een derde van de bevolking brengt hieraan jaarlijks een bezoek. Tussen 1995 en 2003 is het bezoek aan cultuurhistorische objecten toegenomen. Kastelen zijn altijd populaire cultuurhistorische objecten geweest. Ook hier is het aantal bezoekers de afgelopen jaren toegenomen van 21% naar 25% van de bevolking (SCP, 2005, p. 23).

Samenvattend kan worden gesteld dat erfgoed het hedendaags gebruik is van het verleden. Het is een dynamisch proces van creatie en selectie van elementen uit het verleden. Hierbij is het geloof in en de plausibiliteit van het verhaal belangrijker dan de authenticiteit van het object. Daarnaast hebben we gezien dat erfgoed verschillende economische, sociale, politieke en wetenschappelijke betekenissen heeft voor de maatschappij. Vanaf de jaren '90 komt er steeds meer aandacht voor cultuurhistorische waarden en identiteit van de leefomgeving. Gebiedsontwikkeling en ruimtelijke planning dienen steeds meer te anticiperen op de cultuurhistorische waarden, wat zowel beperkingen als kansen oplevert.

1.4 Waardering en informatievoorziening

Voor de aansluiting van de informatieverzorging op de wensen van de kasteelbezoekers is het van belang om de manier waarop erfgoed wordt gewaardeerd te kennen. De waardering is afhankelijk van schaal, belang en de mate van uniciteit of representativiteit (Aplin, 2002, p. 20). Coeterier (1995) heeft onderzoek gedaan naar de waardering van erfgoed door leken en experts. Hij concludeert onder meer, dat voor de waardering van historische gebouwen, waaronder kastelen, de vorm dominant is. Daarbij zijn uitzonderlijkheid, compleetheid, schoonheid en vakmanschap de kernwoorden. Deze begrippen bepalen de esthetische waarde van het kasteel. Het is belangrijker dat het object een functie heeft dan welke functie dit is. Kennis over het object verhoogt de waardering. Het publiek is actief op zoek naar informatie: onbekend maakt onbemind.

Bij de waardering van erfgoed bestaan er grote verschillen tussen de waardering van experts en die van leken. De waardering van de experts is in grote mate afhankelijk van de informatiewaarde van een object. In hoeverre is het compleet en bijzonder? Om dit te beoordelen is kennis van het object noodzakelijk. Voor leken is de ouderdom van een object nauwelijks van invloed. Een heel oud, maar beschadigd object kan op minder waardering rekenen als een relatief nieuw, ongeschonden object. Daarbij komt dat voor het schatten van ouderdom enige kennis noodzakelijk is. Hetzelfde principe geldt voor de term zeldzaamheid. Leken hebben hier te weinig zicht op. Een kasteel mag meerdere stijlperiodes laten zien. Een goede onderhoudsstaat van het kasteel heeft een positief effect op de waardering van leken. Experts echter hechten hier weinig waarde aan (Coeterier, 2002, pp. 119-121).

De eerder genoemde omslag naar een omgevingsgerichte benadering is ook waarneembaar bij de waardering. De samenhang van object en omgeving speelt steeds meer een rol bij de waardering van objecten. Een object waarin bovendien verschillende tijdslagen en ontwikkelingen te herkennen zijn, heeft wetenschappelijk meer waarde (Meihuizen, 2006, p.18). De aandacht van de wetenschap zal dan ook verschuiven van bouwhistorisch onderzoek en restauratie naar onderzoek gericht op de betekenis en context van het object (Liddiard 2005; Meihuizen, 2006, p.11).

De afstemming tussen de waardering en interesse van de leek en de expert biedt een uitdaging voor het samenstellen van informatiedragers. De expert moet zich kunnen inleven in het gezichtspunt van de leek. Informatie verhoogt de waardering, afhankelijk van de doelgroep moet gekeken worden hoe en welke informatie wordt gegeven.

Informatie over kastelen wordt op verschillende manieren verspreid. Een deel heeft een educatieve functie. Mensen moeten er iets van leren. Het bezoeken van erfgoed valt, net als onder meer museumbezoek, onder informele educatie (Van Gorp, 2008). De meeste voor het publiek toegankelijke kastelen beschikken over een folder met daarin een korte geschiedenis en toelichting op het kasteel en een website. De grote publieksgerichte kastelen zorgen voor een goede website. Hier kan de beleving van het kasteel al beginnen voordat men er werkelijk is geweest. Voorbeelden zijn de internetsites van het Muiderslot; www.muiderslot.nl en van kasteel Hoensbroek; www.kasteelhoensbroek.nl. Als een kasteel niet toegankelijk is maar wel zichtbaar in het landschap, wordt het monument vaak voorzien van een informatiebord (Huis voor de Kunsten Limburg, 2009).

Voor de toerist liggen er bij het lokale VVV-kantoor en bij de kastelen zelf vaak korte informatiefolders. Over grotere kastelen worden uitgebreide boeken gepubliceerd. Zo heeft de Nederlandse Kastelenstichting een eigen reeks wetenschappelijke monografieën over kastelen (zie bijvoorbeeld *Zwijnsbergen herrezen uit de as*, 2007) uitgegeven. Verschillende provincies hebben fiets- en wandelroutes waarin kastelen zijn opgenomen. In Gelderland bestaat de Kastelenroute Oost Gelderland (365 km) die voert langs verschillende oude kastelen en landgoederen (Wereldfiets, 2009). Voor de toeristische bezoeker heeft de Nederlandse Kastelenstichting *De Nederlandse Kastelengids 2007-2008* op de markt gebracht. Dit boek geeft een overzicht van 120 kastelen en buitenplaatsen in Nederland met per locatie een korte beschrijving. Deze gids is ook via de website beschikbaar (Nederlandse Kastelenstichting, 2009bc) voor actuelere informatie.

De beschikbare informatiebronnen hebben specifieke invalshoeken. Uit de literatuur (Johnson, 1996; Ronnes, 2006; Ronnes e.a. 2006; Lowenthal, 1985) blijkt dat kastelen vaak een archetypepresentatie geven waarbij ridders, rijkdom en romantiek centraal staan. Het verleden van de elite wordt getoond. Zowel het interieur als exterieur stralen macht, schoonheid en rijkdom uit. Aandacht voor de 'gewone mensen', de werknemers zoals omliggende boeren en bedienden, is minimaal. Daarnaast is de informatie en presentatie vaak gericht op objecten. De schaduwzijde van het kasteelleven wordt niet getoond. Ook de sociale en politieke functies van het kasteel en het gebied eromheen worden nauwelijks aangegeven (Eerelman, 1996, pp. 9-10). De nieuwe aandacht voor andere aspecten van het verschijnsel kasteel in de wetenschap sijpelen slechts langzaam door naar de erfgoedtoerist. De informatieverzorging van de stichting Geldersch Landschap en Geldersche Kasteelen richt zich al enigermate op de context en de omgeving van kastelen.

De informatieverzorging rondom erfgoed kent een aantal moeilijkheden. Het eerste probleem vormt de reconstructie van het verleden. We kennen het verleden niet. We vormen een beeld op basis van de overgeleverde frag-

mentarische bronnen (Lowenthal, 1985, p. 215). De betrouwbaarheid van die bronnen is vaak lastig te bepalen en ze spreken elkaar nogal eens tegen of blijken multi-interpretabel. Om de bezoeker niet te confronteren met heel complexe verhalen, wordt een eenduidig beeld gepresenteerd. Het verhaal wordt bijvoorbeeld enkel vanuit één tijdperiode of één sociale klasse belicht (Van Gorp, 2003, pp. 61-62; Ronnes, pp. 55-57, 2006).

Het tweede probleem is de aantasting van de context van het erfgoedobject. Dit speelt voornamelijk in musea waar een object in een vitrine wordt geplaatst. Context en achtergrondinformatie ontbreken waardoor een goede interpretatie van het object wordt bemoeilijkt. Voor een kasteel geldt, dat door ruimtelijke ingrepen de structuur van het omringende landschap geheel verdwenen is, waardoor het kasteel verandert in een losstaand object. Ook zijn vaak grote delen van het interieur niet meer aanwezig. Bij de presentatie van het kasteel wordt er van oudsher weinig aandacht aan de context gegeven. In navolging van de National Trust in Groot-Brittannië komt in Nederland hier langzaam verandering in. De context krijgt meer aandacht (Liddiard, 2005; Johnson, 1996). Een voorbeeld hiervan is Kasteel Doorwerth dat het verhaal in een vierluik aan het publiek presenteert en tevens in de informatiegids uitgebreid ingaat op de omgeving en het kasteelterrein (Geldersch Landschap en Geldersche Kasteelen, 2008).

Het derde punt is de commerciële druk waardoor entertainment de nadruk krijgt bij de presentatie van erfgoed. Kastelen die zijn opengesteld voor publiek redeneren volgens commerciële logica. Het verhaal wordt aantrekkelijk als mensen zich kunnen identificeren met het verleden. Hiervoor moet het verhaal relatief dicht bij het publiek staan. De geschiedenis wordt herschreven, opnieuw bedacht om het als een beleving te kunnen presenteren. Feit is namelijk dat voor de meeste mensen hun eigen geschiedenis en die van hun voorouders weinig enerverend is geweest, en dus niet te vermarkten (Van Gorp, 2003, pp. 47-71).

Het spanningsveld tussen educatie en entertainment heeft geleid tot een nieuwe gecombineerde vorm: edutainment. Het idee is dat de informatie door de beleving en ervaring beter blijft hangen (Van Gorp, 2003, pp. 47-71).

De huidige kasteel eigenaren en -stichtingen proberen op verschillende manieren het kasteel aan het publiek te presenteren. Eerelman (1996) zet vier manieren uiteen waarop kastelen de presentatie vorm geven. Als eerste noemt hij de traditionele manier. Daarbij is de aandacht gericht op de historische bezienswaardigheid zelf. Door middel van rondleidingen en brochures wordt het publiek geïnformeerd over de bezienswaardigheid. Het bezichtigen van het kasteel staat centraal, er vinden geen (incidenteel) activiteiten plaats.

Een tweede manier om kastelen te presenteren is in de vorm van een *heritage park*. Dit fenomeen kent zijn oorsprong in Engeland. Dit kan op twee manieren vorm krijgen: in de originele omgeving of op een willekeurige plaats. In een park worden vaak activiteiten georganiseerd. De beleving van de geschiedenis staat voorop, moderne technologie zorgt voor een intense ervaring. In Nederland is het Archeon een goed voorbeeld van een *heritage park*. Het kasteel in Dover (Engeland) is een voorbeeld van een kasteel dat zich als park presenteert. In Nederland zijn nog geen duidelijke voorbeelden te noemen.

De derde manier om historie te presenteren is door middel van *re-enactment*. Ook dit kan twee vormen aannemen. De eerste zijn evenementen om historische gebeurtenissen te herdenken. Eén van de bekendste is het naspelen van de Slag bij Hastings in Engeland. Een Nederlands voorbeeld is de Slag om Grolle waarbij het beleg uit 1672 wordt nagespeeld (Mentink, 2009). De tweede vorm is het nabootsen van historische processen en personen. Hierbij kruipen acteurs of verklede mensen in de huid van een (al dan niet echt bestaande) historische figuur. Een beroemd persoon kan worden nagespeeld, of een ambachtsman die zijn werk uitvoert met gebruikmaking van historische objecten. Ook activiteiten als een riddertoernooi behoren tot het repertoire van een kasteel, bijvoorbeeld op kasteel Hoensbroek (Kasteel Hoensbroek, 2009).

Een laatste manier is nauw verwant aan *re-enactment*: de gekostumeerde rondleider. Hierbij staat de informatieoverdracht naar het publiek centraal en niet de historische figuur. De acteur/ rondleider stapt af en toe uit het personage.

2 ■ Het onderzoek aan de aanbodkant



Kasteel Hoensbroek. Foto Jan Derwig, 2003.

2.1 Methode

Het empirische onderzoek naar de informatieverzorging en -behoefte van kasteel-eigenaren bevat een verkennend onderzoek naar de aanwezige informatievoorziening van kastelen en een eerste inventarisatie van de behoefte onder kasteelbeheerders / eigenaren naar een nieuwe informatiegids.

Al behartigt de Nederlandse Kastelenstichting de belangen van alle kastelen in Nederland, voor dit onderzoek was het onmogelijk om alle Nederlandse kastelen op te nemen. Er is een selectie gemaakt op grond van de verschillende soorten functies die kastelen nu vervullen. Ook is gekeken naar grootte en ruimtelijke spreiding. Uiteindelijk zijn er relatief meer grotere kastelen opgenomen in het onderzoek. Die zijn gemakkelijker te bereiken vanwege ruimere openstelling en meer personeel. Een aantal van deze kastelen heeft bovendien al ervaring met samenwerking met de Nederlandse Kastelenstichting. Voor de praktische uitvoerbaarheid van het onderzoek zijn de diepte-interviews zo veel mogelijk in het midden van het land afgenomen. Om een landelijke dekking te krijgen is er bij de telefonische enquête rekening gehouden met de ruimtelijke spreiding over de provincies. De eerste selectie voor de diepte-interviews bevatte de volgende zeven kastelen: Kasteel Duurstede te Wijk bij Duurstede; Kasteel Sypsteyn te Loosdrecht; De Burcht te Leiden; Kasteel Heeswijk te Heeswijk; De Blauwe Camer te Oosterhout; Kasteel Zuylenstein te Amerongen en Warmelo te Diepenheim.

Uiteindelijk zijn drie van de zeven kastelen opgenomen in het onderzoek, te weten Kasteel Sypsteyn, Kasteel Heeswijk en De Blauwe Camer. Bij het laatste kasteel is evenwel geen diepte-interview maar een telefonische enquête afgenomen. De prioriteit gaf aan het te druk te hebben met de verbouwing. Ook bij enkele andere uitgekozen objecten is het om uiteenlopende redenen niet gelukt om tot een afspraak te komen.

In totaal zijn er zeven diepte-interviews met kasteel-eigenaren afgenomen. De twee bovengenoemde werden aangevuld met Landgoed Twickel, Huys Dever, Huis Doorn, Kasteel Amerongen en Grand Kasteel Woerden. Daarnaast heeft een interview met kasteel Doorwerth plaatsgevonden om een beeld te krijgen van de werkwijze van Geldersch Landschap en Geldersche Kasteelen. Deze gesprekken zijn aangevuld met 22 telefonische enquêtes. In de bijlagen zijn de betrokken kastelen opgenomen. Van kasteel Endegeest hebben we een beknopt antwoord per mail ontvangen. Door de beperkte gegevens van dit laatstgenoemde kasteel is er voor gekozen het kasteel verder niet op te nemen in de resultaten.

2.2 Onderzoeksinstrument en dataverwerking

Om de centrale vraag te kunnen beantwoorden is dus gekozen voor diepte-interviews, aangevuld met een telefonische enquête. De gekozen vorm is een semi-gestructureerd diepte-interview. Dit houdt in dat er vooraf een topiclijst is opgesteld met de belangrijkste vragen. Gekozen is voor deze methode omdat de onderzoeksvraag vanaf het begin vanuit de Nederlandse Kastelenstichting in een aantal concrete deelvragen was opgesplitst. Daarnaast brengt een bezoek op locatie extra inzicht in de situatie van het kasteel en de huidige informatieverzorging. Voor de opbouw van het diepte-interview is een voorbeeld opgenomen in de bijlagen.

Ter ondersteuning van het diepte-interview is gekozen voor een telefonische enquête. De enquête bestaat uit negen gesloten vragen en één open vraag. De enquête is opgenomen in de bijlagen. Er is gekozen voor een korte enquête om het invullen van de enquête zo laagdrempelig mogelijk te houden. De vragen in de enquête weerspiegelen de vragen in het diepte-interview.

In de praktijk bleek dat kastelen verschillende soorten eigenaren/beheerders kennen. Het kasteel kan bijvoorbeeld in handen zijn van particulieren of zijn ondergebracht in een stichting, of wordt namens een eigenaar beheerd. Voor de interviews is zoveel mogelijk contact gezocht met de directeur of beheerder van het kasteel. Bij enkele kastelen bleek dit lastig en is er gesproken met de pr-medewerker, de conservator of het hoofd bedrijfsvoering. De diepte-interviews vonden op afspraak plaats op de kastelen. In de meeste gevallen vonden de gesprekken plaats in een aparte ruimte, bijvoorbeeld de kamer van de directeur. In een kleiner kasteel werd het interview afgenomen in een publieksruimte. Op de interviews in Huis Doorn en Amerongen na zijn alle interviews afgenomen met twee personen. De interviews met de kastelen Doorwerth, Woerden en Huys Dever zijn uitgewerkt aan de hand van notulen. Van de overige interviews zijn opnamen gemaakt, die verbatim zijn uitgewerkt. Aan de

hand van sleutelbegrippen zijn de gesprekken gescand op belangrijke fragmenten. Deze fragmenten zijn geselecteerd en meegenomen in de analyse.

De telefonische enquête bestaat in principe uit gesloten vragen, en een enkele open vraag. In de praktijk blijkt dat bij enkele telefoongesprekken het mogelijk was om nog extra informatie te vergaren. Ook deze gegevens zijn opgenomen in de analyse, naast de informatie uit de diepte-interviews. Hieronder zullen de uitkomsten van dit deelonderzoek worden gepresenteerd.

2.3 Zijn kastelen toe aan een nieuwe informatiegids?

Met een eerste verkenning en beschrijving van de gevonden gegevens wordt een beeld gegeven van de onderzochte kastelen, hun functie en een eerste indruk van de informatieverzorging van kastelen. Na deze kennismaking wordt er dieper ingegaan op de verzamelde gegevens. Voor het bereik van het onderzoek is het belangrijk om te kijken naar de spreiding van de kastelen over Nederland. De relevantie van spreiding blijkt uit het volgende citaat van een Noord-Nederlands kasteel: 'Het moet niet alleen een reeks worden voor Midden-Nederland, ook in het Noorden moet animo zijn om mee te draaien in de reeks' (Fraeylemaborg).

In tabel 1 wordt de spreiding over de provincies weergegeven. In de polder (Flevoland) zijn geen kastelen aanwezig (op het in aanbouw zijnde kasteel Almere na). Omdat Geldersch Landschap en Geldersche Kasteelen een eigen onderzoek deed, zijn geen Gelderse kastelen geënuquëteerd. Uit deze tabel blijkt ook de keuze om kastelen in de nabijheid van Utrecht te kiezen.

De openstelling van de kastelen hangt nauw samen met de hedendaagse functie van kastelen. Van de ondervraagde kastelen heeft 55% een publieks-

Functie	Aantal
Publieksfunctie	16
Horeca	6
Museum	4
Bezinning	1
Woonfunctie	1
Verhuur	1
Totaal	29

Tabel 2. Hedendaagse functie van de kastelen.

kastelen informatie op internet, vier kastelen geven informatiefolders uit en drie geven zowel via internet als via folders informatie. Borg Verhildersum beschikt alleen over een boek.

De informatiegidsen worden op twee kastelen na (Havezathe Den Berg en Uniastate) verspreid op het kasteel zelf (tabel 4). Havezathe Den Berg stelt haar informatiegids beschikbaar op de website. Uniastate heeft een apart(?) VVV-kantoor waar uitgebreide informatie over het kasteel aanwezig is. Op de locatie zelf is geen informatie beschikbaar. De verspreiding van gidsen op andere kastelen komt slechts bij twee kastelen voor.

Van de gidsen die momenteel in gebruik zijn, komen negen gidsen uit het jaar 2006 of later (tabel 5). Dit is 43% van de aanwezige gidsen. Opvallend

functie. Hierbij staat het kasteelbezoek voorop. Vier kastelen behoren tot de museumkastelen (tabel 2). Hierbij staat de collectie voorop, de inhoud staat los van het kasteel. Tegenwoordig bieden vele kastelen mogelijkheden voor verhuur en/of organisatie van feesten en zakelijke bijeenkomsten. Havezathe Den Berg neemt hierbij een speciale positie in. Dit kasteel is alleen toegankelijk tijdens dergelijk gebruik. Uitgebreid overzicht van de functies van kastelen zijn weergegeven in de overzichtstabel.

Uit het onderzoek blijkt dat een informatiegids een belangrijk onderdeel is van de informatievoorziening, 72% van de kastelen beschikt over een gids (tabel 3). Van de acht kastelen die geen informatiegids hebben, verspreiden vijf

Provincie	Aantal
Groningen	3
Friesland	4
Drenthe	2
Overijssel	4
Flevoland	0
Gelderland	0
Utrecht	4
Noord-Holland	3
Zuid-Holland	1
Zeeland	2
Noord-Brabant	3
Limburg	3
Totaal	29

Tabel 1. Ruimtelijke spreiding van de deelnemende kastelen.

Informatie	Aantal
Eigen gids	21
Alleen een boek	1
Info-folder & internet	3
Alleen internet	2
Alleen info-folder	1
Geen informatie	1
Totaal	29

Tabel 3. Beschikbaarheid informatie over de kastelen.

Verkooppunten	Aantal
Eigen kasteel	17
VVV	4
Bij andere kastelen	2
Internet	2
Anders.nl	5
Totaal	32

Tabel 4. Verkooppunten van de 21 informatiegidsen.

kastelen een horecafunctie, kasteel Doenrade, een hotel met een zakelijk karakter en Landgoed Stania State. Beide beschikken over een informatiemap waarin kort de geschiedenis van het kasteel wordt besproken. De Boschplaatse geeft aan dat een informatiegids niet haalbaar is, het publiek wordt met gratis flyers bediend. Bij deze onderzoeksvraag dient een kanttekening te worden

Verwachte vraag	Aantal	%
Ja	17	80,9
Nee	3	14,3
Geen antwoord	1	4,8
Totaal	21	100

Tabel 6. Verwachte vraag naar een informatiegids.

interesse heeft in een informatiegids behorende tot een reeks. Twijfelende kastelen (24%) geven aan dat ze voor een samenwerking graag eerst meer duidelijkheid hebben over de kosten, verdere invulling en opzet van zo'n reeks.

2.4 De huidige informatieverzorging

In de literatuur wordt gesproken over verschillende soorten van presentatievormen van een kasteel en de beeldvorming over kastelen. In de diepte-interviews is geprobeerd hierop in te gaan. Deze vraag blijkt echter zeer uiteenlopend geïnterpreteerd te zijn. De oorzaak hiervan ligt waarschijnlijk in de wijze waarop het begrip beeldvorming is geoperationaliseerd. Daardoor zijn eenduidige uitspraken lastig te formuleren. Veel duidelijker zijn de respondenten over de gewenste lay-out van de gids.

Kastelen met een horecafunctie beschikken vaak slechts over een brochure met kort de geschiedenis en achtergrond van het kasteel. Deze wordt meestal gratis meegegeven, zoals in kasteel Doenrade. Het gaat bijvoorbeeld om een informatiemap voor trouwerijen en zakelijke bijeenkomsten. Meer informatie is

is dat er op twee kastelen gidsen gebruikt worden uit de periode 1979-1980. Een verklaring kan gevonden worden in de functie van deze kastelen: horeca en bezinning. Het object, het kasteel en zijn verleden, vormt niet het hoofddoel van bezoek. Landgoed Moermon(d) verwoordt dit met: 'De geschiedenis verandert toch niet'.

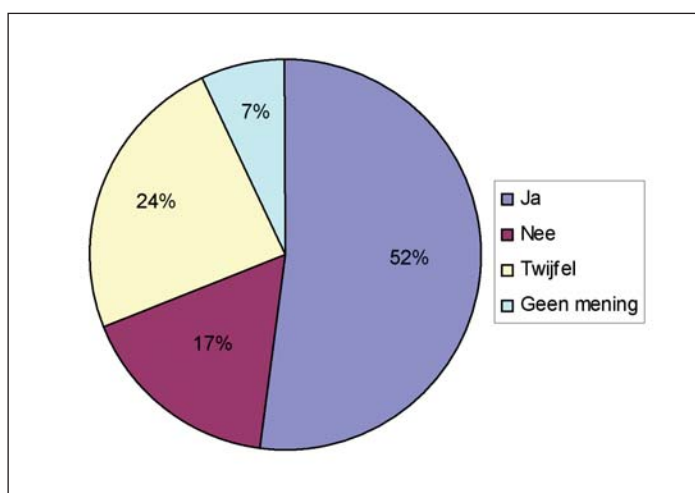
Van de kastelen met een gids geeft 81% aan dat er vraag is naar een informatiegids (tabel 6). Van de drie kastelen die aangeven dat ze geen behoefte verwachten onder het publiek, hebben twee

Jaar van uitgifte	Aantal	%
≤ 1980	2	9,5
1981 - 1990	0	0
1991 - 2000	6	28,6
2001 - 2005	4	19,0
≥ 2006	9	42,9
Totaal	21	100

Tabel 5. Jaar van uitgifte van de informatiegidsen.

geplaatst. Er is soms een discrepantie tussen de mening van de kasteelbeheerder cq. -eigenaar en de werkvloer, meestal vrijwilligers, met betrekking tot de verwachte vraag naar een informatiegids. Als een kasteel meerdere activiteiten ontplooit voor verschillende doelgroepen, komt het voor dat het bestuur op een specifieke doelgroep is gericht. Hierdoor wordt de eventuele vraag van andere doelgroepen over het hoofd gezien. De werkvloer, die directer met het publiek te maken heeft, wordt geconfronteerd met verschillende behoeften bij verschillende bezoekerscategorieën.

De overzichtstabel geeft aan welke kastelen interesse tonen voor de informatiegids. In figuur 1 is te zien dat iets meer dan de helft van de respondenten



Figuur 1. Interesse in een samenwerking voor een informatiegids.

niet beschikbaar. De functie als hotel of trouwlocatie staat voorop en daarvoor voldoet een eenvoudige brochure. Als er wel een uitgebreidere gids aanwezig is, blijkt de inhoud vaak standaard. Bouw- en bewonersgeschiedenis komen altijd aan bod, interieur, restauratie en collectieonderdelen worden kort aangestipt. Als het kasteel beschikt over een tuin wordt deze ook meegenomen. Daarnaast worden er in enkele gevallen nog objectspecifieke verhalen toegevoegd. De nadruk van deze gidsen ligt op het object. Als alleen de tuin is opengesteld wordt vaak geen informatie over het huis geboden. Voor sommige huizen is een informatiegids niet rendabel, de website vormt de belangrijkste informatiebron (Twickel, De Boschplaatse).

De gidsen worden in de meeste gevallen alleen in het Nederlands aangeboden. Relatief weinig buitenlandse bezoekers, extra kosten en lastige vertalingen zorgen ervoor dat kastelen terughoudend zijn in het vertalen van de informatie. Huis Doorn beschikt momenteel over een tweetalige combinatiegids, Nederlands-Engels en een aparte Duitse uitgave. Slot Zuylen geeft aan een Engelstalige gids te missen. Een combinatiegids wordt als een mogelijke oplossing gezien.

Naast informatiegidsen zijn er vele andere mogelijkheden voor informatieverstrekking. Internet wordt door achttien kastelen gebruikt voor informatie. Het belang ervan neemt nog steeds toe en het wordt voor steeds meer doeleinden gebruikt (Fraeylemaborg). Huis Doorn illustreert: 'In eerste instantie was de internetsite alleen toeristisch informatief. Langzamerhand wordt het ook steeds meer voor professionals. Er is een beeldbank toegevoegd waardoor ook op collectieniveau informatie beschikbaar is.' Er kleven ook nadelen aan het internet. Niet alle informatiestromen verlopen via de officiële website waardoor verkeerde informatie wordt aangeboden (Doorwerth, Heeswijk).

Opvallend is dat bezoekers ook informatie van internet thuis uitprinten en meenemen tijdens het bezoek. Een informatiegids heeft nog steeds een toegevoegde waarde ten opzichte van het internet. Mensen willen ook graag iets meenemen naar huis voor in de boekenkast. Een betaalbaar gidsje met goede foto's kan deze wens vervullen (Huis Doorn).

Folders worden veel gebruikt (negen kastelen) voor zowel voor praktische zaken, bijvoorbeeld de promotie van

Kasteel Heeswijk over het gebruik van internet

'Het kasteel heeft een zeer uitgebreide overzichtelijke internetsite. Hierop staan historische achtergronden, evenementen, praktische zaken voor zakelijke en feestelijke bijeenkomsten, een fotogalerij en informatie over de omgeving. Internet is natuurlijk een vluchtig medium. Je moet internet niet uit het oog verliezen, je moet het bijhouden. Ik denk dat als je snel informatie wil opvragen het goed is om internet te gebruiken. Probleem met de huidige informatievoorziening is dat er via het internet enorme vervuiling optreedt, het is lastig te controleren.'

Foto Hasseleij-Kirchner, 1893



het lidmaatschap van 'Vrienden van Kasteel ...' als voor achtergrondinformatie en rondleidingen. Verschillende kastelen beschikken over folders in vreemde talen (Huys Dever, Huis Doorn). Andere manieren waarop informatie wordt verspreid, zijn digitale nieuwsbrieven, boeken, jaarkalenders, en diverse promotiematerialen. Per activiteit/evenement wordt promotiemateriaal aangeboden (Fraeylemaborg, De Boschplaatse, Kasteel Amerongen). Huys Dever biedt naast specifieke informatie over het kasteel ook een aantal boeken over de omgeving en de Bollenstreek. Landgoed Twickel heeft een op aanvraag toegankelijk archief met informatie over de historische

ontwikkeling van het kasteel en tuinen. Ook kasteel Amerongen beschikt over verschillende soorten boeken, gericht op specifieke doelgroepen.

Tot nu toe zijn de standaardmedia besproken, waarbij teksten de kern van informatie bevatten. Er zijn alternatieve formats. Kasteel 't Nijenhuis werkt aan het ontwikkelen van vier educatieve films om de collectie te tonen en Havezathe Den Berg experimenteert met het aanbieden van verschillende soorten, op internet te downloaden, rondwandelingen. De rondleiding kan worden afgeluisterd op een iPod. Geprobeerd wordt om op deze manier de informatie op specifieke doelgroepen af te stemmen.

2.5 De gewenste samenstelling en doel van de informatiegids

Zoals uit de literatuur blijkt, geven inhoudelijke informatiegidsen bijna zonder uitzondering een beeld vanuit historisch perspectief. De volgende vraag is aan de kastelen voorgelegd: 'Welke informatie zou u in een informatiegids willen terug zien?' Uit de antwoorden blijkt dat kastelen snel terug vallen op de bestaande thema's bouw- en bewonersgeschiedenis. Beide thema's worden acht keer genoemd. Meerdere keren worden de bestaande gidsen genoemd als goed uitgangspunt voor een nieuwe gids, de opbouw van dergelijke gidsen is al aan de orde gekomen.

Tijdens de interviews is gevraagd naar de mening van kastelen betreffende het opnemen van context, de omgeving en relaties van het kasteel met de buitenwereld. Hierop wordt terughoudend gereageerd. Amerongen ziet weinig meerwaarde in de opname van context en omgeving in een gids. De meerwaarde voor het kasteel is twijfelachtig, voor de toeristische sector zou het misschien wel een meerwaarde kunnen zijn. Huis Doorn is gematigd positief: 'Over de omgeving en de context is nog weinig opgenomen, als een gids hier aandacht aan wil besteden moedigen wij dat aan. We zijn er zelf ook mee bezig'. Enkele kastelen (Heeswijk, Huys Dever) geven aan graag informatie over de omgeving mee te nemen. Hierbij wordt onder andere gedacht aan verbetering van de toeristische ontsluiting van het landgoed in de vorm van wandel- en fietspaden. Geopperd wordt om in de gids naar cultureel erfgoed in de omgeving te verwijzen. Een voorbeeld waar de context en omgeving van het kasteel een duidelijke plaats in de informatieverzorging krijgen, is kasteel Geldrop. In de nieuwe gids, bestemd voor de lokale bevolking, wordt met name aandacht besteed aan de rol en betekenis van het kasteel voor de dorpsgemeenschap. Restauraties en een beschrijving van de huidige functie van het kasteel zijn thema's die meerdere malen worden genoemd. Het hoofdthema van deze groep is de manier waarop het kasteel is aangepast aan de huidige tijd. Verder mag in een informatiegids een duidelijke kaart en/of plattegrond niet ontbreken. Voor de leesbaarheid moet er een goede inhoudsopgave zijn en een trefwoordenregister.

Een opmerking die vaker werd gehoord, was dat een informatiegids beter wordt verkocht als deze aansluit op de beleving van het bezoek. Een voorbeeld hiervan is de aandacht voor de persoon Belle van Zuylen. Belle speelt een belangrijke rol tijdens het bezoek aan Slot Zuylen en mag zeker niet in de informatiegids ontbreken.

Het doel en de doelgroep van een informatiegids kunnen moeilijk los van elkaar worden gezien. De doelgroep voor de informatiegids ligt, kort gezegd, bij het algemene museumpubliek. Bij de indeling van de doelgroepen uit tabel 7 is gebruik gemaakt van de indeling van Van Gorp (2003, pp. 71-72).

Zo zijn er verschillende typen bezoekers te onderscheiden. Dagjesmensen bezoeken vaak toevallig een kasteel, bijvoorbeeld tijdens een fietstocht. Het kasteel wordt vluchtig bekeken. De geïnteresseerde leek heeft vaak als doel het kasteel te bekijken en toont een diepgaandere interesse ten opzichte van de dagjesmensen. De kasteelexpert behoort in de indeling van Van Gorp, tot de 'doelgerichte cultuurtoerist'. Hij heeft veel ervaring en kijkt op een eigen manier naar het kasteel. De standaard informatiegids blijkt meestal voor deze persoon te oppervlakkig. Verschillende kastelen trekken specifieke doelgroepen. Zo zijn er kastelen die zich richten op kinderen en families, bijvoorbeeld Heeswijk en Hoensbroek. Een andere doelgroep is de zakelijke klant, Kasteel Woerden en Havezathe Den Berg richten zich voornamelijk op deze categorie.

Doelgroep	Aantal
Kinderen	7
Dagjesmensen	7
Geïnteresseerde leek	10
Kasteelexpert	0
Zakelijk	2
Algemeen	4
Totaal	30

Tabel 7. Doelgroep van de 21 kastelen (meerdere antwoorden mogelijk).

Kastelen met specifieke doelgroepen hechten extra belang aan de afstemming van de informatie op hun bezoekers. Kastelen als Amerongen willen functioneren als een ontmoetingsplek, waarbij ook buitenlandse toeristen en zakelijke klanten worden getrokken. Sommige kastelen proberen hun doelgroep van standaard vijftigplussers te verbreden. Deze verbreding wordt gezocht in de organisatie van verschillende soorten activiteiten en evenementen, bijvoorbeeld extra tentoonstellingen voor specifieke doelgroepen (Sypesteyn, Huys Dever, Heeswijk). Kasteel Amerongen probeert met een project rond de filmregisseur Peter Greenaway het kasteel op een exclusieve manier te presenteren en een jonger publiek te trekken. Kinderen worden gezien als een belangrijke doelgroep. Zeven keer worden kinderen genoemd als doelgroep voor een informatiegids. Kinderen bezoeken het kasteel met familie tijdens evenementen of met school in het kader van een educatief project.

De algemene informatiegids richt zich vooral op de geïnteresseerde leek en volwassenen: 'Het wordt voor ons pas interessant als de gids breder getrokken wordt, het hele landgoed, met haar historie en context moet een plek krijgen in de gids. Een gids beperkt tot alleen het kasteel en/of tuin heeft geen toegevoegde waarde' en ook 'Gezinnen kopen niet snel een informatiegids' (Kasteel Doorwerth, Kasteel Radboud, Huys Dever). De meeste kastelen beschikken over een aparte kinderhoek, met boeken, souvenirs en knutselpakketten van ridders, prinsessen en kastelen (Amerongen, Huis Doorn, Heeswijk, Sypesteyn, Twickel).

Kastelen met een zakelijke en horecafunctie geven aan een informatiegids graag als promotiemateriaal te gebruiken, als visitekaartje van het bedrijf. Kastelen die zelf al informatiegidsen publiceren, zijn op zoek naar de toegevoegde waarde van deelname aan een reeks. Landgoed Twickel wil met een nieuwe gids breder publiek trekken. De huidige doelgroep bestaat voornamelijk uit tuinliefhebbers. Kasteel Sypesteyn beschikt over een eigen algemene informatiegids en ziet graag een gids per collectieonderdeel voor zeer specifiek publiek. De samenhang en context van de collectie moeten duidelijk naar voren komen in deze gids.

2.6 Voorwaarden en financiële haalbaarheid

De lay-out is een belangrijk onderdeel bij de publicatie van een informatiegids. Veel respondenten komen met eigen wensen. Het belangrijkste resultaat is dat de gidsen in een goedkope versie moeten worden uitgebracht.

Prijs van de gids	Aantal	%
Goedkoop	13	76,5
Luxe	1	5,9
Uitgebreide achtergrond	1	5,9
Geen mening	2	11,7
Totaal	17	100

Tabel 8. Gewenste categorie van de informatiegids.

Van de deelnemende kastelen geeft 77% aan behoefte te hebben aan in een gids in de goedkope categorie (tabel 8). Echter, kostenbesparing door middel van een zwart-wit druk is niet meer van deze tijd. Kleurenfoto's, oude en nieuwe plaatjes van het kasteel, mogen niet ontbreken en moeten tevens van goede kwaliteit zijn. Doorwerth geeft aan dat bezoekers best bereid zijn te betalen voor een mooi boekje. Op Sypesteyn na - 'Het gedateerde heeft ook wel wat' - geven de kastelen aan op zoek te zijn naar een moderne uitstraling van de gids. Onder andere Huis Doorn ziet graag het gebruik van moderne grafische mogelijkheden. Heeswijk wijst er op dat de lay-out budget-afhankelijk is.

Tijdens de interviews is het format van het Geldersch Landschap en Geldersche Kasteelen voorgelegd aan de kastelen. De reacties zijn positief, het heeft een moderne uitstraling. Het formaat wordt echter meerdere malen als te groot bestempeld, de gids mag best een slag kleiner. Het oude model van de Nederlandse Kastelenstichting past beter. Belangrijk is dat een gids laagdrempelig, handzaam en makkelijk mee te geven is, het moet een leuk aandenken vormen van het bezoek.

Uit de diepte-interviews komt naar voren dat veel kastelen niet meteen geld ter beschikking hebben voor een informatiegids. De financiële situatie van de kastelen is wisselend. Zelfstandig een gids uitbrengen is voor 44% van de kastelen een mogelijkheid, 31% zegt hiertoe niet in staat te zijn en nog eens 25% heeft een externe bijdrage nodig. Kastelen proberen via fondsen, sponsoring en cetera de middelen voor publicatie bijeen te sprokkelen. Als een landelijke reeks zou worden gemaakt, zou een optie zijn om een subsidieaanvraag voor de gehele reeks in te dienen bij een nationaal fonds. De landelijke samenwerking verhoogt hierbij de kans op subsidietoekenning. Om beter inzicht te krijgen in de financiële mogelijkheden en bijdragen is eerst een heldere opzet van een dergelijke reeks nodig. Kastelen kunnen dan een betere inschatting maken van de toegevoegde waarde (voor kastelen

die al over een informatiegids beschikken) en meerwaarde van een reeks (voor kastelen die op het punt staan een eigen gids uit te brengen). Informatiegidsen worden veelal als dienst aangeboden. Winsten worden niet of nauwelijks gemaakt. Van de twintig kastelen geeft 45% aan uit de publicatiekosten te komen. Huys Dever waar-schuwt voor een te grote oplage, waardoor materiaal jarenlang blijft liggen en veroudert. De verkoop van de gids hangt ook samen met de kosten van het totale bezoek. Als er entreegeld moet worden betaald, is de kans kleiner dat men ook nog geld uitgeeft aan een informatiegids. Ook de manier en hoeveelheid informatie tijdens het bezoek kunnen van invloed zijn op de verkoop van de gids. Een uitgebreide rondleiding maakt de kans groter op dubbele informatie of maakt extra informatie overbodig.

Huis Doorn verkoopt ongeveer 2.000 exemplaren per jaar. De informatiegidsen kosten 5 euro per stuk, men is te spreken over de prijskwaliteitverhouding. Of er ook winst op de gidsen wordt gemaakt is onduidelijk. Het onderzoek laat zien dat een informatiegids niet te duur moet worden. Als richtprijs wordt 5 euro genoemd, de genoemde bedragen variëren van 2,50 tot 15 euro. Enkele kastelen met een horecafunctie kiezen ervoor de informatie gratis te verspreiden, als promotiemateriaal of behorende bij de offerte. Een enkel kasteel koppelt de prijs van de informatiegids aan de entreprijs (Stichting Keverberg Kessel). Op Havezathe Mensinge is er reeds een gids aanwezig (3,50 euro, 38 pagina's), maar wordt gezocht naar een uitgebreidere gids, nog steeds in het goedkope segment. In de overzichtstabel is ook de prijsindicatie voor een nieuwe gids opgenomen. Belangrijk is de herkenbaarheid van de reeks, waardoor een breder publiek wordt bereikt. De bereidheid tot samenwerking is afhankelijk van de opzet en toegevoegde waarde van de reeks.

Het voordeel van een reeks blijkt uit twee voorbeelden. Voor kasteel Doorwerth als onderdeel van het Geldersch Landschap en de Geldersche Kasteelen heeft de herkenning van het format van de gezamenlijke gidsen een positieve uitwerking. Bij herkenning van het logo en de opmaak zijn mensen eerder geneigd de gids te kopen. Daarnaast zorgt een reeks voor een lijn in de promotie van alle Gelderse kastelen. Dit mechanisme zou ook goed kunnen werken op landelijke schaal.

Het Overijssels Particulier Grondbezit geeft aan dat de verkoop van hun boekjes ook na tien jaar nog steeds goed loopt. De gidsen worden verspreid via VVV kantoren, eigenaren, grotere lokale boekhandels en als relatie-geschenk weggegeven. Winst is er op dergelijke reeksen moeilijk te behalen, de schatting is dat deze reeks kostendekkend kan worden als alle boekjes worden verkocht. De oplages zijn per deelnemend kasteel verschillend, variërend van 500-1000 oplages. Beide gidsen worden voor 5 euro verkocht.

Er kan worden gezegd dat herkenbaarheid essentieel is voor het slagen van een reeks. Winstmarges zijn minimaal, maar de boekjes zijn wel kostendekkend te publiceren. Belangrijk hiervoor is om de oplages beperkt te houden. Zowel uit de resultaten van dit onderzoek als uit beide instanties komt naar voren dat een gids in de goedkope categorie moet zitten, waarbij 5 euro een mooie richtprijs is.

3 ■ Kasteelbezoekers en informatie



Kasteel Dussen. Foto Jan Derwig, 2003.

Het tweede deel van het onderzoek richtte zich op de vraagkant. Wat verwacht de bezoeker aan informatievoorziening over kastelen? Voordat er ingegaan wordt op de relatie van bezoekers met informatie wordt er een indeling gemaakt type kasteelbezoekers. Tot slot wordt er gekeken naar de informatieverstrekking. Er wordt ingegaan op zowel de inhoud als de verschillende vormen van het aanbieden van informatie.

3.1 De kasteelbezoeker als toerist

De belangstelling voor erfgoed is de laatste decennia aan het toenemen (Van Gorp, 2003, p. 26). De Haan en Huysmans (2007) hebben onderzocht in welke mate er belangstelling is voor cultureel erfgoed. Hierbij hebben zij bezoekersaantallen van musea en monumenten bestudeerd. Om een zo volledig mogelijk beeld van de belangstelling voor cultureel erfgoed te krijgen, zijn enkele resultaten van beide onderzoeken hieronder weergegeven in tabellen. Onder monumenten worden de objecten verstaan die onder de Monumentenwet van 1988 vallen.

Museumbezoek	1983	1987	1991	1995	1999	2003
Deelname (% van de Nederlandse bevolking)	35	39	41	35	37	38
Aantal bezoeken per 100 inwoners	72	84	86	76	77	82
Frequente bezoekers * (%)	5	6	6	6	6	6
Incidentele bezoekers ** (%)	30	33	35	29	31	32
Aantal bezoeken per bezoeker	2	2,2	2,1	2,2	2,1	2,2

Tabel 8. Museumbezoek, bevolking van 6 jaar en ouder, 1983-2003

Bron: De Haan & Huysmans, 2007, p.68.

* Eén keer per kwartaal of meer,

** Minder dan één keer per kwartaal.

Monumentbezoek	1983	1987	1991	1995	1999	2003
Bezoek (% van de Nederlandse bevolking)	44	45	50	35	37	38
Aantal bezoeken per 100 inwoners	257	255	285	243	233	230
Frequente bezoekers * (%)	6	6	7	6	5	3
Incidentele bezoekers ** (%)	37	39	43	37	37	42
Aantal bezoeken per bezoeker	5,9	5,7	5,7	5,6	5,5	5,1

Tabel 9. Monumentbezoek, bevolking van 6 jaar en ouder, 1983-2003

Bron: De Haan & Huysmans, 2007, p.93.

* Eén keer per kwartaal of meer,

** Minder dan één keer per kwartaal.

Zoals te zien is in de bovenstaande tabellen, is zowel het museumbezoek als het monumentenbezoek procentueel licht gestegen sinds het begin van de jaren '80. De toename valt deels te verklaren door de toename in het aanbod van de musea en de monumenten. Van 180 musea in 1945 steeg het aanbod naar 775 musea in 2003 (De Haan & Huysmans, 2007, p. 61). Ook het aantal rijksmonumenten is fors gestegen. In 1992 was er nog sprake van 43.000 rijksmonumenten, aan het einde van 2003 waren dat er rond de 51.000 (De Haan & Huysmans, 2007, p. 90). Bij zowel de musea als de monumenten is er sprake van een stijging van de incidentele bezoekers. Het aantal frequente bezoekers van monumenten is aan het afnemen, bij musea is het aantal frequente bezoekers al jaren gestagneerd. Er kan uit de tabellen geconcludeerd worden dat een groot aantal mensen musea (38%) en monumenten (45%) bezoekt. Uit gegevens van De Haan en Huysmans (2007) blijkt dat in het jaar 1995 21% van de bevolking van zes jaar en ouder een bezoek bracht aan een kasteel, paleis of landhuis. In het jaar 2003 was dit gestegen naar 25%. Er is dus een toename te constateren in het bezoek aan kastelen. Dit komt overeen met de toename van belangstelling voor erfgoed in het algemeen.

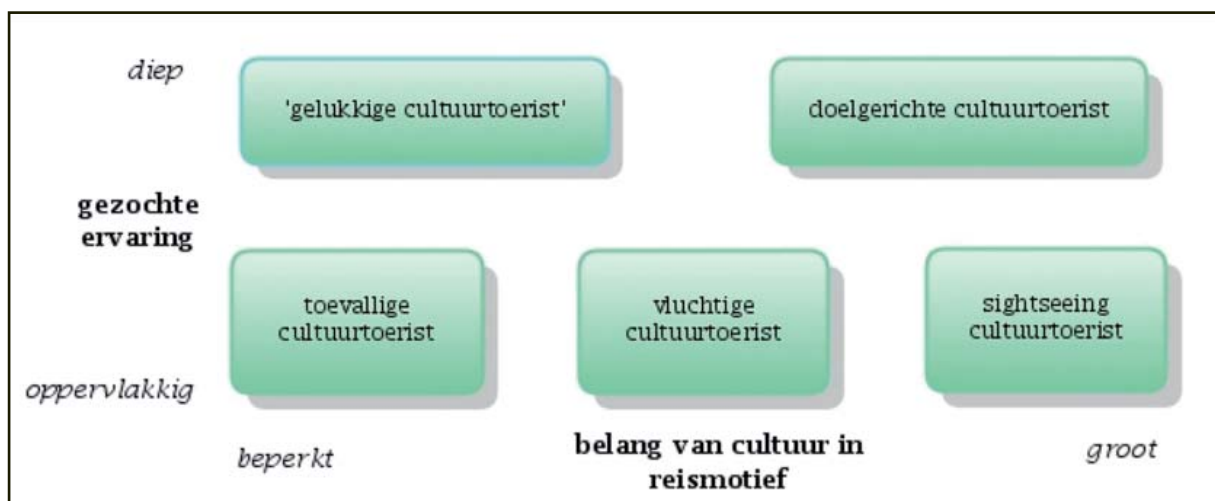
Iemand die een kasteel bezoekt, doet dat vanuit verschillende motieven. Soms is het kasteel zelf de hoofdattractie, soms is het bijzaak, bijvoorbeeld als men te gast is op een huwelijk. Afhankelijk van de reden van het bezoek, ver-

schilt de informatiebehoefte. Al worden kastelen vaker dan vroeger bezocht, het is lastig te onderzoeken hoe de bezoeker het kasteel ervaart en waardeert (Van Gorp, 2003, p. 67-68). Meestal is de waardering gebaseerd op de belevingswaarde van een erfgoedattractie (Van Gorp, 2003, p.71). Een hoge waardering hangt vaak samen met de historiciteit en authenticiteit die het gebouw uitstraalt (Eerelman, 1996, p. 12, Ennen, 2007, p.11). Authenticiteit wordt in onze samenleving hoog gewaardeerd (De Haan & Huysmans, 2007, p. 42)

Enkele maatschappelijke trends spelen een belangrijke rol. Ennen (2007) noemt uniformiteit en globalisering. De wereld wordt een plek waarin plaatsen en processen steeds meer op elkaar gaan lijken. De Haan en Huysmans (2007) noemen de vijf trends van Schnabel: individualisering, informalisering, intensivering, informatisering en internationalisering. Deze vijf sociaal-culturele trends kunnen een rol spelen in de omgang met cultureel erfgoed. Door deze trends lijkt de waardering voor iets origineels toe te nemen, wat ook zichtbaar wordt in de groeiende belangstelling voor de lokale cultuur (Ennen, 2007, p. 11).

Ashworth en Kuipers (2004) benadrukken dat vele individuen op zoek zijn naar hun identiteit, zowel binnen een gemeenschap als in hun omgeving. Deze zoektocht kan zich uiten in belangstelling voor erfgoed; mensen zoeken iets authentieks en unieks (Ennen, 2007, p. 11). Monumenten bieden het gevoel deel uit te maken van een andere wereld (Wielinga, 1999, p. 7). 'De sterke uitstraling van een kasteel of buitenplaats, de geur van het verleden die er omheen hangt, de oude verhalen verbonden aan het gebouw, de indruk van bestendigheid en degelijkheid en de romantiek werken voor de eigenaar en gebruiker statusverhogend' Wielinga 1999, 17)

Van Gorp (2003) hanteert een schema van McKercher en Du Cros waarin cultuurtoeristen in vijf categorieën ingedeeld zijn. Deze indeling is gebaseerd op het gedrag van de cultuurtoeristen, in te delen in twee aspecten: het belang van cultuur bij het kiezen van een bestemming en de mate van diepgang in een toeristische ervaring (Van Gorp, 2003, p. 71).



Figuur 2. Typologie van cultuurtoeristen.
Bron: Van Gorp, 2003, p. 72. (Mc Kercher & Du Cros).

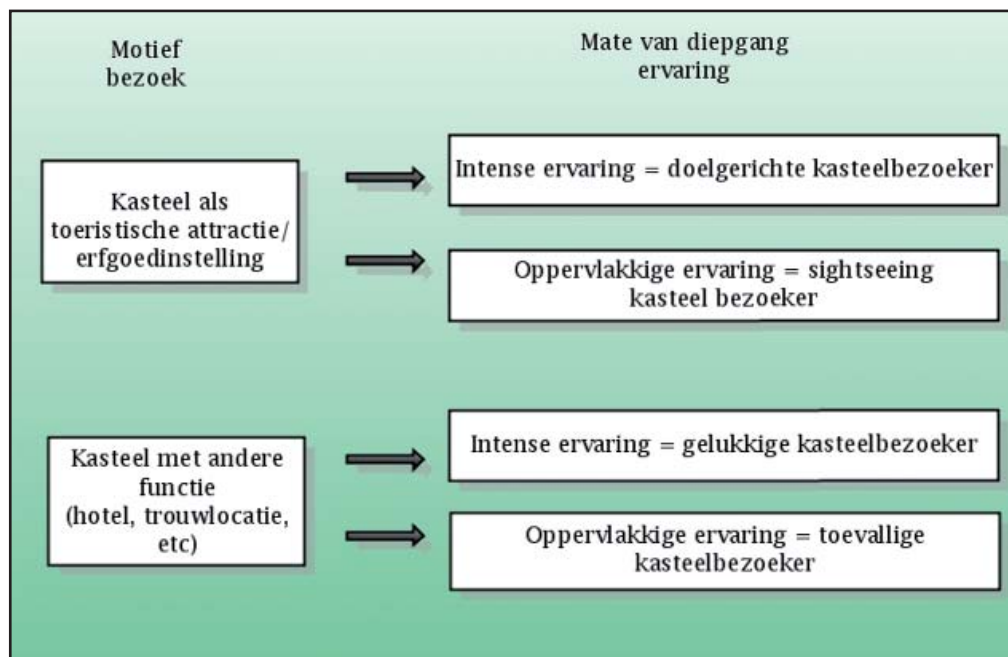
De indeling is niet specifiek gebaseerd op bezoekers van kastelen maar maakt duidelijk dat er verschillende typen erfgoedtoeristen zijn (Van Gorp, 2003, p. 72). Het schema is een bruikbaar uitgangspunt voor het onderscheiden van verschillende typen kasteelbezoekers.

Indeling in type cultuurtoerist met definitie en toepassing op kasteelbezoeker:

1. Doelgerichte cultuurtoerist: het meest van belang voor deze toerist is het opsnuiven van cultuur. Hij heeft hierbij een diepgaande beleving (Van Gorp, 2003, p. 71). Een kasteelbezoeker die regelmatig kastelen bezoekt, ongeacht de ligging of de functie, kan als doelgerichte kasteelbezoeker worden beschouwd. De culturele ervaring zal intens zijn.

2. Sightseeing cultuurtoerist: heeft als doel het opsnuiven van cultuur, maar beleeft dit minder intens (Van Gorp, 2003, p. 71). Een kasteelbezoeker waarbij het bezoek aan het kasteel deel uitmaakt van een bezoek aan een stad of regio. Het kasteelbezoek is geen diepgaande ervaring.
3. Gelukkige cultuurtoerist: kiest niet per definitie voor een culturele ervaring, maar beleeft de culturele ervaring wel intens (Van Gorp, 2003, p. 72). Een kasteelbezoeker die het kasteel bezoekt omdat dit onderdeel uitmaakt van een totaalprogramma. Bijvoorbeeld een kasteelbezoeker waarbij het kasteel op de route ligt van een fiets-tocht.
4. Vluchtige cultuurtoerist: is niet bijzonder geïnteresseerd in cultuur en beleeft de ervaringen oppervlakkig (Van Gorp, 2003, p. 72). Dit zou een kasteelbezoeker kunnen zijn die bewust aanwezig is bij een culturele ervaring, zoals een concertbezoek en met mate enige kennis van het kasteel opsnuift.
5. Toevallige cultuurtoerist: is in het geheel niet cultureel gemotiveerd maar snuift toch enige cultuur op en beleeft dit oppervlakkig (Van Gorp, 2003, p. 72). Een bezoeker van een kasteel die gebruik maakt van de commerciële functie van een kasteel, bijvoorbeeld een grand café en daar enige ervaring opdoet met de cultuur van het kasteel.

Naar aanleiding van figuur 3 en het toepassen van deze indeling op de kasteelbezoeker is er een indeling in type kasteelbezoeker gemaakt. De reden van het bezoek speelt in deze indeling een belangrijke rol. Aan de hand van het motief voor het bezoek wordt de mate van diepgang van ervaring gebaseerd.



Figuur 3. Indeling in type kasteelbezoeker..

Van Gorp (2003) brengt twee begrippen van Moscardo (1996) onder de aandacht die mogelijk in relatie staan met de indeling in type cultuurtoeristen en mogelijk dus ook in type kasteelbezoekers. Dit is de theorie rondom de concepten 'mindfulness' en 'mindlessness'. Een bezoeker die 'mindful' is, zal inhoudelijk meer kennis vergaren bij een bezoek aan erfgoed en hier meer plezier aan beleven dan een bezoeker die 'mindless' is. De laatste is een minder aandachtige bezoeker die minder opneemt uit de aangeboden informatie omdat hij die informatie als niet-relevant ziet (Van Gorp, 2003, p. 78). In relatie tot de indeling in type bezoekers kan er gesteld worden dat bezoeker(s) met een 'oppervlakkige' ervaring niet als 'mindful' gezien kunnen worden. Het onderscheiden van toeristen en bezoekers is op papier een gemakkelijkere opgave dan in de praktijk. Het is immers niet altijd duidelijk wat de reden van het bezoek aan een kasteel is en in welke mate van diepgang de ervaring van de kasteelbezoeker plaats vindt.

3.2 Bezoekers en informatie

De informatiebehoefte van de bezoekers van kastelen staat centraal in dit onderzoek. Het gaat daarbij om de wijze waarop informatie wordt aangeboden en de manier waarop de bezoeker deze informatie verwerkt (Van Gorp, 2003, p. 47). Daarmee hangt een andere tweedeling samen: mentale beelden tegenover materiële beelden (Van der Vaart, 1998, p. 194). Mentale beelden zijn die beelden die de bezoeker heeft ontwikkeld over allerlei aspecten en verschijnselen met betrekking tot een onderwerp, zoals kastelen (Van der Vaart, 1998, p. 194). Materiële beeldvorming is het proces waarbij beelden door middel van internet, kranten, tv, etc. worden gecreëerd om de indruk die men heeft van een bepaald onderwerp te beïnvloeden (Van der Vaart, 1998, p. 194). In dit geval gaat het om de indruk die de kastelen willen oproepen bij hun bezoekers. Daarin speelt een informatiegids een grote rol.

Net zoals het voor aanbieders van producten interessant is te weten wat men van hun producten vindt, is het voor aanbieders van erfgoedtoerisme belangrijk hoe de mentale beelden van bezoekers van erfgoed zijn (Van Gorp, 2003, p. 48). Op die wijze kan er vanaf de materiële kant, de informatieverzorging, worden ingespeeld op de mentale kant; de rol van de bezoeker.

Van Gorp (2003) signaleert dat er weinig onderzoek gedaan is naar de mentale erfgoedbeelden van mensen. Het bestaande onderzoek over beeldvorming is vaak van toepassing op toerisme. Bezoek aan kastelen valt onder erfgoedtoerisme en daarom is onderzoek naar erfgoedtoerisme ook voor kastelen relevant. Van belang bij de relatie tussen de mentale en materiële beelden is de 'tourist gaze'. Dit begrip van John Urry omschrijft van der Vaart (1998) als een blikrichting waarmee toeristen kijken naar een bepaald gebied of stad. De elementen en objecten spelen daarin niet de hoofdrol, maar de context waarin het zich bevindt. Er is niet één bepaalde 'tourist gaze'. Deze is anders voor elke sociale groep, maatschappij of periode (Urry, 1990, p.1). Dit begrip is van toepassing op zowel de mentale als de materiële kant van beeldvorming (Van Gorp, 2003, p. 49). Wanneer de aanbieder van informatie door heeft welke 'blikrichting' de doelgroep heeft, valt hier gemakkelijk op in te spelen. Van der Vaart spreekt de verwachting uit dat de inhoud van reisgidsen gebaseerd is op de wensen en behoeften van de toerist. Om die reden zou een reisgids een goede afspiegeling kunnen zijn van de blikrichting van de reizigers (Van der Vaart, 1998, p. 156). Later in deze paragraaf wordt er gekeken naar de overeenkomsten tussen reisgidsen en informatiegidsen over kastelen en welke conclusies daaruit kunnen worden getrokken, die interessant zijn voor dit onderzoek.

Het begrip 'beleving' is eveneens van toepassing op de rol van de bezoeker. Brunsmann (1976) omschrijft beleving als 'het waarnemen van objecten en andere gegevens door middel van zintuigen'. Het 'waarnemen' kan beschouwd worden als informatieverwerking. Wanneer een persoon iets waarneemt in een ruimtelijke omgeving komt er veel informatie binnen. Uit de geboden informatie wordt een selectie gemaakt. Daarna wordt de informatie verwerkt en ontstaat een beeld van de ruimtelijke omgeving (Brunsmann, 1976, p.50).

De beleving kan van invloed zijn op het gedrag van een persoon (Brunsmann, 1976, p. 50). Ennen (2007) noemt onder andere in dit verband het begrip 'binding': 'Zo is de mate waarin bezoekers zich verbonden voelen met een bestemming, van welke aard dan ook, van invloed op het gedrag van bezoekers, hun beleving en hun keuzes om de bestemming (weer) te bezoeken.' Een vorm van binding kan een informatiegids zijn.

Er is weinig bekend hoe de beeldvorming over erfgoed tot stand komt. Coeterier (1995) heeft de beleving van cultuurhistorische objecten door bewoners in Den Bosch en omgeving onderzocht. Een paar conclusies zijn voor onderhavig onderzoek van belang. Zo bleek dat er zowel een grote behoefte als een groot tekort aan informatie is. De bewoners die werden geïnterviewd, waren leken op het gebied van erfgoed. Zij hadden geen achtergrondkennis (Van Gorp, 2003, p. 73). Wanneer er informatie over het cultuurhistorisch object gegeven werd, steeg de waardering voor dat object direct. Er bleek interesse voor het verhaal achter het object. Eveneens bleek dat deskundigen op het gebied van erfgoed te hoge verwachtingen hadden. Zij gingen er vanuit dat het publiek meer kennis over erfgoed had dan daadwerkelijk het geval was (Van Gorp, 2003, p. 72). Coeterier (1995) die dit onderzoek uitvoerde in opdracht van het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij adviseerde: 'Geef zoveel mogelijk en op zoveel mogelijk manieren informatie over cultuurhistorische objecten'.

Een eerder onderzoek van Brunsmann (1976) toonde eveneens het belang van kennis en opleidingsniveau aan. Mensen met een laag opleidingsniveau en weinig kennis van de vaderlandse geschiedenis bleken weliswaar een

intensieve beleving hebben van de monumenten in hun directe omgeving maar het gebrek aan algemene kennis wreekte zich bij monumenten die verder weg gelegen waren. Daardoor ontbrak ook de beleving. (Brunsmann, 1976, p. 153). Hoger opgeleiden met meer achtergrondkennis bleken monumenten intensiever te beleven. (Brunsmann, 1976, p. 154).

Uit beide onderzoeken komt naar voren dat kennis en informatie belangrijk zijn bij de waardering van een cultuurhistorisch object of monument. Om de uitkomsten in een breder kader te plaatsen, onderzoeken we in het volgende gedeelte van deze paragraaf het effect van informatie in reisgidsen op toeristen. Zoals al eerder genoemd valt een bezoek aan een kasteel onder erfgoedtoerisme. Veel onderzoek naar beeldvorming van toeristen en/of bezoekers is gebaseerd op de invloed van de reisgids. Net als informatie over erfgoed geven reisgidsen een selectief beeld van een land, gebied of stad (Van der Vaart, 1998, p. 193). We lichten er enkele aspecten uit die van toepassing zouden kunnen zijn op kasteelgidsen.

Een reisgids wordt samengesteld om informatie en beelden over een bepaald gebied aan te bieden. De keuze voor bepaalde stukken tekst en bepaalde beelden komt voort uit wat de doelgroep verwacht, welke ontwikkelingen er in een gebied hebben plaatsgevonden en wat er mogelijk is (Van der Vaart, 1998, p. 193). Reisgidsen zullen altijd op de hoogte moeten blijven van veranderingen in een gebied en van veranderingen in de doelgroep, om zo de strijd met de concurrentie te kunnen blijven aangaan. Informatie moet dus up to date blijven, wil de doelgroep het blijven lezen (Van Gorp, 2003, p. 64).

McGregor (2000) heeft onderzoek gedaan naar het effect van een reisgids op reizigers in het gebied Tana Toraja in Indonesië. Van Gorp (2003) gebruikt dit om de mate van aandacht die reisgidsen besteden aan verschillende aspecten van de bestemming onder de aandacht te brengen.

Vier categorieën komen hierbij aan de orde:

1. Het ongeziene: aspecten die niet werden vermeld in een reisgids en niet gezien werden door de reizigers.
2. Het onbekende: aspecten die niet of nauwelijks genoemd werden in een reisgids maar wel ontdekt werden door reizigers.
3. Het verbeelde: aspecten die in alleen in woorden naar voren kwamen in een reisgids, maar niet in beelden. Reizigers vormden een eigen beeld van deze aspecten.
4. Het bekende: aspecten die uitvoerig beschreven zijn en waarvan er veel afbeeldingen in de reisgids staan.

Al waarschuwt Van Gorp (2003) ervoor dat het onderzoek van McGregor niet zomaar gegeneraliseerd mag worden (het onderzoek betreft namelijk alleen reizigers in Tana Toraja en geen (massa) toeristen), toch is het goed mogelijk dat de vier bovengenoemde categorieën van toepassing zijn op informatiegidsen over kastelen en het effect van informatiegidsen op kasteelbezoekers. De interesse van bezoekers zou gestuurd kunnen worden door 'het verbeelde' en 'het bekende'. Bij 'het verbeelde' kan er gedacht worden aan de volksverhalen die naar voren komen in informatiegids. Vaak wordt er gekozen voor een aantal volksverhalen, een belangrijke persoon of een periode. De bezoeker vormt dan in zijn of haar hoofd bijvoorbeeld een beeld van het leven van die belangrijke persoon op het kasteel. In werkelijkheid hebben er meerdere personen op het kasteel gewoond, maar daar wordt geen aandacht aangeschonken. Die personen bestaan niet voor de bezoeker en behoren tot 'het ongeziene'. Bij 'het bekende' kan er gedacht worden aan informatie die vooraf door bezoekers is ingewonnen. Dat kan informatie over de ligging, de grootte en de huidige functie van het kasteel zijn. De specifieke aspecten die een kasteel bijzonder maken kan ook informatie zijn die bij bezoekers dan al bekend is.

3.3 Informatiepresentatie aan bezoekers

De laatste uitgebrachte reeks van informatiegidsen per kasteel van de Nederlandse Kastelenstichting is bestuurd op de inhoud van de informatie. Deze betreft veelal dezelfde informatie; de bouwstijl van het kasteel, de tijd waarin het kasteel gebouwd is, de (voormalige) bewoners van het kasteel en welke diensten het kasteel tegenwoordig aanbiedt. Onderwerpen die minder vaak aanbod komen zijn: restauraties, informatie over archeologisch onderzoek en informatie over de tuin of het park van het kasteel. Daarnaast is de sociale en economische context niet terug te zien. De informatie is dus nogal selectief. Dat is ook terug te zien in andere kastelengidsen.

Ook is vaak sprake van vereenvoudiging, omdat de (vaak ambivalente) informatie over het verleden niet altijd gemakkelijk in kort bestek te presenteren is. Daarbij komt kijken dat aanbieders van erfgoed er vaak de voorkeur aangeven om een zo simpel mogelijke versie van het verleden te presenteren (Van Gorp, 2003, p. 62). Ten tweede wordt de context van het object vaak achterwege gelaten. Vaak betreft het informatie over het historische achtergronden en de ruimtelijke omgeving van het object (Van Gorp, 2003, p. 62). Ten derde is er bij informatiever-schaffing van erfgoed vaak sprake van een hoog commercieel of entertainmentgehalte (Van Gorp, 2003, p. 61). De verklaring hiervoor ligt grotendeels bij het feit, dat dit verbonden is aan het streven om zo veel mogelijk be-zoekers te trekken. Het probleem is echter dat wanneer de nadruk komt te liggen op entertainment de educatieve kant naar de achtergrond verdwijnt (Van Gorp, 2003, p. 64). Bovendien is niet alles uit het verleden interessant genoeg om bezoekers mee aan te trekken. Dit leidt soms tot het herschrijven van de geschiedenis, waardoor het gepresenteerde beeld steeds verder van de 'waarheid' af komt te liggen (Van Gorp, 2003, p. 64). Even ambivalent is de omgang met het begrip authenticiteit. Wanneer een kasteel authentiek genoemd wordt, wekt dat de indruk dat het in originele staat verkeert. Dit is echter relatief, want aan elk gebouw zijn aanpas-singen gedaan (Eerelman, 1996, p. 12). Beperkte informatie kan dus leiden tot onjuiste beeldvorming. Van Gorp (2003) stelt echter dat niet alle informatie van erfgoedattracties oppervlakkig weergegeven wordt. Zij haalt bo- vendien Lowenthal aan: 'het is beter om een verkeerd beeld te hebben van het verleden dan helemaal geen beeld.' De opkomst van 'digitaal erfgoed' biedt voor erfgoedinstellingen nieuwe mogelijkheden. Collecties en informatie kunnen via het internet onder de aandacht worden gebracht. Zo kan interesse voor een bezoek worden opgewekt (De Haan & Huysmans, 2007, p. 34). Via internet kunnen veel meer mensen worden bereikt dan voorheen. Deze relatief nieuwe vorm van informatiepresentatie wordt door de meeste kastelen dan ook gebruikt. Andere vormen van informatieverzorging die op kastelen kunnen voorkomen zijn: bordjes met informatie, audiotour (informatie via een koptelefoon), informatiefolders, rondleidingen, wandelroutes, speurtochten voor kinderen, themaboeken en algemene kastelengidsen.

3.4 Onderzoekshypothesen

Verschillende aspecten zijn van invloed op de informatiebehoefte. De reden van het bezoek aan kasteel wordt mede bepaald door de functie die een kasteel uitoefent. Persoonlijke kenmerken spelen eveneens een rol. De informatieverstrekking moet worden afgestemd op de behoefte. Onder informatieverstrekking worden de ver- schillende vormen van informatie verstaan en op welke wijze dit bij bezoekers wordt gepresenteerd. De volgende onderzoeksvragen waren het uitgangspunt:

1. Is er sprake van informatiebehoefte onder bezoekers?
2. In hoeverre is er sprake van een verschil in informatiebehoefte per type bezoeker?
3. Hoe worden de verschillende vormen van informatieverstrekking gewaardeerd door bezoekers van kastelen?
4. Op welke onderwerpen concentreert zich de informatiebehoefte van bezoekers aan Nederlandse kastelen?

Dit deel van het onderzoek is uitgegaan van enkele hypothesen. Door middel van toetsingsonderzoek wordt ver- volgens nagegaan of de hypothesen worden gesteund (Baarda en de Goede, 2006, p. 106). In het vervolg van deze paragraaf wordt per deelvraag besproken welke hypothesen er aan bod zullen komen.

Deelvraag 1: Is er sprake van informatiebehoefte onder bezoekers?

Alvorens er gesproken kan worden over de inhoud of vorm van informatiebehoefte is het van belang om vast te stellen of er sprake is van behoefte aan informatie. Op basis van het feit dat vele kastelen en andere erfgoedinstel- lingen beschikken over verschillende vormen van informatie wordt er verwacht dat dit aanbod gebaseerd is op de vraag van de bezoekers naar informatie. Deze verwachting heeft geleid tot het opstellen van de volgende hypo- these:

- *Onder bezoekers van kastelen bestaat er behoefte aan informatie over het kasteel*

De volgende vraag die zich dan opdringt is: op welk moment hebben bezoekers van kastelen behoefte aan informatie?. Het is mogelijk dat bezoekers zich graag vooraf verdiepen in het kasteel dat ze bezoeken, door bijvoorbeeld internet te raadplegen. Andere bezoekers hebben misschien na afloop van het bezoek de behoefte om enkele dingen na te lezen in een folder of informatiegids of juist tijdens het bezoek informatie te verkrijgen door middel van een rondleiding. Onderstaande hypothese is gebaseerd op de verwachtingen dat het per bezoeker verschilt op welk tijdstip er behoefte is aan informatie;

- ***Bezoekers van kastelen hebben op verschillende tijdstippen (vooraf, tijdens en na afloop van het bezoek) behoefte aan informatie.***

Beide hypothesen zullen aan de hand van de verkregen resultaten uit de enquête onderzocht worden.

Deelvraag 2: In hoeverre is er sprake van een verschil in informatiebehoefte per type bezoeker?

Wanneer eenmaal bekend is in welke mate er onder bezoekers van kastelen behoefte is aan informatie kan worden gekeken naar de kenmerken die bepalend zijn voor een type bezoeker. Deze kenmerken kunnen eventueel van invloed zijn op de behoefte aan informatie. De reden van het bezoek is een van de aspecten die mogelijk van invloed kan zijn op de informatiebehoefte. Dit heeft geleid tot de volgende hypothese:

- ***Er bestaat een verband tussen de reden van bezoek aan een kasteel en de behoefte aan informatie.***

Naast de reden van het bezoek zijn andere kenmerken van bezoekers aan het kasteel eventueel ook van invloed op de informatiebehoefte. Het is bijvoorbeeld mogelijk dat bezoekers die regelmatig een kasteel bezoeken meer behoefte aan informatie hebben dan andere bezoekers en dat bezoekers die meer activiteiten op een dag ondernemen minder behoefte hebben aan informatie:

- ***Er bestaat een verband tussen het aantal kasteelbezoeken per bezoeker en de behoefte aan informatie.***
- ***Er bestaat een verband tussen het ondernemen van andere activiteiten in combinatie met kasteelbezoek en de behoefte aan informatie.***

Deze drie hypothesen worden beantwoord aan de hand van statistische toetsing.

Deelvraag 3: Hoe worden de verschillende vormen van informatieverstrekking gewaardeerd door bezoekers van kastelen?

Er zijn vele vormen van informatieverstrekking. Niet alle kastelen bieden alle vormen van informatieverstrekking aan. Naar welke vormen gaat de voorkeur van de bezoeker uit, naast de informatiegids? De verwachting is dat bezoekers het meest gebruik maken van de meest toegankelijke vormen van informatieverstrekking, zoals de website, een folder en informatiebordjes. Dit zijn tevens vaak gratis vormen van informatieverstrekking. Aan de hand van deze verwachting is de eerste hypothese als volgt:

- ***Bezoekers van kastelen maken meer gebruik van de gratis vormen van informatieverstrekking.***

Om deze deelvraag te beantwoorden wordt de interesse van bezoekers voor een informatiegids geanalyseerd. Op deze vorm van informatieverstrekking wordt dieper ingegaan dan op andere vormen, om op deze wijze de Nederlandse Kastelenstichting meer inzicht te bieden in de wensen en behoeften van de bezoekers met betrekking tot een informatiegids per kasteel. De verwachting betreffende de interesse in een informatiegids wordt als volgt vertaald in een hypothese:

- ***Er bestaat voldoende draagvlak voor het kopen van een informatiegids.***

Aan de hand van de enquêtevragen die specifiek over de informatiegids gaan zal deze hypothese worden bevestigd of verworpen.

Deelvraag 4: Op welke onderwerpen concentreert de informatiebehoefte zich van bezoekers van Nederlandse kastelen?

Op basis van de bestudeerde literatuur is er de verwachting dat men interesse heeft in onderwerpen die vaak worden aangeboden. Zowel Janssen (1996) als Liddiard (2005) benadrukken het feit dat er weinig bekend is over de sociale, economische en symbolische functies van het kasteel. De bestaande informatie beperkt zich tot de bouwstijl, de bewoners en de geschiedenis van het kasteel. Dat zijn de onderwerpen die in de bestaande gidsen aan de orde komen. Deze onderwerpen spelen een grote rol in het sturen van de blikrichting van de bezoeker. De onderwerpen waar weinig over geschreven is, zullen bij de bezoekers minder interesse opwekken. De verwachting is dus tweeledig:

Gezien het feit dat in de huidige informatieverstrekking geschiedenis, bewonersverhalen en bouwstijl het meest naar voren komen wordt er verwacht dat deze onderwerpen de meeste interesse opwekken onder bezoekers. Gezien het feit dat er in de literatuur weinig informatie beschikbaar is over de sociale en economische context van kastelen wordt er verwacht dat er weinig interesse zal zijn in deze onderwerpen.

Vanuit deze twee verwachtingen is de volgende hypothese opgesteld:

- *De informatiebehoefte van bezoekers concentreert zich voornamelijk op de onderwerpen die aangeboden worden.*

Gezien de tweeledige achtergrond van deze hypothese zal deze ook van twee kanten benaderd worden en wordt er aan beide verwachtingen een conclusie verbonden.

3.5 Onderzoekspopulatie en referentiegebied

De bezoekers van kastelen staan in dit onderzoek centraal en zijn dus de gehele onderzoekspopulatie. Omdat niet alle Nederlandse kasteelbezoekers op alle kastelen ondervraagd konden worden, is een steekproef getrokken (Baarda & de Goede, 2006, p. 148). Met de uitkomsten van deze steekproef kan men met behulp van statistische toetsen uitspraken doen over de gehele populatie (Baarda en De Goede, 2006, p. 149). In het geval van een aselechte steekproef hebben alle eenheden uit de onderzoekspopulatie even veel kans om bij het onderzoek betrokken te worden. Alle eenheden worden volledig willekeurig getrokken. Bij een selecte steekproef is dat niet het geval en hebben niet alle eenheden even veel kans om getrokken te worden. In het geval van een selecte steekproef is het niet mogelijk om door middel van statistiek uitspraken te doen over de gehele populatie, daarom is er bij dit onderzoek gekozen voor een aselechte steekproef.

Bij de keuze op welke kastelen het onderzoek zou plaatsvinden, is, behalve op bereidheid van de eigenaar tot medewerking, vooral gelet op de geografische spreiding en de functie.

Aan de hand van het onderzoek van de Haan en Huysmans (2007) naar de belangstelling voor cultureel erfgoed kan er een schets worden gemaakt van de kenmerken van de doelgroep: bezoekers van kastelen. Voor het jaar

2003 is er gekeken naar het gemiddeld aantal bezoeken per jaar aan een monument, onderverdeeld in persoonskenmerken. Een deel van deze resultaten wordt hieronder weergegeven in tabel 10 en 11.

Leeftijd	
12 - 19	2,2
20 - 34	1,8
35 - 49	2,5
50 - 64	2,8
65 - 79	2,4
80 en ouder	1,6

*Tabel 10 en 11: Gemiddeld aantal monumentbezoeken per jaar, verdeling naar persoonskenmerken, 2003.
Bron: De Haan & Huysmans, 2007.*

Geslacht	
Man	2,2
Vrouw	2,3

Het gemiddeld aantal bezoeken per jaar ligt bij vrouwen iets hoger dan bij mannen. De leeftijdscategorie 50 tot 64 jaar bezoekt gemiddeld de meeste monumenten per jaar. Aan de hand van deze gegevens kan er worden verwacht dat de doelgroep van dit onderzoek uit meer vrouwen dan mannen bestaat en dat de leeftijd vaak tussen 50 en 64 jaar zal liggen. Omdat de leeftijdsgroepen 35-49 jaar en 65-79 jaar ook goed vertegenwoordigd zijn in het gemiddeld aantal kasteelbezoeken per jaar wordt er verwacht dat deze leeftijdscategorieën ook voor een groot gedeelte tot de doelgroep behoren. Het referentiegebied is niet gemakkelijk af te bakenen. De bezochte kastelen vallen namelijk niet onder één geografisch afgebakend gebied. De kastelen liggen verspreid over heel Nederland en zijn gekozen op basis van bereidwilligheid en verschil in functie. In totaal is er een bezoek gebracht aan zes kastelen.

De functie van de kastelen en de diensten die zij verzorgen, is voor het resultaat van het onderzoek van groot belang. Het verschil in functie trekt verschillende type bezoekers. Er is bewust gekozen voor het benaderen van bezoekers tijdens verschillende activiteiten op de kastelen. Kasteel Dussen, Kasteel Heeswijk, Kasteel Sypsteyn en Huys Dever zijn open voor bezoekers en bieden rondleidingen aan. Kasteel Woerden en Kasteel Twickel bieden geen rondleidingen aan, maar hebben het kasteel in een andere context geplaatst. Zo ligt de nadruk bij Kasteel Twickel op de tuinen en is het kasteel niet van binnen te bezichtigen. Kasteel Woerden is deels een Grand Café en heeft de prioriteit bij de horeca liggen. Kasteel Dussen, Kasteel Heeswijk en Kasteel Sypsteyn organiseren naast rondleidingen andere activiteiten zoals concerten en tentoonstellingen.

De verschillende activiteiten op de kastelen zorgen ook voor een verschil in het aantal bezoekers per kasteel. Kasteelbeheerders en eigenaren gaven voorafgaand aan het kasteelbezoek aan dat het aantal bezoekers per dag moeilijk in te schatten is. In vakanties en weekenden worden de meeste kastelen vaak beter bezocht dan op een normale werkdag. De meeste van de bezochte kastelen openen hun deuren vanaf 1 april of 1 mei. Een groot gedeelte van de enquêtes werden afgenomen in de meivakantie (25 april tot 5 mei 2009), in de verwachting dan meer bezoekers op de kastelen aan te treffen.

Zoals al eerder genoemd zijn de kastelen onder andere gekozen op basis van bereidwilligheid. Ruim 25 kastelen waren geselecteerd op basis van functie en geografische spreiding. Ten eerste zijn er acht kastelen per mail benaderd met de vraag of ze medewerking wilde verlenen aan dit onderzoek. Gezien de tijd leek een aantal tussen de zes en acht kastelen geschikt om te bezoeken. Vervolgens is met twee kastelen een afspraak gemaakt. Tegelijkertijd zijn vijf andere kastelen per mail en telefonisch benaderd. Hieruit ontstonden er drie afspraken. Later werd nog een zesde kasteel bereid gevonden tot medewerking. Kasteel Dussen is tweemaal bezocht, tijdens verschillende activiteiten.

3.6 Dataverzamelmethode

Bij het verzamelen van informatie is hoofdzakelijk gebruikt gemaakt van gestructureerd kwantitatieve gegevens middels een enquête. Dit is een gemakkelijke en snelle methode om veel verschillende kanten van een onderwerp te belichten en tegelijkertijd veel mensen te bereiken (Baarda en de Goede, 2006, p. 220).

Er is gekozen om de vragenlijsten groepsgewijs te laten invullen, omdat dit het beste van toepassing is op de doelgroep. Bezoekers van kastelen zijn namelijk het gemakkelijkst te bereiken vlak voor of na het deelnemen aan een rondleiding of bij binnenkomst op een kasteel. De lijsten kunnen bovendien meteen weer ingenomen worden en gecontroleerd worden of alles ingevuld is. Wel moet er rekening gehouden worden met het feit dat mensen neigen om gezamenlijk de lijst in te vullen (Baarda en de Goede, 2006, p. 227). Bovendien moet de steekproef representatief blijven. Daarom zijn er bij verschillende rondleidingen, tijdstippen en locaties binnen de kasteelmuren willekeurige bezoekers benaderd. Er is alleen rekening gehouden met leeftijd; mensen onder de 16 jaar zijn niet aangesproken.

De enquêtes mondeling afnemen was in dit geval geen optie in verband met de tijd. Na het afnemen van een mondelinge enquête zou de kans groot zijn dat de rest van de groep bezoekers vertrokken was. Het schriftelijk invullen van de vragenlijst duurt vier à vijf minuten, het mondeling invullen neemt ruim tien minuten in beslag.

Alvorens er begonnen werd met het uitvoeren van het daadwerkelijke onderzoek heeft er eenmalig een kwalitatief interview plaatsgevonden met de kasteelbeheerder van Kasteel Doorwerth. Kasteel Doorwerth is aangesloten

bij het Geldersch Landschap en Geldersche Kasteelen. Deze stichting heeft ervaring met het uitbrengen van een reeks informatiegidsen per kasteel. Naast de informatiegids beschikt het kasteel over een website, educatief materiaal in de vorm van folders, een handboek, materiaal voor kinderen en een folder met een wandelroute.

De enquête bestaat uit twee delen; de eerste vier vragen hebben betrekking op kastelenbezoek. Bij vraag 2 tot en met vraag 4 ligt de nadruk op het kasteel dat op het moment van het afnemen van de enquête bezocht wordt. Vraag 5 tot en met vraag 35 hebben betrekking op kastelenbezoek in het algemeen. Het eerste gedeelte van deze vragen, vraag 5 tot en met vraag 23 gaan over de informatiebehoefte, de overige vragen gaan over de informatieverstrekking. De enquête is achtrin dit rapport opgenomen als bijlage 1.

De enquête bevat zowel directe als indirecte vragen. Beide soorten vragen hebben voor- en nadelen. Directe vragen geven meestal rechtstreeks toegang tot de informatie die gezocht wordt (Baarda en de Goede, 2006, p. 184). De indirecte vragen in de enquête dienen ter controle en geven extra inzicht in de geïnterviewden. Vraag 5 van de enquête vraagt bijvoorbeeld direct naar de mate van informatiebehoefte, waarbij de bezoeker de volgende stelling moet beantwoorden met ja of nee: 'Als ik een kasteel bezoek heb ik behoefte aan informatie over het kasteel'. Later in de enquête wordt er gevraagd naar de interesse in de vormen van informatieverstrekking. Op deze wijze wordt er indirect gevraagd naar de behoefte van informatie.

De enquête bevat zowel open als gesloten vragen. De meeste vragen zijn gesloten vragen. De open vragen dienen vooral ter verdieping van de gesloten vragen.

Een groot gedeelte van de vragen wordt gesteld in de vorm van een stelling en gemeten aan de hand van een antwoordschaal. Het aantal categorieën hangt af van de complexiteit van de vraag en de mate van nuancering in het antwoord (Baarda en de Goede, 2006, p. 238). Er is gekozen voor een vijfpuntsschaal. Dit omdat de vragen vaak een zo genuanceerd mogelijk antwoord vergen. Bovendien bleek na afname van een proefenquête dat een schaal met vijf categorieën voldeed.

3.7 Resultaten

In deze paragraaf wordt aan de hand van enkele tabellen een kort overzicht gegeven van de geënuquëerde bezoekers. In totaal zijn er 106 enquêtes afgenomen op zes verschillende kastelen in Nederland.

Een overzicht van het aantal afgenomen enquêtes per kasteel valt af te lezen in tabel 12.

Niet alle kastelen hebben evenveel bezoekers. Dit verklaart het feit dat er per kasteel verschillende aantallen afgenomen enquêtes zijn. Op Kasteel Dussen is tweemaal geënuquëerd, tijdens een evenement (een concert) en tijdens een dag waarop rondleidingen werden gegeven. Dussen is een kasteel dat verschillende activiteiten organiseert op het kasteel en om die reden ook verschillende type bezoekers aantrekt. Door tweemaal te enuquëteren is er geprobeerd zo veel mogelijk verschillende bezoekers te bereiken.

Geslacht	Aantal	%
Man	38	35,8
Vrouw	68	64,2
Totaal	106	100

Tabel 13. Verdeling respondenten naar geslacht, 2009..

Uit tabel 13 blijkt dat er veel meer vrouwen dan mannen de enquête hebben ingevuld. In werkelijkheid was het verschil onder de bezoekers tussen het aantal mannen en vrouwen niet zo groot, de vrouwen waren echter bereidwilliger om de enquête in te voeren dan mannen. Bij het benaderen van de respondenten is er gericht op volwassen en jongeren boven de 16 jaar. Op een aantal kastelen waren er gezinnen met jonge kinderen. Kinderen behoren niet tot de doelgroep want zij kopen zelf geen informatiegids.

In tabel 14 is het aantal respondenten naar leeftijd weergegeven. Een percentage van 9,5 personen heeft bij het invullen van de enquête geen

Kasteel	Aantal	%
Kasteel Dussen	53	50,0
Kasteel Heeswijk	22	20,7
Kasteel Sypesteijn	17	16,0
't Huys Dever	6	5,7
Kasteel Twickel	6	5,7
Kasteel Woerden	2	1,9
Totaal	106	100

Tabel 12. Overzicht kastelen en afgenomen enquêtes, 2009.

Leeftijdsklasse	Aantal	%
10 - 19 jaar	1	0,9
20 - 29 jaar	16	15,1
30 - 39 jaar	15	14,2
40 - 49 jaar	17	16,0
50 - 59 jaar	19	17,9
60 - 69 jaar	21	19,8
70 jaar en ouder	7	6,6
Leeftijd onbekend	10	9,5
Totaal	106	100

Tabel 14. Verdeling respondenten naar leeftijdsklasse, 2009.

leeftijd ingevuld. Omdat de enquête onder de bezoekers is uitgedeeld en later weer is ingenomen, was het niet altijd mogelijk om de bezoekers mondeling te vragen naar hun leeftijd of zelf een inschatting te maken. De verschillende leeftijdsgroepen zijn allemaal ongeveer even goed vertegenwoordigd. De leeftijdsgroep 60 tot 69 jaar is het sterkst vertegenwoordigd met bijna 20 procent. De andere leeftijdsgroepen zitten daar vlak achter. Er was één bezoeker onder de 20 jaar die de enquête heeft ingevuld. Andere bezoekers in die leeftijdscategorie waren op het moment van enquêteren niet of nauwelijks aanwezig op de kastelen.

Zoals verwacht heeft een groot gedeelte van de bezoekers positief geantwoord op de vraag of zij tijdens het bezoek aan een kasteel behoefte hadden aan informatie over het kasteel. Ruim 92 procent van de 106 geënquêteerden gaf aan bij een kasteelbezoek behoefte te hebben aan informatie over het kasteel. Naar aanleiding van het overtuigend positieve resultaat op de vraag of bezoekers behoefte hebben aan informatie kan de eerste hypothese bevestigd worden.

Naast de vraag of er sprake is van informatiebehoefte onder bezoekers is er ook onderzocht op welk moment rondom het bezoek er behoefte was aan informatie over het kasteel. In tabel 15 valt af te lezen op welke tijdstippen de meeste bezoekers behoefte hadden aan informatie. De meerderheid van de geënquêteerde bezoekers gaf aan **tijdens** het bezoek aan het kasteel behoefte te hebben aan informatie over het kasteel. Voorafgaand aan het bezoek van een kasteel verdiepen het minst aantal bezoekers zich in informatie over het kasteel, zo blijkt uit de enquête. Na afloop van het bezoek geeft ruim 30 procent aan zich nog te verdiepen in informatie over het kasteel.

Informatie behoefte	Ja	Nee
Voorafgaand aan het bezoek	17,9	82,1
Tijdens het bezoek	86,8	13,2
Na afloop van het bezoek	32,1	67,9

Tabel 15. Behoeftte aan informatie bij bezoekers, op verschillende tijdstippen, in %.

Aan de hand van de bovenstaande tabel kan de hypothese 'Bezoekers van kastelen hebben op verschillende tijdstippen (vooraf, tijdens en na afloop van het bezoek) behoefte aan informatie' deels bevestigd worden. Het is waar dat er op verschillende tijdstippen behoefte aan informatie bestaat onder bezoekers; zowel vooraf, tijdens als na afloop van het bezoek hebben bezoekers aangegeven behoefte te hebben aan informatie. Men kan voorafgaand aan het bezoek bijvoorbeeld informatie inwinnen via het internet of door het kopen van een gids bij een VVV-kantoor of boekhandel. Het is goed mogelijk dat bezoekers ook informatie opzoeken na het bezoek, wanneer de interesse gewekt is en de behoefte naar informatie gegroeid is. De overgrote meerderheid blijkt vooral tijdens het bezoek behoefte te hebben aan informatie.

Valt deze behoefte aan informatie te verklaren uit de reden van het bezoek aan het kasteel? De verschillende redenen om het kasteel te bezoeken leiden tot verschillende type bezoekers, die allen het kasteel anders zullen ervaren. Kennis en informatie bleken van invloed op de diepgang van de beleving van een bezoek aan een kasteel. Interessant is eveneens om te weten of er sprake is van een verschil in informatiebehoefte per type bezoeker. Vandaar de vraag: in hoeverre is er sprake van een verschil in informatiebehoefte per type bezoeker?

Deze deelvraag wordt beantwoord door enkele hypothesen statistisch te toetsen. De hypothesen zijn gebaseerd op enkele kenmerken van bezoekers. Door middel van toetsing zal blijken of er een verband bestaat tussen de verschillende kenmerken van bezoekers en de behoefte aan informatie. De volgende drie hypothesen zijn statistisch getoetst.

- Er bestaat een verband tussen de reden van bezoek aan een kasteel en de behoefte aan informatie
- Er bestaat een verband tussen het aantal kasteelbezoeken per bezoeker en de behoefte aan informatie
- Er bestaat een verband tussen het ondernemen van andere activiteiten in combinatie met kasteelbezoek en de behoefte aan informatie

Het aantal bezoekers voor wie het kasteel zelf niet de reden van bezoek was, maar bijvoorbeeld het bijwonen van een evenement, was iets meer dan 30 procent. De overige zeventig procent heeft aangegeven met ontspannende (58,5%) of educatieve redenen (11,2%) het kasteel te bezoeken.

De kruistabel 16 hiernaast laat de verhouding zien tussen de behoefte aan informatie en de reden van het bezoek aan het kasteel. De tabel toont dat de behoefte aan informatie steeds hoog is. Hieruit valt af te lezen dat het nauwelijks verschil maakt om welke reden een bezoeker naar het kasteel komt. De eerste hypothese kan hiermee verworpen worden. Er bestaat geen verband tussen de reden van bezoek aan een kasteel en de behoefte aan informatie.

Om meer inzicht te krijgen in de behoefte aan informatie per type bezoeker is er onderzocht of er een verband is tussen het aantal kasteelbezoeken per bezoeker en de informatiebehoefte. In tabel 17 worden deze verhouding weergegeven.

De hypothese: 'Er bestaat een verband tussen het aantal kasteelbezoeken per bezoeker en de behoefte aan informatie' wordt eveneens verworpen. Er bestaat geen significant verband tussen het aantal kasteelbezoeken en de behoefte aan informatie. Deze constatering bevestigt deels de conclusie die verbonden was aan de vorige hypothese; er is geen verschil in informatiebehoefte onder de verschillende type bezoekers. Zowel onervaren als ervaren kasteelbezoekers blijken behoefte te hebben aan informatie.

Naast het aantal kasteelbezoeken en de reden van het kasteelbezoek is onderzocht of het bezoek aan het kasteel deel uit maakt van een dag vol activiteiten of dat het bezoek aan het kasteel de enige activiteit van de dag was. Op de vraag 'Combineert u uw bezoek aan het kasteel met andere activiteiten in de omgeving?' heeft 47,2% bevestigend geantwoord. De bezoekers is ook gevraagd bij het beantwoorden van de vraag met 'ja' om aan te geven welke soorten activiteiten zijn er werden ondernomen. Deze activiteiten zijn in te delen in drie categorieën:

1. Sportieve activiteiten zoals wandelen en fietsen in de omgeving.
2. Stad of omgeving bezoeken.
3. Andere grote (toeristische) attractie bezoeken, bijvoorbeeld een museum of de Keukenhof.

De meerderheid (52,8%) combineert het kasteelbezoek niet met andere activiteiten. Aan de hand van statistische toetsing is onderzocht of er een verband bestaat tussen de behoefte aan informatie en het wel of niet ondernemen van andere activiteiten. Uit deze toetsing bleek dat er een positief verband bestaat tussen de informatiebehoefte en 'het niet ondernemen van andere activiteiten'. De hypothese: 'Er bestaat een verband tussen het wel of niet ondernemen van andere activiteiten in combinatie met kasteelbezoek en de behoefte aan informatie' kan worden aangenomen. Wanneer een bezoeker dus enkel het kasteel bezocht, was de behoefte aan informatie groter dan wanneer een bezoeker dezelfde dag ook andere activiteiten ondernam.

Eerder is er geconstateerd dat er geen verschil in informatiebehoefte is onder verschillende typen bezoekers. Het wel of niet ondernemen van andere activiteiten kan gezien worden als een kenmerk van een bezoeker. In dit geval is er echter wel sprake van een verschil in informatiebehoefte per 'type bezoeker'.

Naar aanleiding van alle resultaten die in deze paragraaf besproken zijn kan er een bondig antwoord worden geformuleerd op de deelvraag: In hoeverre is er sprake van een verschil in informatiebehoefte per type bezoeker? De informatiebehoefte is getoetst aan de hand van drie kenmerken van bezoekers; de reden van het bezoek, het aantal kasteelbezoeken en de keuze om wel of niet andere activiteiten te ondernemen. Per aspect is er gekeken of er een verband bestaat met de informatiebehoefte. De reden van het bezoek speelt niet of nauwelijks een rol bij de

Reden bezoek aan het kasteel	Informatie behoefte		
	Ja	Nee	Totaal
Deelname evenement	29	3	32
Ontspanning	57	5	62
Educatief	12	0	12
Totaal	98	8	106

Tabel 16. Reden van het bezoek en informatiebehoefte. Aangezien de opties 'zakelijk' en 'anders' niet waren ingevuld, zijn deze hierboven niet meegenomen.

Aantal bezoeken aan een kasteel	Informatie behoefte		
	Ja	Nee	Totaal
Eerste keer	9	1	10
Eens per vijf jaar	20	1	21
Eens per jaar	32	4	36
Meerdere keren per jaar	37	2	39
Totaal	98	8	106

Tabel 17. Aantal kasteelbezoeken en informatiebehoefte.

behoefte aan informatie van bezoekers. Informatiebehoefte is aanwezig bij bijna elke bezoeker, ongeacht de reden van het bezoek aan het kasteel. Daarnaast is ook het aantal kasteelbezoeken niet van invloed op behoefte aan informatie. Wel van invloed is of de kasteelbezoeker die dag ook andere activiteiten onderneemt, wanneer dat zo is neemt de behoefte aan informatie af. Enkel op het punt van 'het wel of niet ondernemen van activiteiten' is er een onderscheid waar te nemen in informatiebehoefte. De informatiebehoefte verschilt dus weinig per type bezoeker.

3.8 Vormen van informatieverstrekking

Deze paragraaf behandelt de mening van de bezoekers met betrekking tot de verschillende vormen van informatieverstrekking. De volgende deelvraag zal in deze paragraaf worden beantwoord:

- Hoe worden de verschillende vormen van informatieverstrekking gewaardeerd door bezoekers van kastelen?

Er wordt gekeken naar de keuze van bezoekers voor de verschillende vormen van informatieverstrekking. Eveneens zal in deze paragraaf een uitgebreide analyse plaats vinden van de behoefte van bezoekers aan een informatiegids per kasteel. De eerste hypothese die bij deze deelvraag hoort heeft betrekking op de verwachting die er bestaat over het gebruik van de verschillende vormen van informatieverstrekking: Bezoekers van kastelen maken meer gebruik van de gratis vormen van informatieverstrekking dan van vormen die tegen betaling worden aangeboden.

In tabel 18 kan er worden afgelezen welke vormen van informatieverstrekking veel gebruikt worden door bezoekers. De bezoekers zijn gevraagd om aan te geven hoe zij elke vorm van informatieverstrekking gebruiken. 'Zeer eens' werd aangegeven met een 5, 'zeer oneens' met een 1.

Het beste uit de bus komt 'Bordjes met informatie, die verspreid staan over het kasteel (en eventueel de tuin)'. Met een 4,1 gemiddeld is het duidelijk dat bezoekers deze informatievorm waarde-

Vormen van informatieverstrekking	Mate van gebruik
Bordjes met informatie, verspreid over het kasteel	4,1
Website met informatie	4,0
Gratis folder met beknopte informatie	4,0
Boekje met wanderroute en informatie, tegen betaling	3,4
Informatieve rondleiding, tegen betaling	3,4
Audiotour, tegen betaling	2,9

Tabel 18. Gemiddelde mate van gebruik per verschillende vorm van informatiebehoefte.

ren en er graag gebruik van maken. Dit wordt op de voet gevolgd door 'de website' en 'de gratis folder'. Het minst populair is 'de audiotour, waarbij informatie wordt aangeboden via een koptelefoon'. Met een 2,9 gemiddeld kan er worden geconcludeerd dat bezoekers van kastelen minder gebruik zullen maken van deze vorm van informatieverstrekking. De twee overgebleven vormen, 'de rondleiding' en 'het boekje met wandelroute', scoren redelijk. Hoewel de rondleiding niet overdreven hoog scoort, hebben ruim zeventig mensen van de geënquêteerde bezoekers aan het begin van de enquête aangegeven een rondleiding te willen volgen, indien mogelijk. Dat is 68,9% van het totaal aantal bezoekers, 7,5% wist het nog niet zeker en de overige 23,6% had geen behoefte aan het volgen van een rondleiding. Hieruit kan worden geconcludeerd dat een rondleiding toch populair is. Het tegenstrijdige resultaat van de twee vragen over de rondleiding kan te verklaren zijn door de context van de vraag. De stelling stond in een rijtje van vormen van informatieverstrekking, waar ook enkele gratis vormen van informatieverstrekking aan bod kwamen. Dat heeft waarschijnlijk invloed gehad op betaalde vormen van informatie. Aan de hand van het voorbeeld van 'het wel of niet volgen van een rondleiding' blijkt dat bezoekers niet altijd werkelijk doen wat ze invullen of zeggen. Belangrijk is daarom om deze resultaten te zien als een indicator voor welke vormen mogelijk populair zullen zijn onder bezoekers.

De hypothese 'Bezoekers van kastelen maken meer gebruik van de gratis vormen van informatieverstrekking' kan bevestigd worden. De gratis en meest toegankelijke vormen van informatieverstrekking, haalden de beste scores. Hier moet echter wel de kanttekening worden gemaakt dat men dit niet per definitie de meest gewenste vorm van informatie vindt. Daarnaast moet het feit in acht worden genomen dat wanneer men gebruik maakt van de ene vorm, dit niet uitsluit dat er ook gebruik wordt gemaakt van de andere vorm van informatieverstrekking.

De informatiegids

Naar aanleiding van de vraag van de Nederlandse Kastelenstichting over het uitbrengen van een gids bestaat een deel van de enquête uit vragen die dieper ingaan op de behoefte van bezoekers aan een informatiegids per kasteel. De hypothese die hierop betrekking heeft is als volgt:

- Er bestaat voldoende draagvlak voor het kopen van een informatiegids.

Op de vraag 'Heeft u interesse in het kopen van een informatiegids?' hebben 105 van de 106 bezoekers antwoord gegeven. Een aantal van 46 mensen beantwoordden de vraag met 'ja', 59 mensen met 'nee'. Net iets minder dan de helft (43,8%) geeft aan interesse te hebben in het kopen van een informatiegids.

Gelet op de uitkomsten blijkt dat meer vrouwen dan mannen hebben aangegeven interesse te hebben in het kopen van een gids. De enquête is echter door meer vrouwen dan mannen ingevuld dus is het van belang dat er naar de relatieve gegevens gekeken wordt; meer dan de helft van de mannen (54,1%) geeft aan interesse te hebben in het kopen van een gids, en slechts 38,2% van de vrouwen geeft aan interesse te hebben in het kopen van een informatiegids.

Geslacht	Aantal			%		
	Man	Vrouw	Totaal	Man	Vrouw	Totaal
Wel interesse	20	26	46	54,1	38,2	43,8
Geen interesse	17	42	59	45,9	61,8	56,2
Totaal	37	68	105	35,2	64,8	100

Tabel 19. Interesse in het kopen van een informatiegids, naar geslacht.

absolute als relatieve gegevens. Procentueel gezien heeft de klasse met de leeftijd 60 tot en met 69 jaar de meeste interesse in het kopen van een gids met 23,9%. De minste interesse heeft de leeftijdsklasse van 50 tot 59 jaar, waarvan 23,7% aangeeft geen gids te willen kopen.

Aan de hand van deze eerste gegevens over de informatiegids kan de hypothese 'er bestaat voldoende draagvlak voor het kopen van een informatiegids' voorzichtig bevestigd worden. Er is weliswaar geen sprake van een meerderheid die aangeeft interesse te hebben in het kopen van een informatiegids, maar een aantal van bijna 44 procent antwoordt bevestigend. Dat is een redelijke doelgroep.

In de enquête is er niet alleen gevraagd naar de daadwerkelijke interesse van bezoekers in het kopen van een informatiegids, maar ook naar de mening van de bezoekers met betrekking tot de vormgeving, kosten en inhoud van de gids. Deze vragen zijn alleen beantwoord door de bezoekers die op de vraag 'Heeft u interesse in het kopen van een informatiegids?' positief geantwoord hebben. Er zijn 46 bezoekers die ja geantwoord hebben, onderstaande resultaten zijn daarom gebaseerd op uitkomsten met een totaal van 46.

Tabel 21 geeft weer welke locaties onder bezoekers van kastelen populair zijn bij het kopen van een informatiegids. Bezoekers werd gevraagd aan te kruisen op welke locaties zij een informatiegids willen kopen. Zoals af te lezen in de tabel koopt 97,8% de gids graag op het kasteel van bezoek. Het dichtstbijzijnde VVV-kantoor en bestellen via internet zijn reële opties. Het kopen van een informatiegids op andere kastelen is voor weinig bezoekers aantrekkelijk. Een klein percentage, 8,7% geeft aan niet geïnteresseerd te zijn in het kopen van een informatiegids bij een van de grote boekhandels. Uit dit resultaat kan ook geconcludeerd worden dat het kopen

Leeftijdsklasse	Wel interesse		Geen interesse		Totaal
	Aantal	%	Aantal	%	
10 - 19 jaar	0	0	1	1,7	1
20 - 29 jaar	10	21,7	6	10,2	16
30 - 39 jaar	4	8,7	10	16,9	14
40 - 49 jaar	9	19,6	8	13,6	17
50 - 59 jaar	5	10,9	14	23,7	19
60 - 69 jaar	11	23,9	10	16,9	21
70 jaar en ouder	2	4,3	5	8,5	7
Leeftijd onbekend	5	10,9	5	8,5	10
Totaal	46	43,8	59	56,2	105

Tabel 20. Interesse in het kopen van een informatiegids, naar leeftijdsklasse.

van informatie op locatie het meest van toepassing is. Dit komt overeen met het feit dat er het meeste sprake is van behoefte aan een informatiegids tijdens het kasteelbezoek.

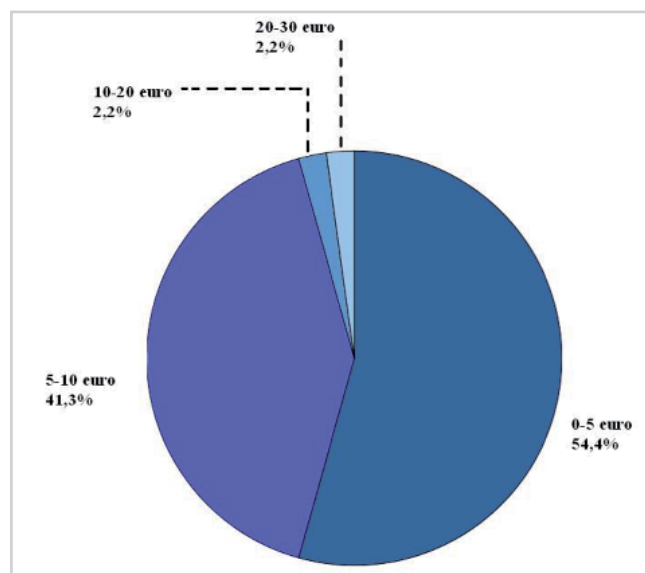
Naast de locatie zijn ook de kosten van de informatiegids van belang voor de bezoeker. De prijs van een informatiegids kan bepalend zijn voor het wel of niet aanschaffen van een informatiegids. Uit de resultaten van figuur 4 blijkt dat meer dan de helft van de bezoekers heeft aangegeven een bedrag tussen de 0 en 5 euro te willen betalen voor een informatiegids over het kasteel. Een zeer klein gedeelte gaf aan meer dan 10 euro te willen betalen voor een informatiegids.

Uit de resultaten blijkt dat de beste prijs voor een informatiegids tussen de 0 en 5 euro moet liggen. Een prijs tussen de 5 en de 10 is een optie, maar de voorkeur van de meerderheid gaat uit naar een lager bedrag.

Een gids kan verschillende mate en vormen aannemen. Per kasteel is het verschillend hoeveel informatie er beschikbaar is en de omvang van de informatiegids

verschilt per gids per kasteel. De bezoekers is echter wel gevraagd welke omvang van een gids hen aanspreekt. Figuur 5 laat zien dat de voorkeur van de meeste bezoekers uit gaat naar een informatiegids met een omvang van 15-30 bladzijden. Deze omvang komt redelijk overeen met de omvang van de reeks informatiegidsen uit de jaren 80 en jaren 90. Wat een extra reden is om aan te nemen dat deze omvang zeer geschikt is voor een informatiegids per kasteel, die deel uitmaakt van een reeks.

Bezoekers van kastelen blijken ook de aanwezigheid van illustraties over het kasteel in een informatiegids sterk te waarderen. Een meerderheid van 77,8% gaf aan graag illustraties van het kasteel terug te zien in de informatiegids. Overige wensen over de inhoud van de informatiegids komen in de volgende paragraaf aan bod. Daar wordt de volgende deelvraag beantwoord: Op welke onderwerpen concentreert de informatiebehoefte zich



Figuur 4. De maximale prijs die bezoekers willen betalen voor een informatiegids.

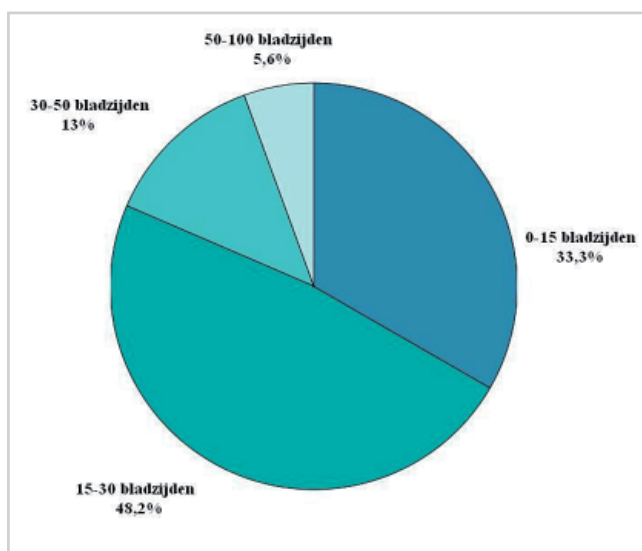
van bezoekers van Nederlandse kastelen? De onderwerpen die bij het beantwoorden van deze vraag naar voren komen lenen zich zeer geschikt voor de inhoud van de informatiegids.

Tot slot zijn er in totaal drie kasteelbezoekers geweest die in de enquête aangaven een voorbeeld te hebben van een informatiegids van een kasteel die hen aansprak in positieve zin. Een van de bezoekers omschreef zo'n gids als volgt: 'Een prachtige Zwitserse gids met veel mooie historische foto's en uitgebreide informatie'. De twee andere bezoekers noemden de informatiegidsen van Kasteel Heeswijk en Kasteel Rosendael (Gelderland). De bezoeker die de informatiegids van Kasteel Heeswijk noemde was op dat moment ook bezoeker van Kasteel Heeswijk en vond de huidige gids aan alle eisen voldoen. De deelvraag van deze paragraaf was als volgt: Hoe worden de verschillende vormen van informatieverstrekking gewaardeerd door bezoekers van kastelen?

Naar aanleiding van bovenstaande resultaten kan de conclusie getrokken worden dat bezoekers graag gebruik maken van laagdrempelige vormen van informatieverzorging; waaronder de website, gratis folders en informatiebordjes. Daarnaast blijkt dat ook een groot gedeelte van de bezoekers aangeeft deel te nemen aan een rondleiding. Redenen die bezoekers hebben genoemd voor het wél volgen van een rondleiding zijn onderverdeeld in drie hoofdredenen: 'Interesse in de historie van het kasteel', 'door de rondleiding krijg je informatie die je

Verkooppunten	% kasteelbezoekers
Bij het kasteel zelf	97,8
Bij het dichtstbijzijnde VVV -kantoor	34,8
Bestellen via internet	32,6
Bij andere kastelen	17,4
Grote boekhandels	8,7

Tabel 21. Gevraagde verkooppunten (meerdere antwoorden mogelijk).



Figuur 5. De voorkeur van bezoekers voor het maximale aantal bladzijden van een informatiegids.

anders niet krijgt' en 'door de rondleiding kom je in zoveel mogelijk ruimtes van het kasteel'. Uit deze antwoorden is af te leiden dat bezoekers die een rondleiding volgen zoveel mogelijk uit hun bezoek aan het kasteel willen halen. Een informatiegids zorgt ook vaak voor extra informatie, die niet te verkrijgen is wanneer je zelfstandig het kasteel bezoekt of enkel de folder van het kasteel leest. Door middel van statistische toetsing is onderzocht of er een verband is tussen het wel of niet volgen van een rondleiding en het wel of niet kopen van een informatiegids.

Onderstaande kruistabel laat zien dat er bijna evenveel bezoekers wel als geen informatiegids kochten na het volgen van een rondleiding. De rondleiding lijkt geen invloed te hebben op het kopen van een informatiegids. Ongeacht of er wel of niet een rondleiding wordt gevolgd, ruim 42 procent geeft aan interesse te hebben in het kopen van een informatiegids. Geconcludeerd kan

worden dat bezoekers graag gebruik maken van de meer toegankelijke vormen van informatieverzorging maar tegelijkertijd blijft er grote belangstelling bestaan voor het volgen van een rondleiding en het kopen van een informatiegids.

3.9 De bredere interesse van bezoekers

Deze paragraaf richt zich op de interesse van bezoekers voor aan het kasteel gerelateerde onderwerpen. Het is van belang te weten welke onderwerpen bezoekers interessant vinden, zodat er aan deze onderwerpen aandacht kan worden besteed in de informatieverzorging. Wellicht wordt de behoefte aan informatie ook vergroot wanneer de inhoud van de informatie aansluit op de wensen van de bezoeker. In deze paragraaf wordt de volgende deelvraag beantwoord: 'Op welke onderwerpen concentreert de informatiebehoefte zich van bezoekers aan Nederlandse kastelen?'

Het kopen van een informatiegids	Het volgen van een rondleiding			Totaal
	Wel	Niet	Weet nog niet	
Wel kopen	37	7	2	46
Niet kopen	36	17	6	49
Totaal	73	24	8	105

Tabel 22. Verband tussen het kopen van een informatiegids en het volgen van een rondleiding.

Gezien het feit dat in huidige informatieverstrekking geschiedenis, bewonersverhalen en bouwstijl het meest naar voren komen wordt er verwacht dat deze onderwerpen de meeste interesse opwekken onder bezoekers. Als tweede verwachting wordt gesteld: gezien het feit dat er in de literatuur weinig informatie beschikbaar is over de sociale en economische context van kastelen wordt er verwacht dat er weinig interesse zal zijn in deze onderwerpen. Deze verwachtingen zijn samengevoegd onder één hypothese:

- De informatiebehoefte van bezoekers concentreert zich voornamelijk op de onderwerpen die aangeboden worden.

In de enquête is bezoekers gevraagd om de mate van interesse aan te geven per onderwerp. In tabel 23 valt de gemiddelde interesse van bezoekers af te lezen. Het cijfer 1 stond daarbij voor 'helemaal geen interesse' en het cijfer 5 voor 'veel interesse'.

De 'geschiedenis van het kasteel' en 'de inrichting van de tuin/het park van het kasteel' zijn de onderwerpen die het beste scores. Daarna volgen onderwerpen als 'de (voormalige) bewoners van het kasteel', 'de bouwstijl van

het kasteel' en 'het interieur van het kasteel'. Met een 3 als neutraal blijkt dat deze onderwerpen in ieder geval als behoorlijk interessant worden gezien door de bezoekers van kastelen. De 'inrichting van de tuin/ het park' scoort verrassend hoog. Er bestond geen verwachting over hoe dit onderwerp door bezoekers gewaardeerd werd. De eerste verwachting lijkt redelijk overeen te komen met de uitkomsten van de tabel. De genoemde onderwerpen; geschiedenis, bewonersverhalen en bouwstijl scoren een hoog gemiddelde. De geschiedenis van het kasteel is het onderwerp waar de bezoekers de meeste interesse in hebben. Het onderwerp 'de inrichting van de tuin/het park' scoort iets hoger dan 'de bouwstijl van het kasteel' en 'de bewonersverhalen'. Aan de hand van deze

resultaten kan de verwachting 'Gezien het feit dat in huidige informatieverstrekking geschiedenis, bewonersverhalen en bouwstijl het meest naar voren komen, wordt er verwacht dat deze onderwerpen de meeste interesse opwekken onder bezoekers' bevestigd worden.

De minste interesse gaat uit naar 'activiteiten voor kinderen op het kasteel' en 'de financiële situatie van het kasteel'. De logische verklaring hiervoor is dat het twee specifieke onderwerpen zijn die waarschijnlijk alleen interessant zijn voor bezoekers die kinderen hebben of bekend zijn met de financiële wereld van instanties. De onderwerpen 'de sociale invloed van het kasteel op de regio' en 'de economische invloed van het kasteel op de regio' scoren zoals verwacht minder goed. Met respectievelijk een 3,1 en een 3,2 kan er gesteld worden dat er gemiddelde interesse is voor deze onderwerpen. De tweede verwachting kan gedeeltelijk bevestigd worden; 'Gezien het feit dat er in de literatuur weinig informatie beschikbaar is over de sociale en economische context van kastelen wordt er verwacht dat er weinig interesse zal zijn in deze onderwerpen'. Daarmee kan de hypothese van deze deelvraag bevestigd worden: De informatiebehoefte van bezoekers concentreert zich voornamelijk op de onderwerpen die aangeboden worden. Er is gebleken dat er inderdaad meer interesse bestaat voor onderwerpen waar meer over bekend is dan voor onderwerpen waar tot nog toe weinig over bekend is.

Geconcludeerd kan worden dat de onderwerpen waarover veel informatie beschikbaar is interessant gevonden worden door bezoekers. Dat zijn de onderwerpen: 'geschiedenis van het kasteel', 'informatie over de (voormalige) bewoners' en 'de bouwstijl van het kasteel'. Daarnaast springen er twee onderwerpen uit, die onverwacht populair zijn bij de bezoekers van kastelen: 'de inrichting van de tuin/het park van het kasteel' en 'het interieur van het kasteel'. De onderwerpen die bezoekers minder interesseren zijn in de meeste gevallen onderwerpen die erg specifiek zijn en vaak alleen interessant wanneer men enige achtergrondkennis over dat onderwerp bevat.

Hiermee was het bezoekersonderzoek afgerond. De conclusie is dat er zowel aan de aanbod- als de vraagzijde behoefte is aan een informatiegids. Bijna de helft van de bezoekers geeft aan, interesse te hebben in een toegankelijke, aantrekkelijke gids van rond de 30 pagina's, die een prijs heeft van 5 euro of iets daarboven. De gids wordt vooral tijdens het bezoek gebruikt en dient in ieder geval op het te bezoeken kasteel te koop worden aangeboden. Er is zeker een meerwaarde om een reeks uit te brengen. Dit verhoogt de herkenbaarheid en bereikt een breder publiek.

Interesse in:	Mate van interesse
Geschiedenis van het kasteel	4,1
Inrichting van tuin of park van het kasteel	3,9
(Voormalige) bewoners van het kasteel	3,7
De bouwstijl van het kasteel	3,7
Het interieur van het kasteel	3,6
Foto's en afbeeldingen van het kasteel	3,5
Archeologisch onderzoek bij het kasteel	3,3
De sociale invloed van het kasteel op de regio	3,2
Huidige functie en diensten van het kasteel	3,2
De economische invloed v.h. kasteel op de regio	3,1
Restauraties aan het kasteel	3,1
Activiteiten voor kinderen op het kasteel	2,9
Financiële situatie van het kasteel	2,6

Bronnen & bijlagen



Huis Doorn. Foto Jan Derwig, 2003.

Bronnen

Literatuur

Andriessen, H. (2009) Wegzakkend kasteel uit de klei getild. *Algemeen Dagblad* 1 april 2009.

Aplin, G. (2002) *Heritage; identification, conservation, and management*. Oxford UP, South Melbourne.

Ashworth, G. & J. Kuipers (2004) Erfgoedplanning in Nederland; een incomplete paradigmawisseling. *Agora* 20 (2), pp. 4-7.

Ashworth, G., P. Howard (1999), *European Heritage Planning and Management*. Exeter: Intellect Books.

Bade, T. & G. Smid (2008), *Eigen haard is goud waard. Over de economische baten van cultuurhistorisch erfgoed*. Arnhem: Triple E Productions.

Brunsmann, P. (1976) *Beleving van monumenten*. Nr 26/27 serie Voetzoekers. Dr. E. Boekmanstichting, Amsterdam.

Coeterier, J.F. (1995), *De beleving van cultuurhistorische objecten; een verkennend onderzoek in de Meierij van Den Bosch*. DLO-Staring Centrum, Wageningen (Rapport 433).

Coeterier, J.F. (2002), Lay people's evaluation of historic sites. *Landscape and Urban Planning* 59, pp. 111-123.

Eerelman, M. (1996), *Heritage in Holland, een onderzoek naar de presentatie van het verleden in vijf Utrechtse kastelen*. Doctoraalscriptie voor de Studie Algemene Letteren, specialisatie Cultuureducatie. Universiteit Utrecht.

Elbers, A., Graaf de W (2008) *Jaaruitgave Monumenten. Regelgeving, financiering en beleid*. Den Haag: Sdu Uitgevers.

Ennen (2007) *Dilemma's in bezoekersstromenland. Wat gaan we nu weer beleven?* Een uitgave van NHTV Breda in het kader van NHTV Academic Essays.

Erfgoed Nederland (2008), *Monumenten stemmen, visies op modernisering van de monumentenzorg*. Eindhoven: Drukkerij Lecturis.

Feijter, A. de (1998), Cultuurhistorie in de MER; 'Sporen uit het verleden als ontwerp- en beoordelingscriterium.' *KenMERken* 5, pp. 18-21.

Gorp, B. van (2000) 'Het belang van erfgoed-educatie', in: *Geografie Educatief*, Vol. 9, nummer 1, p. 30-33.

Gorp, B. van (2003), *Bezienswaardig? Historisch-geografisch erfgoed in toeristische beeldvorming*. Delft: Uitgeverij Eburon.

Graham, B. (2002) Heritage as Knowledge: Capital or Culture? *Urban Studies*, Vol. 39, p.1003-1017. Carfax Publishing.

Graham, B., G. Ashworth & J. Turnbridge (2000), *A Geography of Heritage-Power, Culture & Economy*. London: Arnold.

Gruben, R., Saan, M., Wielinga, A. (2008) *De Delftse colleges Kastelenkunde van prof. Dr. Jaap Renaud*. Den Bosch: BAAC BV en Wijk bij Duurstede: Nederlandse Kastelenstichting.

Haan, J. de & Huysmans, F. (2007) *Het bereik van het verleden. Het culturele draagvlak deel 7*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Janssen, H.L. (1992) *Het kasteel centraal*. Utrecht: Faculteit letteren van de rijksuniversiteit Utrecht en Wijk bij Duurstede: Nederlandse Kastelenstichting.

Janssen, H.L., Kylstra-Wielinga, J.M.M., Olde Meierink, B. (1996) *1000 jaar kastelen in Nederland. Functie en vorm door de eeuwen heen*. Utrecht: Uitgeverij Matrijs.

Johnson, N.C. (1996), Where Geography and History meet: Heritage Tourism and the Big House in Ireland. *Annals of Association of American Geographers* 86, pp. 551-566.

Liddiard, R. (2005) *Castles in context, powers, symbolism and landscape. 1066 to 1500*. Cheshire: Windgather Press.

Kempen, P. van & C. Hom (2005), *Verborgen kastelen in zicht; archeologisch onderzoek en inrichting van kasteelterreinen*. Amsterdam: RAAP.

Kylstra-Wielinga, J.M.M. (1999), *Kastelen en buitenplaatsen*. Amsterdam: Stichting Open Monumentendag

McGregor, A. (2000) *Dynamic texts and tourist gaze: Death, Bones and Buffalo*. *Annals of Tourism Research* 27 (1), pp. 27-47.

Lowenthal, D. (1985), *The past is a Foreign Country*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lowenthal, D. (1998), *The Heritage Crusade and the Spoils of History*, 5e druk, Cambridge University Press, Cambridge.

Ministeries van O, C&W, LNV, VROM en V&W (1999), *Nota Belvedere*. Den Haag: VNG uitgeverij.

Ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap (2008), *Een lust, geen last. Visie op modernisering van de monumentenzorg*. Den Haag: Sdu.

Ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap. Ministerie van VROM (2004), *Nota Ruimte, Ruimte voor ontwikkeling*. Den Haag: Sdu.

Meihuizen, Y. (2006), *Een monument beheren, onderhouden en handhaven, een overzicht van de Monumentenwet en de monumentenzorg voor ambtenaren, architecten en eigenaren*. Den Haag: Sdu Uitgevers.

Nationaal Restauratiefonds (2007), *Investeren in monumenten*. Hoevelaken: Nationaal Restauratiefonds.

Paulson, K., E. (2007), Strategy and Sentiment: Mobilizing Heritage in Defense of Place. *Qual Sociol* 30, pp. 1-19.

Ronnes, H. (2006) *Architecture and Elite Culture in the United Provinces, England and Ireland, 1500-1700*. Amsterdam University Press; Pallas Publications.

Ronnes, H. e.a. (2006), *Kansen door kennis. Ontsluiting van kastelen en borgterreinen in een hedendaags cultuurlandschap*. Wijk bij Duurstede: NKS.

Roo, G. de & H. Voogd (2004), *Methodologie van planning. Over processen ter beïnvloeding van de fysieke leefomgeving*. Tweede druk. Bussum: Uitgeverij Coutinho.

Schoorl, F. (2005), Culturele planologie als tijdsverschijnsel. In: *Stichting Nationaal Contact Monumenten* (2006),

Sociaal Cultureel Planbureau (2005), *Cultuurminnaars en cultuurmijders. Trends in de belangstelling voor kunsten en cultureel erfgoed*. Den Haag: SCP.

Stichting het Geldersch Landschap en de Stichting Vrienden der Geldersche Kasteelen (2008), *Doorwerth, kasteel en omgeving*. Arnhem: Coers & Roest.

Urry, J. (1990) *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Londen: Sage Publications.

Vaart, R. van der (1998) Toeristische beelden van Parijs: de veranderende blik van reisgidsen. In Hauer e.a., *Steden en Streken, Geografische opstellen voor Gerard Hoekveld*, p. 193-210. Assen: Van Gorcum.

Vogelzang, F, 'Voorwoord', *GM2* (2006), 4, pp. 3.

Internet

<http://>

- www.kasteelamerongen.nl/sponsoring/fondswerving
- www.kasteelhoensbroek.nl/html/248
- www.kastelen.nl
- www.slagomgrolle.nl
- www.racm.nl/content/xml_racm/wetstekst_intro.xml.asp?toc=n6
- www.muiderslot.nl
- www.kasteleninnederland.nl/jml
- www.hklimburg.nl/sjablonen/hvk_subsite/pagina.asp?subsite=50&pagina=494&mode=showdetail&start_item=0&agenda_id=871&lijst_type=archief
- www.unistoric.com/uehha/NL/phb_dut.htm
- www.racm.nl/content/xml_racm/gebouwd_erfgoed.xml.asp?toc=n3-4
- studiegids.leidenunivdev.nl/courses/show/19124/kastelenkunde/2009-2010
- www.wereldfietser.nl/index.php?option=com_content&task=view&id=222&Itemid=81
- www.erfgoednederland.nl/erfgoed-nederland/organisatiestructuur/erfgoed-en-betekenis

Bijlage 1

De Enquête

Informatievoorziening rondom kastelen

Enquêtenummer:

Kasteel:

Datum:

Deze enquête is onderdeel van een onderzoek van de Nederlandse Kastelenstichting. Dit onderzoek richt zich op de informatievoorziening rondom kastelen. Door middel van deze enquête wordt onderzocht in welke mate bezoekers van kastelen behoefte hebben aan informatie.

Hierbij vragen wij uw medewerking. Wilt u zo vriendelijk zijn de enquête in te vullen? De enquête duurt ongeveer 5 minuten. Alle gegevens zullen anoniem worden verwerkt. Bij voorbaat dank voor uw medewerking.

Geslacht: M / V

Leeftijd:

Omcirkel bij vraag 1 t/m 4 het juiste antwoord.

1. Hoe vaak bezoekt u een kasteel?

- a). Dit is de eerste keer
- b). Eens per jaar
- c). Meerdere keren per jaar
- d). Eens per vijf jaar

2. Wat is de reden van uw bezoek aan dit kasteel?

- a). Deelname aan een evenement (tentoonstelling, concert etc.) op het kasteel
- b). Zakelijke reden (bijvoorbeeld een vergadering of bespreking bijwonen)
- c). Ontspanning (een bezoek waarbij de nadruk ligt op recreëren)
- d). Educatieve reden (een bezoek waarbij de nadruk ligt op het opnemen van informatie)
- e). Anders, nl.....

3A. Volgt u, indien mogelijk, een rondleiding op dit kasteel?

- a). Ja
- b). Nee
- c). Weet ik (nog) niet

3B. Kunt u kort de reden noemen waarom u de rondleiding wel / niet volgt?

4A. Combineert u uw bezoek aan het kasteel met andere activiteiten in de omgeving?

- a). Ja (graag ook vraag 4B beantwoorden)
- b). Nee (U kunt verder gaan met vraag 5)

De Enquête (vervolg)

4B. Welke activiteiten in de omgeving onderneemt u? Graag hieronder invullen.

--

De overige vragen zullen betrekking hebben op kastelenbezoek in het algemeen.

Informatiebehoefte.

Geef door middel van een kruisje aan of u het met de volgende stellingen eens bent.

	Stelling	JA	NEE
5.	Als ik een kasteel bezoek dan heb ik behoefte aan informatie over het kasteel.		
6.	Voorafgaand aan mijn bezoek aan een kasteel verdiep ik me in informatie over het kasteel		
7.	Tijdens mijn bezoek aan een kasteel verdiep ik me in informatie over het kasteel		
8.	Na afloop van mijn bezoek aan een kasteel verdiep ik me in informatie over het kasteel		

Indien u de vragen 5 t/m 8 allemaal met nee heeft beantwoord hoeft u de overige vragen niet te beantwoorden. In dat geval hartelijk dank voor het invullen.

Indien u 1 of meer vragen van de vragen 5 t/m 8 met ja heeft beantwoord graag de overige vragen ook beantwoorden.

Geef door middel van een kruisje in onderstaand schema aan in hoeverre u geïnteresseerd bent in de volgende onderwerpen:

1 helemaal geen interesse, 2 geen interesse, 3 neutraal, 4 interesse, 5 veel interesse

Stelling	1	2	3	4	5
9. De (voormalige) bewoners van het kasteel					
10. De geschiedenis van het kasteel					
11. De bouwstijl van het kasteel					
12. Archeologisch onderzoek bij het kasteel					
13. Volksverhalen over het kasteel					
14. De restauraties aan het kasteel					
15. Het interieur van het kasteel					
16. De inrichting van de tuin / het park van het kasteel					
17. Financiële situatie van het kasteel (bv. hoe komt het kasteel tegenwoordig aan inkomsten voor onderhoud e.d.)					
18. De sociale invloed van het kasteel op de regio (bijv. voelde men zich vroeger veiliger door het kasteel?)					
19. De economische invloed van het kasteel op de regio (bijv. is de regio welvarender geworden door het kasteel?)					
20. Foto's en andere afbeeldingen van het kasteel					
21. De huidige functie en diensten van het kasteel					
22. Activiteiten voor kinderen op het kasteel					

De Enquête (vervolg)

23. Heeft u interesse in een onderwerp over het kasteel dat hierboven niet genoemd wordt dan kunt u dit hieronder invullen:

--

Informatieverstrekking

Onderstaande vragen zullen gaan over een informatiegids over het kasteel. Deze gids zal achtergrondinformatie over een kasteel bevatten en onderdeel uitmaken van reeks. Deze gids zal tegen betaling verkrijgbaar zijn.

24. Heeft u interesse in het kopen van een informatiegids over het kasteel?

- a). Ja
- b). Nee (U kunt verder gaan met vraag 30)

25. Wat wilt u maximaal uitgeven voor een informatiegids over het kasteel?

- a). Tussen 0 en 5 euro
- b). Tussen 5 en 10 euro
- c). Tussen 10 en 20 euro
- d). Tussen de 20 en 30 euro

26. Wilt u illustraties van het kasteel in de informatiegids?

- a). Ja
- b). Nee
- c). Geen mening

27. Kruis aan op welke verkooppunten u deze informatiegids over het kasteel zou willen kopen. Meerdere antwoorden mogelijk.

Bij het kasteel zelf	
Bij andere kastelen	
Bij het dichtstbijzijnde VVV-kantoor	
Bestellen via internet	
Grote boekhandels	
Anders, nl	

28. Welke omvang mag de informatiegids maximaal hebben?

- a). 0 tot 15 bladzijden
- b). 15 tot 30 bladzijden
- c). 30 tot 50 bladzijden
- d). 50 tot 100 bladzijden

29. Kunt u een voorbeeld noemen van een informatiegids van een kasteel die u aansprak?

- a). Ja, namelijk
- b). Nee

De Enquête (vervolg)

Geef in onderstaand schema aan op welke manieren u gebruik maakt van andere vormen van informatieverstrekking.

1 zeer oneens, 2 oneens, 3 niet oneens/eens, 4 eens, 5 zeer eens

	<i>Stelling</i>	1	2	3	4	5
30.	Wanneer een kasteel beschikt over een website met informatie maak ik daar gebruik van.					
31.	Wanneer een kasteel een gratis folder met beknopte informatie verstrekt maak ik daar gebruik van.					
32.	Wanneer er bordjes met informatie verspreid over het kasteel (en eventueel de tuin) staan lees ik deze informatie					
33.	Wanneer een kasteel een boekje verkoopt/ verhuurt met een route en informatie, dan maak ik daar gebruik van en loop zelfstandig het kasteel (en eventueel de tuin) door.					
34.	Wanneer een kasteel tegen betaling een informatieve rondleiding aanbiedt maak ik daar gebruik van					
35.	Wanneer een kasteel tegen betaling een audiotour (informatie via een koptelefoon) aanbiedt dan maak ik daar gebruik van					

Hartelijk dank voor uw medewerking!

Als u nog opmerkingen over dit onderzoek heeft kun u dit hieronder invullen.

--

Bijlage 2

Contactgegevens van geënuquëeerde kastelen

GRONINGEN

De Boschplaatse

Oosteinde 46-48
9697 XH Blijham
T 0597 561203
F 0597 562500
E caderius@boschplaatse.nl
■ <http://www.boschplaatse.nl>

Fraylemaborg

Hoofdweg 30
9621 AL Slochteren
T 0598 421568
F 0598423045
E info@fraylemaborg.nl
■ <http://www.fraylemaborg.nl>

Borg Verhildersum

Wierde 40
9965 TB Leens
T 0595 571430
■ <http://www.verhildersum.nl/contact.html>

FRIESLAND

Landgoed Heringastate / Popta Slot

Slotleane 1
9034 HM Marssum
T 058 2541231
E postmaster@poptaslot.nl
■ <http://www.poptaslot.nl>

De Schierstins

Hoofdstraat 1
9269 ZR Veenwouden
T 0511 472937
F 0511 472937
■ <http://www.schierstins.nl>

Landgoed Staniastate

Rengersweg 98b
9062 EJ Oenkerk
T 058 2562811
■ <http://www.staniastate.nl>

Kasteel Uniastate

Tsjerkepaed 3
9025 BM Bears
T: 058 -2519263
E: uniastate@hetnet.nl

DRENTHE

Châteauhotel de Havixhorst

Schiphorsterweg 34-36
7966 AC De Schiphorst
T 0522 441487
F 0522 441489
E info@dehavixhorst.nl
■ <http://www.dehavixhorst.nl>

Museum Havezate Mensinge

Mensingheweg 7
9301 KA Roden
T 050 5015030
E info@mensinge.nl
■ <http://www.mensinge.nl>

OVERIJSEL

Havezathe Den Berg

Heinoseweg 2
7722 JP Dalfsen
T 0529 436636
■ <http://www.havezatedenberg.nl>

Kasteel Het Nijenhuis

't Nijenhuis 10
8131 RD Heino
T 0572 388188
F 0572 388177
E info@museumdefundatie.nl
■ <http://www.museumdefundatie.nl>

Huis Singraven

Molendijk 37
7591 PT Denekamp
T 0541 351906
F 0541 353088
■ <http://www.singraven.nl>

Landgoed Twickel

Twickelerlaan 7
7495 VG Ambt Delden

T 074 3761020

E info@twickel.nl

■ <http://www.twickel.nl>

Landgoed Twickel is het grootste particuliere landgoed van Nederland. Rondom het kasteel is een grote tuin die is opengesteld voor publiek. Het kasteel zelf wordt bewoond en is niet toegankelijk (Bij uitzondering op speciale dagen en op aanvraag).

UTRECHT

Kasteel Amerongen

Drostestraat 20

3958 BK Amerongen

T: 0343-563766 (ma t/m vr van 9:00-17:00 uur)

F: 0343-531260

E: info@kasteel-amerongen.nl

Kasteel Amerongen is op dit moment druk bezig met de restauratie. Het kasteel is daarom beperkt open, echter door middel van de volgende slogan: 'Wegens restauratie geopend!' probeert het kasteel ook tijdens de restauratie bezoekers te trekken voor rondleidingen.

Huis Doorn

Langebroekerweg 10

3941 MT Doorn

T 0343 421020

F 0343 420573

E info@huisdoorn.nl

■ <http://www.huisdoorn.nl>

Huis Doorn is een Rijksmuseum, en heeft daarmee de verplichting, opengesteld te zijn voor publiek.

Grand kasteel Woerden

Kasteel 3

3441 BZ Woerden

T: 0348 431000

E: info@grandkasteelwoerden.nl

De eigenaar van Grand Kasteel Woerden is Stichting Vrienden van Kasteel Woerden. Zij verhuren het kasteel aan een christelijke stichting voor mensen met een verstandelijke handicap (Stichting Abrona) en de P4 horecagroep. De exploitant is de P4 horeca groep, hieronder vallen ook de restaurants de Kemphaan en Kasteel Groeneveld. Het kasteel is in gebruik als restaurant, café, vergaderruimte en trouwlocatie. Het interview is afgenomen met de exploitant van kasteel Woerden, Elmer van Loon.

Slot Zuylen

Tournooiveld 1

3611 AS Oud-Zuilen

T 030 2440255

■ <http://www.slotzuylen.com>

NOORD-HOLLAND

Het Oude Slot Heemstede

Ir. Ielylaan 6

2103 XP Heemstede

T 023 5470496

F 023 5470530

E info@oudeslot.nl

■ <http://www.oudeslot.nl>

Kasteel Medemblik / Radboud

Oudevaartsgat 8

1670 AA Medemblik

T 0227 541960

F 0227-542924

E info@kasteelradboud.nl

■ <http://www.kasteelradboud.nl>

Kasteel Sypesteijn

Nieuwe Loosdrechtse dijk 150

1231 LC Loosdrecht

E: info@sypesteijn.nl

Kasteel Sypesteijn behoort niet tot de middeleeuwse kastelen. Het is gebouwd als museum en levenswerk van één persoon. Het doel was om het ideale kasteel te bouwen. De huidige functie is een kasteel museum, waar naast het kasteel idee ook bijzondere collecties zoals de verzameling terracottabeelden en klokken. Ook de omliggende tuin is te bezoeken.

ZUID-HOLLAND

Het Huys Dever

Heereweg 349-A

2161 CA Lisse

T 0252 -411 430

E postmaster@kasteeldever.nl

Huys Dever is een relatief klein kasteel, bestaande uit een woontoren. Het is vrij toegankelijk voor publiek. In het kasteel is worden ook wisselende tentoonstellingen georganiseerd en het beschikt over een eigen vaste collectie.

ZEELAND

Slot Baarland

Baarland 7
4435 AM Baarland

Landgoed Moermond

Stoofwekken 5
4325 BC Renesse
T 0111 461788
F 0111 461754
E info@slot-moermond.nl
■ <http://www.landgoedmoermond.nl>

NOORD-BRABANT

De Blauwe Camer

Norbertenissen Priorij Sint-Catharinadal Oosterhout
Kloosterdreef 3
4901 PH Oosterhout
T: 0162 455556
E: info@sintcatharinadal.nl

Kasteel Dussen

Binnen 1
4271 BV Dussen / Werkendam
T 0183 507200
E info@kasteel-dussen.nl
Kasteel Dussen deed mee aan de bezoekers-enquête, niet aan de enquête over informatiegidsen.

Kasteel Geldrop

Mierloseweg 1
5662 KA Geldrop
T 040 2801230
F 040 2801228

E info@kasteelgeldrop.nl
■ <http://www.kasteelgeldrop.nl>

Kasteel Heeswijk

Kasteel 4
5473 VA Heeswijk
T 0413 292024/292352
E info@kasteelheeswijk.nl
■ <http://www.kasteelheeswijk.nl>
Kasteel Heeswijk heeft een publieksfunctie te vervullen. Het is ingericht als een museum, toegang tot het kasteel is alleen mogelijk met een rondleiding. Daarnaast wordt een deel van het kasteelterrein verhuurd aan de horecaonderneming Heeswijk Horeca. Hieronder valt de brasserie, trouwerijen en dergelijke. Ook zijn er verschillende mogelijkheden voor zakelijke en feestelijke bijeenkomsten.

LIMBURG

Kasteel Doenrade

Limpenseweg 20
6439 BE Doenrade
T 046 4424141
E info@kasteeldoenrade.nl

Kasteel Hoensbroek

Klinkertstraat 118
6433 PB Hoensbroek
T 045 5227272

Huys Kessels of Kasteel de Keverberg

Kasteelhof 1a
5995 BX Kessel
T 077 4622073
E corkonings@compaenet.nl
■ <http://www.kessellimburg.nl>

Bijlage 3

Diepte-interview

De uitwerkingen van de diepte-interviews zijn op te vragen bij de Nederlandse Kastelenstichting of bij de auteurs. In deze bijlage zijn de gegevens van de geïnterviewden opgenomen, alsmede de topiclijst.

Interview-gegevens

De volgende zeven interviews zijn afgenomen:

Grand Kasteel Woerden,

Elmer van Loon (17 april 2009)

Huys Dever,

Folckert van de Veen (1 mei 2009)

Kasteel Sypsteijn,

Rick van Wegen (5 mei 2009)

Kasteel Heeswijk,

Jacqueline Kerkhoff (6 mei 2009)

Landgoed Twickel,

Truus Spit (7 mei 2009)

Huis Doorn,

Frank Louhenapessy (7 mei 2009)

Kasteel Amerongen,

Carolin Streblow (13 mei 2009)

Nieuwe reeks informatiegidsen voor kastelen

Interview:

Datum:

Locatie:

Naam geïnterviewde:

Interviewer:

Introductie:

Doel onderzoek

- Het onderzoek richt zich op de behoefte van kasteel beheerders (bezoekers) voor onder meer een informatiegids.

Duur van het interview is max. 60 min.

1. Functie van beheerder

- Kunt u in het korte beschrijving geven van uw functie?
- Hoe lang bent u al werkzaam in deze functie?
- Op welke manier wordt uw kasteel momenteel gebruikt?

2. Huidige informatieverzorging

- Bent u als beheerder tevreden over de huidige informatieverzorging rondom uw kasteel?
- Wat is er momenteel beschikbaar aan informatie over uw kasteel?
Vb: publicaties in de vorm van boeken, luxe gidsen etc.
- Wat is de inhoud van de huidige informatie?
Door wie is het materiaal samengesteld, geschreven, uitgegeven?
- Worden er op uw kasteel zelf informatiefolders verspreid?
Zijn deze gericht op gebruik voor, tijdensof na het bezoek?
- Wat is de reactie op de huidige gids? Is het publiek enthousiast/ tevreden?
- Welke rol speelt het internet in de informatieverzorging rondom uw kasteel?
Wordt er op internet ook achtergrond informatie gegeven? Of alleen praktische tips?
- Wordt de informatie ook verstrekt vreemde talen? Engels/ Duits/ Frans.
- Hoe wordt de huidige informatie verspreid?
Verkooppunten / Verkoopcijfers
- In hoeverre is het publiceren van een reeks informatiegidsen een meerwaarde voor een kasteel ten opzichte van een eigen publicatie?

3. Soort informatie

- Welke informatie zou u graag in een informatiegids willen terug zien?
 1. Bouwhistorie
 2. Bewonersgeschiedenis
 3. Sociale context
 4. Omgeving
 5. Combinatie van:

Opbouw van de gids

- Is er voldoende informatie beschikbaar over uw kasteel om een informatiegids te kunnen samenstellen?
Bestaat er een interessant verhaal?
Is de aanwezige informatie al bewerkt, gebundeld? Of moet alles nog uit het archief worden gehaald?
- In hoeverre kunnen we spreken van een diversiteit binnen de beschikbare informatie?
Is er bijvoorbeeld ook aandacht voor de omgeving /context?
- Is er behoefte aan extra historisch onderzoek naar uw kasteel?
Zijn er nog vragen over uw kasteel die uitgezocht dienen te worden?
Beschikt uw kasteel ook over de middelen om een dergelijk onderzoek uit te voeren?
- Welke doelgroep wil u graag bereiken met de informatie?
Op welke doelgroep richt uw kasteel zich met name?
 1. Kinderen
 2. Dagjesmensen
 3. Geïnteresseerde leek
 4. Kasteel expert
Doel van de informatie zelf
- globale vluchtige kennis, achtergrond.

4. Beeldvorming

- Welk beeld van uw kasteel wilt u graag naar de buitenwereld uistralen?
Romantisch, gericht op ridders, jonkvrouwen, nostalgisch, authentiek etc.
- Wordt er voor kasteel gekozen voor een bepaald perspectief/ invalshoek voor de presentatie van informatie?
Ligt er bijvoorbeeld een zwaartepunt op een bepaalde periode, persoon?

5. Financiering

- In hoeverre bestaan er mogelijkheden om met eigen middelen een nieuwe gids te publiceren?

6. Relatie met andere kastelen

- Heeft uw kasteel relaties met andere kastelen?
Gecombineerde toegang, informatieverbreiding etc.
Promotie

Afsluitende vraag

- Hoe staat u tegenover het publiceren van een nieuwe reeks informatiegidsen?
Heeft u belangstelling voor een gids binnen deze toekomstige reeks?
Kunt u een korte omschrijving geven van uw voorstelling van een dergelijke gids?
tips?
gidsen?
Zijn er van deze reeksen ook verkoopcijfers beschikbaar?

Bijlage 4

Telefonische Enquête

Doel interview

Voor het onderzoek worden vijftig kastelen telefonisch benaderd, waaronder uw kasteel. Hiermee proberen we een overzicht te krijgen van de behoefte onder kastelen. Het zal ingaan op de huidige informatievoorziening en de gewenste toekomst.

Doel onderzoek

Het onderzoek richt zich op de behoefte van kasteel beheerders (bezoekers) voor een nieuwe informatiegids.

Duur: 5 min.

Vraag 1. Is uw kasteel toegankelijk voor publiek?

1. Ja
2. Nee

Vraag 2a. Heeft uw kasteel momenteel één of meerdere eigen informatiegidsen?

1. Ja
 2. Nee
- Zo ja, wat is het jaar van publicatie:.....

Vraag 2b. Beschikt uw kasteel nog over andere informatiebronnen?

1. Ja
 2. Nee
- Zo ja, welke:

Vraag 3. Op welke plaatsen wordt de informatiegids momenteel verkocht?

1. Eigen kasteel
2. VVV
3. Andere kastelen
4. Internet
5. Anders, nl:

Vraag 4. Komt u momenteel uit de kosten van de productie?

1. Ja
2. Nee

Vraag 5. Is er vraag naar een informatiegids onder het publiek (markt)?

1. Ja
 2. Nee
- Zo ja, in welke categorie verwacht u de grootste vraag?
1. Goedkoop, basis informatie
 2. Luxe, plaatjes
 3. Uitgebreide achtergrond

Vraag 6. Welke doelgroep zou u willen bereiken met een informatiegids?

1. Kinderen
2. Dagjesmensen
3. Geïnteresseerde leek
4. Kasteel expert

Vraag 7. Wat voor soort informatie zou u in een informatiegids willen terug zien?

1. Bouwhistorie
2. Bewonersgeschiedenis
3. Sociale context
4. Omgeving
5. Combinatie van:
6. Anders, nl.

De NKS heeft in het verleden al enkele malen een reeks informatiegidsen uitgegeven. Hierin werden verschillende soorten kastelen opgenomen. Binnen deze reeks kreeg elk kasteel haar eigen gids met achtergrond informatie. Een dergelijke gids kende een standaard opmaak, waarin altijd de bouw en bewoningsgeschiedenis een plek kreeg.

Vraag 8. Heeft u interesse in een nieuwe informatiegids behorende tot een reeks?

1. Ja
 2. Nee
- Zo ja, heeft u nog voorwaarden waaraan voldaan moet worden?

Vraag 9. Als er een nieuwe reeks uitkomt, beschikt uw kasteel dan over voldoende middelen om een nieuwe gids te financieren?

1. Ja
2. Nee
3. Alleen met externe bijdrage