

Vertellen, Verbinden, Verdienen

Projectagenda Utrecht Verhaalt 2014-2015



Voorwoord

Onze mooie provincie beschikt over een schat aan buitenplaatsen, musea, monumenten en bezoekerscentra. De Vechtstreek en Utrechtse Heuvelrug zijn rijk aan kastelen, forten en andere monumenten. De Romeinse limes, de Nieuwe Hollandse Waterlinie, voormalige vliegbasis Soesterberg en de Grebbelinie herinneren aan een militair verleden. Aan al die locaties hangen verhalen van toen, hier en nu. De provincie Utrecht vormt met recht het culturele en historische hart van Nederland. Of zoals Joost van den Vondel in de Gouden Eeuw al schreef: 'Utrecht is een paradijs vol weelde'.

Tegelijkertijd zijn de cultuurhistorische schatten van de provincie Utrecht nog niet altijd goed ontsloten voor inwoners en bezoekers. In de voorliggende projectagenda wil ik, in het licht van de door Provinciale Staten opgedragen motie Utrecht Verhaalt, een actieve, verbindende rol oppakken. Ik wil me graag inzetten voor meer samenhang en herkenbaarheid van ons erfgoedkapitaal, zowel fysiek als digitaal. Er is al veel samenwerking met scholen, met erfgoedinstellingen, met vele uitvoeringpartners en gemeenten. Deze projectagenda zorgt voor een collectief projectenkader voor de afzonderlijke, lopende erfgoedverhalen. Tegelijkertijd nodig ik in deze notitie het maatschappelijk veld uit om met projecten van onderop te komen.

Ik wil eraan bijdragen dat we straks, als we fietsen door onze provincie, letterlijk tegen deze rijkdom aan erfgoed aanrijden. Of dat we, als we een kasteel of fort bezoeken, ook de verwijzing naar andere erfgoedplekken te zien krijgen. Hierbij zal ik, waar dat mogelijk is, met enkele gerichte acties het verdienend vermogen van erfgoed de aandacht geven. Ik zie hier kansen door erfgoedtoerisme te stimuleren.

Samengevat: laten we met onze partners aan het werk gaan om de verhalen te vertellen en vindbaar te maken, locaties in samenhang te verbinden en kansrijke erfgoedsegmenten toeristisch beter te ontsluiten, ofwel 'Vertellen, Verbinden, Verdienen'.



Mariëtte Pennarts-Pouw
Gedeputeerde Cultuur

Aanleiding

Provinciale Staten hebben bij de behandeling van de Voorjaarsnota 2013 (PS d.d. 15 juli 2013, aangenomen motie 27, ingediend door CDA, Christen Unie, VVD en 50plus) Gedeputeerde Staten opgedragen een actieve rol op te pakken in het verbinden van erfgoed.

In deze motie is geconstateerd dat:

- De provincie Utrecht over een grote schat aan musea, landgoederen, cultuur- en natuurhistorische centra beschikt.
- De geschiedenis van Utrecht onze regio een eigen identiteit heeft gegeven.
- Cultureel ondernemerschap gestimuleerd moet worden.
- Utrecht zo rijk is aan schatten en het daarmee ook een groot deel van de Nederlandse (en Europese) geschiedenis als het ware tentoonstelt.
- De provincie Utrecht naast het uitvoeren van haar kerntaken ook een verbindende rol heeft.

En overwogen dat:

- De verhalen achter de cultuurhistorische schatten kunnen leiden tot een grotere betrokkenheid van inwoners en bezoekers bij deze cultuurhistorische schatten en hun omgeving;
- Samenwerking op thema's door de beheerders van de cultuurhistorische schatten, kan leiden tot een impuls voor cultureel ondernemerschap;
- Door verbindingen te leggen tussen de cultuurhistorische schatten onze provincie en haar erfgoed nog aantrekkelijker wordt voor toeristen uit binnen- en buitenland;
- Het boek *Tastbare Tijd* dat de provincie Utrecht eerder uitbracht een eigentijds vervolg verdient.

De gedeputeerde is opgedragen een verbindende rol op te pakken door musea, buitenplaatsen en cultuur- en natuurhistorische centra aan te moedigen om meer samen te werken en de erfgoedschatten van de provincie Utrecht voor inwoner en bezoeker beter zichtbaar en beleefbaar te maken. Hierbij zien Provinciale Staten de opgave voor Utrecht Verhaalt niet als nieuw project, maar als kans om de verwijzing tussen en samenwerking met locaties en partners vorm te geven. Er wordt hiervoor geen nieuw budget beschikbaar gesteld; de uitvoering dient te geschieden binnen de afgesproken financiële kaders van de lopende Cultuurnota 2012-2015.

Onderbouwing

De voorliggende projectagenda heeft input verwerkt uit:

- Interviews met externe sleutelpersonen van uitvoerende organisaties, zowel in de erfgoed- (bv LEU, kasteelmusea, Stichting Utrechts Museumkwartier, Vechtsnoer, Waterliniecentrum in oprichting) als in de toeristische branche (bv Toerisme Utrecht, Uit op de Heuvelrug, RECRON). Zie voor een overzicht bijlage 1.
- Behandeling notitie 'Verkenning Utrecht Verhaalt' in statencommissie WMC d.d. 24 maart 2014 en informele bijeenkomst met statenleden d.d. 10 februari 2014.
- Toelichtend gesprek van initiatiefnemer motie (CDA) met gedeputeerde en ambtenaren.
- Inventarisatie van onderscheidende verhaallijnen passend bij de Utrechtse identiteit.

- Interne analyse van doelen, positionering, toegevoegde waarde ten opzichte van lopende projecten
- Gesprekken en werksessie met collega's van het beleidsteam Cultuur, Erfgoed en Recreatie.

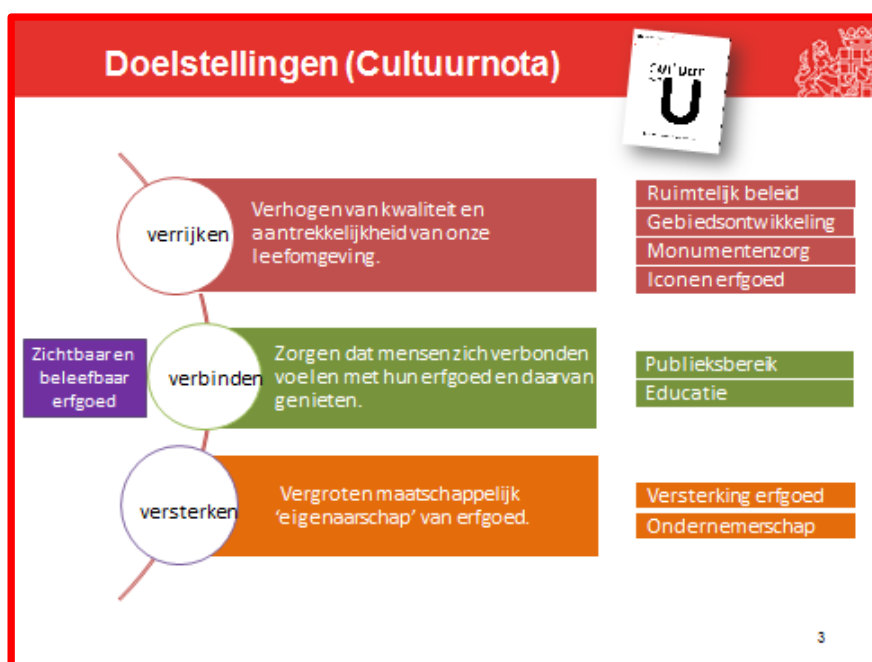
Analyse

De cultuurhistorische schatten van de provincie Utrecht zijn nog niet altijd goed ontsloten voor inwoners en bezoekers. Het erfgoed is niet genoeg zichtbaar voor een breed publiek, terwijl het hier vaak gaat om publieke ruimtes van hoge kwaliteit. Er is ook niet altijd samenhang tussen afzonderlijke locaties. De digitale vindbaarheid wordt gehinderd door de aanwezigheid van vele op zichzelf staande websites.

Verder ontbreekt het de Utrechtse erfgoedspelers nogal eens aan ontwikkelkracht; men is niet altijd goed geëquipeerd om effectief doelgroepen te bedienen, bijvoorbeeld door gebrek aan organisatiekracht, kennis en middelen. Specifiek de kasteelmusea, buitenplaatsen en het militair erfgoed zijn even kwetsbaar als belangrijk. Ze zijn onderhouds- en arbeidsintensief en hierdoor kostbaar. Veel erfgoedpartners staan voor de uitdaging om de juiste balans te vinden tussen de opgaven van onderhoud, publiekstaken en een gezonde bedrijfsvoering. De domeinen van erfgoed en toerisme profiteren wederzijds niet optimaal van elkaars krachten, zodat hier een uitdaging ligt voor een structurelere samenwerking.

Positionering

In het huidige erfgoedbeleid, zoals verankerd in de Cultuurnota 2012-2015 (PS-besluit d.d. 2 juli 2012), zetten we als provincie Utrecht in op een drietal strategische lijnen, namelijk Verrijken, Verbinden en Versterken. Deze algemene doelstellingen zijn als volgt samen te vatten:



De voorliggende projectagenda Utrecht Verhaalt sluit aan op de tweede en derde doelstelling van de Cultuurnota, namelijk Verbinden en Versterken. Hierbij staan respectievelijk de beleving van het erfgoed en het ondernemerschap van erfgoed centraal. In deze projectagenda brengen we meer focus aan binnen de huidige subsidie- en projectmogelijkheden voor het publieksbereik van cultureel erfgoed en cultureel ondernemerschap. Rode draad hierbij is meer aandacht voor vraagstimulering en een sterkere koppeling met recreatie en toerisme.

Ambitie en doelstelling

De ambitie van de voorliggende projectagenda sluit zodoende direct aan op de ambitie van de Cultuurnota:

Wij willen zorgen dat meer mensen zich verbonden voelen met en genieten van het rijke erfgoedaanbod in de provincie Utrecht.

In lijn met deze ambitie is de volgende algemene doelstelling voor Utrecht Verhaalt omschreven:

1. Bijdragen aan grotere herkenbaarheid van en meer samenhang tussen het beleefbare erfgoed (*gebruik*).
2. Bijdragen aan een betere benutting van toerisme voor erfgoedorganisaties (*verdienend vermogen*).

We lichten deze tweeledige doelstelling toe.

Gebruik stimuleren vanuit samenhang en herkenbaarheid

Het beter en meer in gezamenlijkheid vertellen van de verhalen achter de cultuurhistorische schatten in de provincie Utrecht leidt tot een grotere betrokkenheid van inwoners bij stad en regio. Het aanjagen van zichtbaarheid vergroot het gebruik en het aantal erfgoeddagtochten van inwoners en bezoekers.

Beter benutten toeristisch potentieel leidt tot verdienkansen

Door de bestaande toeristische netwerken te koppelen aan de erfgoedpartners kan een begin worden gemaakt met het gericht stimuleren van erfgoedtoerisme. Gezien het feit dat er geen aanvullende middelen beschikbaar zijn, zetten we hierbij in op enkele kansrijke projecten. Deze gerichte toeristische projecten zullen leiden tot extra inkomsten van met name de grote publieksspelers als de kasteelmusea, de bezoekerscentra en publieksforten.

Drie dragers: Vertellen, Verbinden en Verdienen

Om recht te doen aan de tweeledige doelstelling willen we vanuit drie dragers te werk gaan:

- A. Vertellen van verhalen
- B. Verbinden van locaties
- C. Verdienen aan bezoekers

We lichten deze dragers toe.

A. Vertellen van verhalen

	Wat?	Wanneer?	Wie?	Beoogd resultaat?
A1	Communicatie webplatform Utrecht Altijd	2014	LEU en partners	500.000 unieke bezoekers UtrechtAltijd eind 2015
A2	Heruitgave atlas Tastbare Tijd	2014	Provincie en uitgever	1.000 fysieke atlassen verspreid en 1.000 downloads digitale versie
A3	uRule erfgoedgames	2015	uRule en partners	Vier prototypen van games ontwikkeld eind 2014

Utrecht Altijd als centraal concept

De drager 'vertellen van verhalen' zet in op het eenduidig vertellen van de Utrechtse verhalen in brede zin. Vele partners hebben de laatste jaren projecten los van elkaar in uitvoering gebracht, waardoor deze verhalen niet altijd goed vindbaar zijn. Er is behoefte aan een samenhangende aanpak die herkenbaar is voor inwoners, bezoekers en samenwerkingspartners. In de motie staat deze wens verwoord als het concept Utrecht Verhaalt. Uitvoeringspartner Landschap Erfgoed Utrecht (LEU) werkt al aan de realisatie van een publieksvriendelijk erfgoedplatform voor inwoners en bezoekers van de provincie Utrecht onder de naam Utrecht Altijd, dat feitelijk deze wens gaat inlossen. De lancering van dit erfgoedportaal is voorzien in november 2014. Als payoff wordt gekozen voor 'verhalen over de provincie, toen, hier en nu'. Dit sluit goed aan op de verwoorde motie. We stellen zodoende voor om de naamstelling Utrecht Altijd als koepelnaam voor de projecten in deze agenda door te voeren. Door dit consequent toe te passen ontstaat herkenbaarheid en samenhang.

In deze lijn willen we de volgende koepelprojecten uitvoeren: communicatie van het erfgoedplatform UtrechtAltijd, heruitgave van de cultuurhistorische atlas én een toepassing van erfgoedgames uRule voor publieksbereik.

A1 Communicatie webplatform Utrecht Altijd

Voor de lancering wordt een campagne opgezet rond de bekendmaking van UtrechtAltijd.nl. De sterkte van UtrechtAltijd.nl is dat het de gehele provincie omvat en dat de website een overzicht biedt van verhalen en activiteiten over Utrechts erfgoed. Het gaat over grote

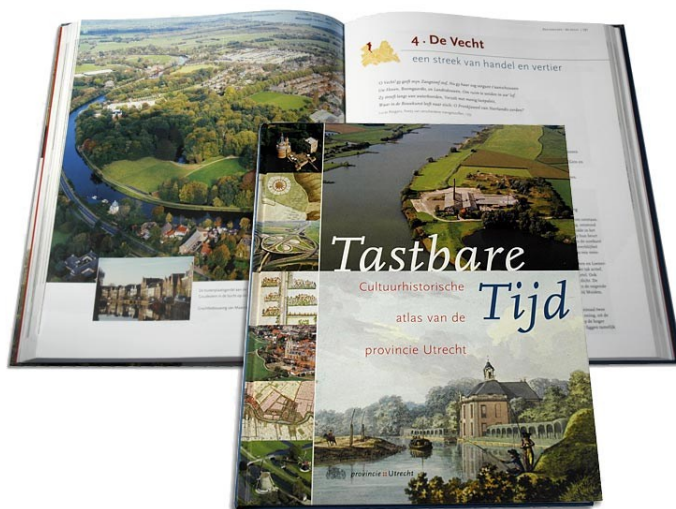
verhalen over het Utrechts erfgoed met een landelijke uitstraling, maar ook over kleinere verhalen die informatie bieden over een regio of dorp. De communicatieactiviteiten die Landschap Erfgoed Utrecht in dit kader kan uitvoeren zijn het genereren van publiciteit, mediabewerking en promotie van het webplatform.



De huisstijl voor webplatform UtrechtAltijd.nl is gereed en een testversie staat reeds online

A2 Heruitgave atlas Tastbare Tijd/CHAT

Het boek *Tastbare Tijd* dateert uit 2005 en heeft drie herdrukken beleefd in een oplage van 12.000 stuks. Het boek is sinds een jaar uitverkocht. De inzet is om twee producten te maken die in elkaars verlengde liggen: een geheel herziene publicatie van *Tastbare Tijd* en een digitale variant ervan. De hiervoor beschikbare digitale versie (CHAT) wordt hiermee eveneens vernieuwd en breder publiekelijk ontsloten. Met de uitgever verkennen we de mogelijkheden om de atlas eenduidig te laten verwijzen naar UtrechtAltijd. Hierdoor gaan webplatform en atlas elkaar direct versterken.



Van de eerste editie van de cultuurhistorische atlas *Tastbare Tijd* zijn 12.000 stuks verspreid

A3 Toepassing uRule erfgoedgames in publieksbereik

Het lopende project uRule brengt mensen uit de erfgoedsector en de gamingwereld samen om aansprekende erfgoedgames te ontwikkelen. Dit is een initiatief van het Cultuur Consortium Utrecht (CCU). Landschap Erfgoed Utrecht, ZIMIHC, BISC, RTV Utrecht en Kunst Centraal vormen samen dit consortium. Er wordt gewerkt aan vier prototypen. In 2014 volgen workshops, bijeenkomsten en een symposium. Goede voorbeelden op het gebied van games en andere digitale toepassingen in erfgoed zullen actief worden gedeeld. De inzet is om de op te leveren erfgoedgames in de verspreiding naar consumenten via UtrechtAltijd.nl te benutten. De rol van de provincie spitst zich hier toe op het aanjagen van een 'proof of concept' (voorbeeldfunctie) ter versterking van de samenwerking tussen partners.



uRule: de werkplaats en kenniscentrum voor games en erfgoed in de provincie Utrecht

B. Verbinden van locaties

	Wat?	Wanneer?	Wie?	Beoogd resultaat?
B1	Digitale minikiosks Utrecht Altijd	2015	Toerisme Utrecht, LEU, erfgoedlocaties etc.	50 minikiosks in binnenruimte erfgoed locaties
B2	Fysieke geveltekens Utrecht Altijd	2014 en 2015	Linkeroever/BOEI, LEU etc.	100 geveltekens in buitenruimte van erfgoedlocaties
B3	Verwijzingen naar erfgoed op fietsknooppanelen	2014	Programmabureaus West en O-gen	verwijzingen op 150 fietsknooppanelen
B4	Toeristische overstappunten erfgoed	2014 en 2015	Programmabureaus West en O-gen	5 overstappunten (TOP's) erfgoedlocaties

In de drager 'verbinden van locaties' staat het onderling en in samenhang naar elkaar verwijzen tussen fysieke erfgoedlocaties en het digitale webplatform UtrechtAltijd.nl centraal. Deze lijn geeft uitvoering aan de wens dat het aanwezig erfgoedkapitaal letterlijk meer op straat komt te liggen en in samenhang een breder publieksbereik zal krijgen.

B1 Digitale minikiosks UtrechtAltijd

In de stad Utrecht is een toeristisch project in voorbereiding waar we het erfgoed letterlijk op laten aanhaken: de ontwikkeling van zogenoemde digitale minikiosks op de balie van ondernemers en partners.



Voorbeeld van locatiespecifieke digitale info: minikiosks op de publieksbalies van erfgoedpartners (NB hier niet in Utrecht Altijd-uitstraling)

Onder de noemer Utrecht Altijd willen we 50 digitale minikiosks verspreiden over erfgoedlocaties in de gehele provincie. Hierbij kunnen we aan de achterkant gemakkelijk aanhaken op de bestaande databank in de U-base (de bestaande provinciale toeristisch-recreatieve database) en Utrecht Altijd, waardoor het voor relatief weinig budget mogelijk is om als erfgoedlocatie een eigen locatiespecifiek Utrecht Altijd-scherm te krijgen op de eigen bezoekersbalie. Behalve de verwijzing naar het grotere geheel kan de deelnemer hier zijn eigen specifieke verhaal kwijt. Goede afspraken over beheer en cofinanciering zijn hier van belang om het project duurzaam te organiseren.

B2 Fysieke geveltekens Utrecht Altijd

De organisaties BOEI en Linkeroever hebben vanuit de stichting Erfgoedlab landelijk het project Meerhierover.nl opgestart. Monumenten en andere erfgoedlocaties kunnen participeren in een zichtbaar, fysiek teken dat ter plekke op bijvoorbeeld de gevel of andere zichtbare plek een verwijzing maakt naar een mobiele website (in dit geval Utrecht Altijd). We zetten in op deelname van en hiermee het verbinden van 100 erfgoedlocaties in de gehele provincie. Deze tags in de buitenruimte zullen niet alleen deel uitmaken van het provinciale Utrecht Altijd, maar eveneens aanhaken op het landelijk erfgoedlabel Meerhierover. De exacte uitvoering hangt af van nader te maken afspraken met het landelijke project.



Meerhierover koppelen aan Utrecht Altijd: geveltekens bij erfgoedobjecten (op dit voorbeeld als QR-code, maar ook andere verwijzingen zijn mogelijk)

B3 Verwijzingen naar erfgoed op fietsknooppanelen

Vanuit het lopende recreatiebeleid zijn twee projecten interessant. Allereerst werken de programmabureaus West en O-gen (voorheen Oost) aan optimalisatie van het fietsroutenetwerk ('de fietsknopen') dat in eigendom is van de provincie Utrecht. Hierbij zullen 150 overzichtspanelen in de gehele provincie Utrecht worden vervangen. Op deze nieuwe panelen kan een verwijzing worden

gemaakt naar de erfgoedparels in de nabijheid. De kosten hiervoor zijn reeds gedekt uit het budget van recreatiebeleid en koppelen mee met vervangingsinvesteringen in het kader van optimalisatie van fietsknooppunten in 2014.



Voorbeeld overzichtspaneel fietsknooppunten. Deze kunnen worden voorzien van verwijzing naar 'erfgoedparels' in de buurt

B4 Toeristische overstappunten erfgoed

Een andere kans is de lopende opgave vanuit recreatiebeleid om in 2014 en 2015 25 toeristische overstappunten (TOP's) te realiseren. De programmabureaus West en O-gen werken hier inmiddels aan in opdracht van onder meer de provincie Utrecht (recreatiebeleid). Het zijn voor de recreant herkenbare plekken waar je gemakkelijk de auto kunt achterlaten (of gemakkelijk per OV heen gaat) en hier vervolgens overstapt naar wandel-, fiets- en vaarroutes, ter plekke informatie kunt vinden over de locatie zelf en de omgeving. Ook is er met de ANWB een afspraak gemaakt dat alle TOP's fietsservicepakketten krijgen (bv met reparatiesets, fietspomp etc.). De promotie van het netwerk van TOP's gebeurt door toeristische partners en ANWB. In 2014 en 2015 zullen als resultaat van het lopende recreatiebeleid 25 TOP's openen in de hele provincie. Vanuit Utrecht Altijd geven we een aanvullende opdracht om erfgoed-TOP's te realiseren. Zo bereiken we een winwin: erfgoed lift mee op de kennis en organisatie die reeds vanuit recreatiebeleid in uitvoering is gebracht én recreatie ziet het netwerk robuuster worden door de realisatie van vijf extra erfgoed-overstappunten. In bijlage 5 is meer terug te lezen over de definitie van een toeristisch overstappunt (TOP).



Ontwikkeling van toeristische overstappunten op erfgoedlocaties. Hier voorbeeld Oortjespad Kamerik, een gerealiseerde TOP op een recreatieterrein

C. Verdienen aan bezoekers

	Wat?	Wanneer?	Wie?	Beoogd resultaat?
C1	Bewerking touroperatormarkt	2014 en 2015	Toerisme Utrecht, erfgoedparels etc.	5.000 georganiseerde bustoeristen
C2	Persbewerking kasteelmusea en iconen	2014 en 2015	Diverse (toeristische) partners en kasteelmusea	vrije publiciteit in 100 artikelen
C3	Gezamenlijke marketing kasteelmusea	2014 en 2015	Kasteelmusea, LEU	meeropbrengst ter waarde van € 50.000 in 2015

De lijn 'verdienen aan bezoekers' betreft toeristische projecten die het betalend bezoekvolume aan erfgoedlocaties aanjagen. Ook hier gaat het om collectieve acties, niet om het aanjagen van afzonderlijke projecten. Gezien de beperkte doorlooptijd van voorliggende agenda (2014 en 2015) brengen we focus aan in drie koepelprojecten: bewerking van de touroperatormarkt, persbewerking en gezamenlijke marketing van de kasteelmusea.

C1 Bewerking touroperatormarkt

Voor bewerking van de touroperatormarkt geldt dat de grote erfgoedlocaties het marktpotentieel van de cultuurhistorische schatten van de regio in de groepsmarkt beter kunnen benutten. We schatten in dat met het gebundelde erfgoedpakket van Utrecht bustouroperators kunnen worden verleid tot 5.000 extra bezoekers in groepsverband. De inzet voor dit project is dat met grotere erfgoedplekken als bijvoorbeeld Slot Zuylen, Huis Doorn, Kasteel Amerongen, Fort Vechten, Park Vliegbasis Soesterberg de markt voor touringcars en groepsreizen actief en collectief wordt bewerkt. Denk hierbij aan de organisatie van touroperatordagen en het aanbieden van aantrekkelijk beeldmateriaal. Ook voor de musea in Utrecht en Amersfoort schuilt hier een interessante doelmarkt. De markt voor georganiseerde busreizen is een groeiende markt (van cultuurliefhebbers) die vooralsnog door gebrek aan organisatiekracht en kennis in de provincie Utrecht nauwelijks wordt ontgonnen.

C2 Persbewerking kasteelmusea en iconen

Om de diverse cultuurhistorische verhalen van Utrecht beter voor het voetlicht te brengen in de media, willen we inzetten op thematische persbewerking en een provinciebrede component. Hierbij borduren we voort op de aanpak van het Toerisme Utrecht Press Office. Deze uitvoeringspartner heeft de afgelopen drie jaar een gerichte bewerking van pers en publiciteit uitgevoerd en dit heeft publicitaire aandacht opgeleverd van media als BBC ('Utrecht as one of the five happy places in the world') en Lonely Planet ('Utrecht als een van de onontdekte steden'). Het principe is dat we de huidige opdracht vanuit toeristisch beleid (namelijk generieke persbewerking voor de stad Utrecht) verbreden en de kasteelmusea en opengestelde buitenplaatsen in de provincie mee laten nemen in de pers- en publiciteitsacties (bv persontvangsten). Hierbij verwachten we publiciteit van 100 artikelen over erfgoed.

C3 Gezamenlijke marketing kasteelmusea

Uit het recente rapport 'Kastelen aan zet' van Hans Wijers blijkt dat de Utrechtse kasteelmusea niet altijd in staat zijn om als individuele speler een goede marketingstrategie neer te zetten. Uit dit onderzoek blijkt evenzeer dat aan de kant van de kosten weinig besparingen mogelijk zijn en aan de

kant van de baten echter veel te winnen valt. De Utrechtse kasteelmusea communiceren via nieuwsbrieven, websites, mailings en social media met hun (potentiële) publiek. Zij hebben echter te weinig personele en financiële armslag om zich professioneel en effectief te kunnen positioneren in de markt van cultuurtoerisme en recreatie. Een collectieve inspanning om de baten te verhogen is kansrijk. Denk hierbij aan de inzet van een gedeelde accountmanager (type 'hands on') die de opdracht krijgt om het aantal bezoekers, trouwerijen, vergaderingen en groepsbijeenkomsten aanzienlijk te verhogen. Het voorstel is om de zakelijke samenwerking tussen de zes kasteelmusea te faciliteren. (Kasteel De Haar, Slot Zuylen, Kasteel Amerongen, Huis Doorn, Kasteel Loenersloot en Museum Oud-Amelisweerd.) De beoogde bijdrage van de provincie vermindert ieder jaar vanuit de verwachting dat deze aanpak zelf budget en ervaring oplevert.

Projecten van onderop

Naast de invulling van de door de provincie zelf geïnitieerde projecten vanuit de dragers 'Vertellen, Verbinden en Verdienen' wil de projectagenda de mogelijkheid bieden om collectieve projecten van onderop te stimuleren. Dit is een nadrukkelijke wens vanuit provinciale staten. Een nadere uitwerking en concretisering van mogelijke collectieve verhalen en projecten willen we vragen aan het rijke Utrechtse veld. We willen dit vormgeven binnen de reeds opengestelde uitvoeringsverordening Subsidie Kunsten, Media en Erfgoed waaruit projecten voor publieksbereik kunnen worden ge(co)financierd. Hiertoe zal deze verordening op onderdelen inhoudelijk worden aangepast.

De Cultuurnota 2012-2015 stelt voor het erfgoedbeleid prioriteit bij de thema's:

- Historische buitenplaatsen
- Militair erfgoed
- Agrarisch cultuurlandschap
- Archeologie

Bijlage 2 geeft een nadere toelichting bij deze inhoudelijke prioritering. In de beoordeling van de in te dienen projecten van onderop houden we deze thema's eveneens als prioritair aan.

Verder zal de provincie als voorwaarde stellen dat de projecten aansluiten op ten minste één van de inhoudelijk dragers Vertellen, Verbinden of Verdienen. Ook dient er bereidheid te zijn om samen te werken binnen of met het koepelconcept Utrecht Altijd van Landschap Erfgoed Utrecht.

Rol provincie: facilitator, verbinder en cofinancier

De voorliggende projectagenda stelt het collectief aanjagen van de erfgoedsector in elkaars samenhang centraal. Dit betekent dat de provincie Utrecht zich niet richt op individuele partners, maar op samenwerkingsverbanden. De rol van de provincie Utrecht spitst zich toe op het faciliteren van randvoorwaarden, het organiseren van regie (verbinden), het verspreiden van kennis en het cofinancieren van projecten. Op deze wijze kunnen we als provincie de komende jaren effectief waarde

toevoegen en investeren in publieke ruimtes van hoogwaardige kwaliteit waar kennis en beleving van Utrechts erfgoed plaatsvindt. Dat kan bij een kasteelmuseum zijn, maar ook in een bibliotheek of een archief.

Het uitgangspunt is hierbij om voort te borduren op bestaande organisatievormen. Ofwel: we willen geen nieuw programmabureau institutionaliseren, maar een projectmatige samenwerking organiseren. Hier stellen we de krachten en behaalde resultaten van de diverse partners centraal ('versterk de sterkten'). We zullen hierbij actief aandacht schenken aan het bouwen van coalities tussen erfgoed en toerisme, bijvoorbeeld door netwerkbijeenkomsten te organiseren en in de opzet van deze bijeenkomsten actief op betrokkenheid en mede-eigenaarschaps te sturen. De inzet is om voor kansrijke thema's bij te dragen aan duurzame borging van initiatieven. Bij voldoende draagvlak onder de deelnemende partners kunnen succesvolle onderdelen van deze projectagenda zichzelf in stand gaan houden (bijvoorbeeld bij het project gezamenlijke marketing kasteelmusea).

Koppeling met cultuurpacten

In de reeds afgesloten cultuurpacten met de gemeenten Utrecht en Amersfoort is ruimte gereserveerd voor samenwerking in het kader van de voorliggende projectagenda. In de nader af te sluiten cultuurpacten met de andere gemeenten zullen we de hierboven genoemde projecten binnen de dragers Vertellen, Verbinden, Verdienen én de mogelijkheid voor bijdragen aan projecten van onderop in een menukaart aan de diverse gemeenten benoemen. Hierbij kan elke gemeente dan op maat aangeven op welke onderdelen men wil inschrijven.

Door deze opzet ontstaat een vliegwieleffect: indien er draagvlak is zullen er meer participanten komen en meer toepassingen van de projecten. Zo kunnen we als provincie door de manier van werken gemeenten actief aanzetten om aan te haken op de genoemde collectieve acties. Een ander effect van deze aanpak is dat er aanvullende cofinanciering van gemeenten wordt georganiseerd.

Dekking binnen lopend budget

Uitvoering van de voorliggende projectagenda vindt plaats binnen de financiële kaders van de Cultuurnota 2012-2015. In totaal behelst uitvoering van de voorliggende projectagenda voor 2014 en 2015 een budget van € 785.000, dat als volgt is opgebouwd:

Onderdeel	Budget (2014 en 2015 gezamenlijk)
Projecten Vertellen	€ 145.000
Projecten Verbinden	€ 90.000
Projecten Verdienen	€ 150.000
Projecten van onderop	€ 350.000
Proces/communicatie/netwerkbijeenkomsten	€ 50.000
TOTAAL	€ 785.000

De verwachte kosten kunnen voor € 435.000 gedekt worden uit de lopende posten in de programmabegrotingen van 2014 en 2015. Bij de voorjaarsnota 2014 is voorgesteld om het resterende bedrag van € 350.000 te onttrekken uit de reserve Cultuurhistorische Hoofdstructuur.

Bijlage 1: Gespreksronde sleutelpersonen

Om input te verkrijgen voor de projectagenda en vroegtijdig draagvlak van de erfgoedsector te peilen zijn met de volgende sleutelpersonen gesprekken gehouden en/of is relevante input vergaard.

Organisatie	Naam	Functie
Landschap Erfgoed Utrecht	Marianne de Rijke Willemke Landman Elsiabeth Wiessner Karen van der Graaf	Senior projectleider Senior projectleider Projectleider webplatform Manager erfgoed
Stichting Erfgoedlab/Linkeroever	Maarten Pedroli Janneke Berkelbach	Accountmanager Projectleider
Ar-gitect	Albert Retel	Eigenaar
Stichting Utrechts Museumkwartier	Ward Rennen	Directeur
Samenwerkende Utrechtse Kasteelmusea	Anetta de Jong	Coördinator
Huis Doorn	Frank Louhenapessy Herman Sietsma Jaap van der Kemp	Hoofd bedrijfsvoering Directeur Coördinator marketing
Waterliniemuseum Fort bij Vechten i.o.	Hein Reedijk	Kwartiermaker
Vechtplassencommissie	Steven LeClercq	Voorzitter
Regionaal Historisch Centrum Vecht en Venen	Bernadine Ypma	Directeur
Toerisme Utrecht	Ronald Trum Carlijn Leenders	Directeur Senior marketeer
O-gen (programmabureau Oost)	Renske Zwart	Programmacoördinator
Programmabureau West	Carine Nieman	Projectleider recreatie, cultuurhistorie en landschap
Uit op de Heuvelrug	Mieke Coenen	Senior projectleider
RECRON Innovatie Campagne	Merlijn Pietersma	Senior beleidsadviseur

Bijlage 2: Prioritaire thema's Cultuurnota

De Cultuurnota 2012-2015 stelt voor het erfgoedbeleid prioriteit bij de thema's historische buitenplaatsen, militair erfgoed, agrarisch cultuurlandschap en archeologie. In de uitvoering van de voorliggende projectagenda houden we deze thema's eveneens als prioritair aan.

Historische buitenplaatsen

Utrecht telt meer dan 300 historische buitenplaatsen, goed voor bijna de helft van alle buitenplaatsen in Nederland. Deze combineren erfgoed- en landschapswaarden en zijn van groot belang voor de ruimtelijke kwaliteit en voor de aantrekkelijkheid van de provincie als verblijf- en vestigingsplaats. Typerend voor onze provincie is de concentratie van buitens in langgerekte zones langs rivieren en wegen. De belangrijkste buitenplaatszones zijn de Vechtgordeel en de Stichtse Lustwarande.

Militair erfgoed

Utrecht is een provincie met een rijke militaire geschiedenis. Dat levert erfgoed van formaat op, zowel letterlijk als figuurlijk. De Romeinse Limes, de Nieuwe Hollandse Waterlinie en de Stelling van Amsterdam zijn omvangrijke en bijzondere militair-historische structuren die ook op wereldschaal van waarde zijn. De Grebbelinie en het gebied rond Soesterberg hebben bijzondere kwaliteiten. Behalve de cultuurhistorische waarde is ook het recreatief en toeristisch potentieel van dit erfgoed groot.

Agrarisch cultuurlandschap

Ons agrarisch cultuurlandschap kenmerkt zich door cultuurhistorisch waardevolle structuren, zoals boerderijlinten, ontginnings- en verkavelingspatronen. Deze werken als ordenende principes op onze ruimtelijke inrichting en zijn daardoor van groot belang voor de ruimtelijke kwaliteit van ons landschap.

Archeologie

De provincie Utrecht heeft een lange bewoningsgeschiedenis. Dat levert naast zichtbare ook veel ondergrondse en dus onzichtbare sporen op. Deze zijn niet alleen het bewaren waard, maar vormen ook een rijke inspiratiebron voor ruimtelijke ontwikkeling.

Bijlage 3: Brede benadering naar tijdlagen en gebieden

De nieuw uit te geven cultuurhistorische atlas (project A2 in deze projectagenda) zal een handzaam kader bieden om de rijke verhalen van Utrecht overzichtelijk te vertellen. Het webplatform UtrechtAltijd.nl zal eveneens deze indeling naar tijdlagen en gebieden gaan aanhouden. Het gaat historisch gezien om vijf tijdlagen die de ontwikkeling van de provincie zichtbaar maken:

- Tijdlaag 1 'Onder het maaiveld' tot 1000
- Tijdlaag 2 'De structuur bepaald' 1000-1600
- Tijdlaag 3 'Linten en lijnen' 1600-1800
- Tijdlaag 4 'Creatief met water' 1800-1900
- Tijdlaag 5 'Uitbreiding en doorsnijding' 1900-heden

De atlas en ook het webplatform gaan uit van onderscheidende, cultuurhistorische deelgebieden binnen de provincie Utrecht. Om een werkbare indeling te krijgen, wordt voorgesteld deze gebiedsindeling op te schalen tot voor de recreant herkenbare gebiedsidentiteiten. Hierbij komen we bijvoorbeeld tot vijf gebieden, die qua identiteit, landschap en beleving van elkaar verschillen:

- Gebied 1: stad Utrecht
- Gebied 2: Heuvelrug en Kromme Rijn
- Gebied 3: Amersfoort, Eemland en Vallei
- Gebied 4: Groene Hart
- Gebied 5: Vecht en Plassen

Aldus ontstaat een matrix van locatiespecifieke lagen, die waar relevant gevuld kunnen worden met onderscheidende Utrechtse verhaallijnen. Deze brede benadering sluit aan op de eerder door provinciale staten geuite wens (informele bijeenkomst d.d.10 februari 2014).

Bijlage 4: lopende projecten rondom verhalen en thema's provincie Utrecht

Breed Utrechts Erfgoed

1. Burgerlijke Stand digitalisering
 - a. Trekker: HUA met alle archiefdiensten Utrecht
 - b. Doel: publiekstoegankelijk maken van Utrechtse genealogische informatie
2. Publiekstoegankelijk maken DTB boeken
 - a. Trekker: HUA met alle archiefdiensten
 - b. Doel: publiekstoegankelijk maken van Utrechtse genealogische gegevens
3. Digitaal erfgoedplatform UtrechtAltijd.nl
 - a. Trekker: LEU, ism erfgoedinstellingen
 - b. Doel: vindplaats verhalen, thema's geografie, apps, games, routes, collecties etc.
 - c. Doel: Zichtbaar en beleefbaar maken, versterking publieksbereik
4. Platform Utrechtse Boerderijen
 - a. Trekker: LEU, Nederlandse Boerderijstichting e.a.
 - b. Doel: aandacht voor dynamiek in het buitengebied die leidt tot erven-verrommeling en afbraak agrarisch cultuurhistorisch landschap
5. uRule: matching van gameproducenten met erfgoedinstellingen
 - a. Trekker: Cultuur Consortium Utrecht, ZIMIHC
 - b. Doel: matching van gameproducenten met erfgoedinstellingen voor een andersoortig publieksbereik

Lokaal

6. Veenendaal: museum en bibliotheek
 - a. Trekker: bibliotheek
 - b. Doel: actieve cultuurparticipatie in Veenendaal
7. Wegh der Weegen
 - a. Trekker: Stichting Wegh der Weegen
 - b. Doel: Zichtbaar en beleefbaar maken van de cultuurhistorische achtergronden van de Amersfoortseweg
8. Zeister Museumkwartier
 - a. Trekker: Gemeente Zeist, LEU ism Zeister erfgoedinstellingen en gemeentearchief
 - b. Doel: zichtbaar maken van de geschiedenis van Zeist

Waterwegen

9. Eemsnoer
 - a. Trekker LEU met ondernemers, historische verenigingen, Museum Spakenburg.
 - b. Doel: zichtbaar en beleefbaar maken van cultuurhistorie langs de Eem
10. Vechtsnoer: culturele, landschap en erfgoedinstellingen
 - a. Trekker: Venster op de Vecht
 - b. Doel: Zichtbaar en beleefbaar maken van de cultuurhistorie langs de Vecht

Militair erfgoed

11. Grebbelinie
 - a. Trekker: Programmabureau ism Stichting De Greb e.a.
 - b. Doel: zichtbaar en beleefbaar maken en instandhouding Grebbelinie
12. Limes-samenwerking
 - a. Trekker landelijke coördinator, samen met knooppunten en Stichting Romeinse Limes Nederland
 - b. Doel: UNESCO nominatie, zichtbaar en beleefbaar maken en instandhouding Limes
13. Limissie
 - a. Trekker LEADER-gebieden ism lokale partijen
 - b. Doel: Limes zichtbaar en beleefbaar maken in het landelijk gebied (oa kunst- en routeproject Woerden)
14. Nieuwe Hollandse Waterlinie
 - a. Trekker: Programmabureau
 - b. Doel: UNESCO nominatie, zichtbaar en beleefbaar maken en instandhouding Waterlinie

Historische buitenplaatsen

15. Platform Utrechtse Buitenplaatsen
 - a. Trekker: Provincie ism LEU, Stamu, belanghebbenden
 - b. Doel: netwerk en uitwisseling ten behoeve van instandhouding en ontwikkeling Utrechtse buitenplaatsen
16. Samenwerkende kasteelmusea
 - a. Trekker: Kasteel De Haar
 - b. Doel: versterking instellingen door samenwerking op diverse terreinen

Agrarisch erfgoed

17. Venen op de Kaart: crowdsourcing over boerderijen
 - a. Trekker: Archief, bibliotheek en museum De Ronde Venen
 - b. Doel: lokale betrokkenheid bij agrarisch cultuurhistorisch landschap vergroten

Archeologie

18. Grafheuvels Utrechtse Heuvelrug
 - a. Trekker: gemeente Utrechtse Heuvelrug
 - b. Doel: beschermen, beheren en beleefbaar maken van grafheuvels

Bijlage 5: Definitie toeristisch overstappunt (TOP)

Project B4 beschrijft het voorstel om aanvullend op de lopende opdracht vanuit recreatiebeleid (gedeputeerde De Vries) extra toeristische overstappunten (TOP's) op erfgoedlocaties te laten ontwikkelen. De volgende definitie voor toeristisch overstappunt is geldig.

Een TOP is een plek waar de lokale of regionale bezoeker kan starten met een recreatieve activiteit in het gebied dat vanuit het TOP wordt ontsloten. De regionale en landelijke wandel-, fiets- en vaarroutenetwerken komen bij voorkeur op een TOP samen. Hier kan de recreant op een comfortabele wijze zijn wandeling, fiets- of vaartocht beginnen of eindigen, en is het bijvoorbeeld mogelijk om iets te drinken of te eten, de accu van de fiets op te laden en eventueel materiaal te huren. Minimaal aanwezige voorzieningen zijn parkeerplaatsen en een informatiefunctie (in wat voor vorm dan ook) en bij voorkeur kleinschalige horeca (basisvoorzieningenniveau). Een TOP draagt in principe bij aan de lokale economie omdat het recreanten naar nabijgelegen voorzieningen trekt. Daarom dragen lokale ondernemers bij aan een TOP, bijvoorbeeld door een bijdrage in de investering en het onderhoud, maar ook door het verstrekken van informatie aan bezoekers.

Een TOP heeft geen grote publieksaantrekkende werking en kan primair gericht zijn op mensen die het landschap of het erfgoed willen beleven en het gebied bezoeken. Een TOP maakt samen met de poorten deel uit van het recreatief hoofdnetwerk (RHN), zoals vastgelegd in de Visie Recreatie en Toerisme 2020 (PS-besluit d.d. 23 april 2012).