

Waarderen en communiceren

Veerle Meul

Stelregel

Een open en consistente communicatie is cruciaal binnen een waarderingstraject, in het bijzonder als het gaat om de herbestemming of afstoting van erfgoed.

1. Een waarderingstraject start met de identificatie van het erfgoed én zijn belanghebbenden. Vervolgens bepaal je op welke wijze je met deze betrokkenen zal communiceren tijdens en na het waarderingstraject.
2. Maak een overzicht van alle communicatiemomenten. Spreek af wie de communicatie op zich zal nemen.
3. Een waarderingstraject resulteert in een duidelijke en overtuigende boodschap over de waarden van het erfgoed.

Toelichting/duiding bij stelregel

Algemeen

Anno 2017 beschouwen we erfgoedwaarden niet als objectieve waarheden die in steen gebeiteld zijn, maar als sociale constructies, door mensen toegeschreven aan het erfgoed. De waarden zullen dus variëren naargelang het perspectief van wie het bekijkt en wanneer in de tijd. Een logisch gevolg hiervan is dat het proces van waarderen geen eenzame activiteit van een expert is, maar participatief moet zijn. In ieder geval moeten de standpunten worden meegenomen van alle betrokkenen die om dit erfgoed geven. Het is daarom ook belangrijk dat dit zo rationeel mogelijk gebeurt, door het in stappen te doen en het proces in kleine stukjes te breken. Doordat meerdere mensen betrokken zijn en het een vaste methode is die transparant is en waarbij beslissingen voor iedereen openlijk zijn, kan voorkomen worden dat een waardering overkomt als een willekeurig oordeel of een afweging waar één individu heeft doorgewogen. Om dezelfde reden is het belangrijk dat de argumentatie wordt vastgelegd waarom iets wel of niet belangrijk wordt bevonden voor een bepaald doel.

1. Identificeer en communiceer met de belanghebbenden

Belanghebbenden zijn personen of groepen die een bijzondere waarde hechten aan het erfgoed en er een actuele band mee hebben of een bepaald belang bij hebben. *Welke personen hebben belang bij het bestaan en behoud van dit erfgoed? Hoe 'gebruiken' zij dit erfgoed?*

Best maakt u eerst een lijst, zo uitgebreid mogelijk en beschrijf hoe zij dit erfgoed gebruiken. De lokale vertegenwoordiger van de lokale beheerder/gebruiker heeft hier meestal de beste kijk op. Een begeleider van het waarderingstraject beschikt over de technieken en methoden om de belanghebbenden en het gebruik en beheer beter in kaart te brengen. Doorgaans zijn medewerkers van erfgoedcellen hier goed in thuis.

In de eerste plaats zijn er de interne belanghebbenden: de eigen mensen van de organisatie.

Daarnaast is er een grote groep externe belanghebbenden.

Tips:

- Verzamel documenten over het gebruik en beheer en eventuele missies (korte beschrijving van doel en taken van de organisatie).
- Teken de structuur van uw organisatie uit waar alle betrokken personen aan 'vasthangen'.

- Maak een overzicht van de werking van uw organisatie en koppel de betrokken instanties en personen aan functies.
- Vouw een stads- of gemeentepan uit en bestudeer de omgeving grondig.
- Maak een lijst van uw afspraken en activiteiten van de voorbije maanden of het voorbije jaar en selecteer de belanghebbenden die daarin voorkomen. Schenkers en sponsors zijn ook altijd belanghebbenden.
- Doe eventueel veldwerk: observeer hoe mensen het erfgoed gebruiken, bezoeken, ervan genieten, ... Spreek met mensen die veel weten over hoe het erfgoed bezocht of gebruikt wordt.
- Een eenvoudige zoektocht via een internetbrowser zal ook heel wat informatie opleveren over huidig gebruik en belanghebbenden. Publieke appreciatie of bemerkingen blijken ook uit sociale media.

U kunt onmogelijk alle belanghebbenden betrekken. Zeker niet als de lijst zeer uitgebreid is. Verdeel ze in **drie groepen**:

- **Belanghebbenden die onmisbaar zijn bij de waardering (omdat ze bv. de werking van het erfgoed bepalen of de beslissing moeten nemen): moeten deel uitmaken van het projectteam en/of het waarderingsteam**
- **Belanghebbenden die belangrijk zijn voor de waardering en herbestemming: worden doorgaans eenmalig betrokken door een bijeenkomst te organiseren.**
- **Belanghebbenden die moeten geïnformeerd worden over de waardering en de uitkomsten.**

Tips:

Visualiseer dit in een diagram: teken drie grote cirkels op een blad, zet de organisatie en de collectie centraal en geef dan elke stakeholder een plaats in een cirkel. Hoe dichterbij de organisatie, hoe groter de rol van de belanghebbende in het proces. Werk desnoods met post-its zodat u een stakeholder nog kunt verplaatsen tijdens de waardering.

Er zijn verschillende manieren om de belanghebbenden bij het traject te betrekken. De keuze voor een bepaalde methode hangt steeds samen met de situatie, wat u wilt bereiken en welke groep u wilt betrekken. De ene methode is intensiever dan de andere.

Steek meer tijd en energie in de belangrijkste belanghebbenden. Ga met hen minstens een gesprek aan en hou voor ogen dat dit gesprek geen eenrichtingsverkeer is.

Tips:

- Maak gebruik van een vragenlijst. Deze kunt u in papieren versie versturen of posten op relevante websites. U kunt ook een vragenlijst op een aantal relevante publieke plaatsen leggen zoals de dienst voor toerisme, het gemeentehuis, de bibliotheek, enzovoort.
- Plaats een advertentie in relevante en lokale media waarin u aankondigt wat er gaat gebeuren en nodig mensen uit om te reageren.
- Ga mensen rechtstreeks bevragen door met hen een gesprek of kort interview aan te gaan.
- Verzamel de belanghebbenden op een informatieavond en ga met de hele groep in gesprek. Neem uw stakeholders mee naar de collectie en peil naar hun reacties tijdens een rondleiding. Wat is voor hen bijzonder waardevol en waarom?
- Organiseer een groepssessie (creatieve workshop, focusgroep of discussiemoment).

2. Zorg voor een open en consistent communicatietraject

Een open en consistente communicatie is tijdens een traject waarderingstraject cruciaal, zeker als het gaat om herbestemming of afstoting.

- Spreek af wie de communicatie op zich zal nemen. Het is nuttig iemand als woordvoerder aan te stellen, die zowel de pers als bezorgde belanghebbenden te woord kan staan
- Maak een overzicht van alle momenten:
 - Communicatie is zeker nodig bij het begin van het traject: over de aanleiding, de werkwijze, het doel van de procedure... Onduidelijkheid voedt het ontstaan van geruchten, die niet bevorderlijk zijn voor de voortgang van het traject. Stel een tekst op met korte beschrijving van het erfgoed. Wat is de reden voor en de doelstelling van het project? Wie werkt eraan mee? Denk ook zeker aan goede foto's die door pers kunnen worden gebruikt.
 - Om aan de echte waardering te beginnen, is het belangrijk dat de belangrijkste belanghebbenden mee geïnformeerd zijn over de kennis die verzameld werd en bevindingen uit eventueel voorafgaand historisch onderzoek. Als het kan, communiceer, publiceer en verspreid de resultaten zo dat een ruimere groep het begrijpen van het erfgoed deelt.

Tips:

- Organiseer een informatiemeeting om de bevindingen samen te vatten
- Geef toegang tot uw complete informatiedossier bv via een digitale werkplek
- Een nieuwsbrief (al dan niet digitaal) is ook een goed idee
- Een tentoonstelling ter plaatse, die de belangrijkste bronnen en resultaten toont, wordt meestal ook heel goed onthaald en vergemakkelijkt aanzienlijk een waarderingsoefening.

- Op het einde van het traject is een open communicatie over de resultaten met alle belanghebbenden noodzakelijk.

3. Waardenstelling als overtuigende boodschap

Een waarderingstraject resulteert in een duidelijke en overtuigende boodschap over de erfgoedwaarden van het erfgoed. In geval van grote verscheidenheid van belangen kan een waarderingstraject het wederzijds begrip versterken.

- Een waardenstelling biedt een sterke en beredeneerde argumentatie om uit te leggen waarom het erfgoed belangrijk is en behouden moet worden (of bepaalde elementen juist mogen verdwijnen). Erfgoedorganisaties zijn gedwongen om hun collecties te verantwoorden en het erfgoed dat zij beheren is niet vanzelfsprekend waardevol meer. Daarom is het een sterk instrument om de betekenis én het belang van het erfgoed (en de professionele erfgoedzorg) aan het publiek (en politici) te communiceren. Een waardenstelling belicht de rijkdom en diversiteit van het erfgoed, terwijl het een scala aan belanghebbenden erkent. Hiermee creëert een waarderingsproces onmiddellijk draagvlak voor het erfgoed, wat bijvoorbeeld kan resulteren in sterkere vrijwilligerswerking en engagement van belanghebbenden en erfgoedgemeenschappen. Bij de aanvraag van een subsidie of fondsenwerving is een

waardenstelling een onmisbare troef. Rond de erfgoedwaarden kunnen promotiestrategieën, ontsluiting en toerisme ontwikkeld worden. Het expliciteren van waarden faciliteert ook de transmissie over generaties en culturen heen van het belang van het erfgoed en de pluraliteit van de huidige aanpak maakt deze benadering voor erfgoedwerking beter aangepast aan de hedendaagse maatschappij.

- Om verscheiden noden en belangen van belanghebbenden te verzoenen. Zeker in meer dynamische contexten zoals erfgoedplaatsen biedt een waarderingstraject in geval van belangenconflicten een unieke kans om tussen betrokkenen het debat en het wederzijds begrip te faciliteren. Deze aanpak biedt een waardevol alternatief voor het traditioneel conflictmodel waarbij dikwijls historische waarden van experts botsen met actuele waarden van lokale belanghebbenden en doorgedrukt moeten worden. Als het goed verloopt, creëert een waarderingstraject een forum voor het horen van alle perspectieven en wederzijds respect. Een participatief traject afleggen is daarmee niet enkel 'politiek correct', maar het is vooral strategisch: een erfgoedproject raakt minder snel geblokkeerd als van in het begin conflicterende waarden boven water komen en het kan helpen om tot een gemeenschappelijke visie te komen. Een breed gedragen beslissing garandeert (sociale) duurzaamheid van het project.

Minimale vereiste(n)

- Lijst de belanghebbenden op van dit erfgoed en deel ze op in categorieën
- Bepaal en verantwoord hoe er tijdens het waarderingstraject met hen gecommuniceerd zal worden
- Duid een woordvoerder aan
- Bepaal de communicatiemomenten, minstens aan het begin en het einde van het traject