

Het erfgoedbelevingsmodel gebruiken in teamverband

Samen werken aan sterke bezoekerservaringen

Wat?

Hoe wil je dat bezoekers jouw erfgoedplek ervaren? Welke indruk blijft hangen na hun bezoek? En sluiten die ervaringen aan bij wat je als organisatie wil uitstralen? Met deze workshop gebruik je het erfgoedbelevingsmodel als een gemeenschappelijk kader om over bezoekersbeleving in gesprek te gaan. De oefening helpt je om stil te staan bij de ervaringen die je vandaag creëert, een gezamenlijke ambitie te formuleren en te bepalen waar kansen liggen voor verdere ontwikkeling.

Voor wie?

Deze workshop is bedoeld voor erfgoedorganisaties die bewust willen werken aan bezoekersbeleving en publiekswerking. Je kan vertrekken vanuit bezoekersdata, maar evengoed vanuit de kennis, ervaringen en observaties van medewerkers, vrijwilligers en partners.

Praktische voorbereiding

Voorzie ongeveer 2 à 3 uur voor de workshop. Heb je minder tijd? Dan kan je een verkorte versie organiseren, waarbij je focust op de kernstappen: de gewenste bezoekersbeleving bepalen, prioritaire dimensies kiezen en acties formuleren.



1. Stel je kernteam samen

Bezoekersbeleving ontstaat niet op één plek binnen de organisatie. Ze wordt mee gevormd door het erfgoed zelf, de communicatie, activiteiten, ontvangst, infrastructuur en dagelijkse interacties met bezoekers. Breng daarom mensen samen die elk vanuit hun eigen rol naar de bezoekerservaring kijken.

Denk bijvoorbeeld aan:

- ▶ publiekswerkers;
- ▶ gidsen en onthaalmedewerkers;
- ▶ erfgoedbeheerders of conservators;
- ▶ vrijwilligers;
- ▶ communicatiemedewerkers;
- ▶ directie of coördinatie;
- ▶ operationele medewerkers zoals onderhouds- en technische diensten;
- ▶ lokale partners die nauw betrokken zijn bij de bezoekerservaring

Een groep van 5 tot 10 personen uit verschillende rollen werkt meestal het best. Bij grotere groepen kan je werken in subgroepen.

2. Duidt een gespreksbegeleider aan

Kies één persoon die het proces begeleidt. Die bewaakt de timing, vat inzichten samen en zorgt ervoor dat verschillende perspectieven aan bod komen. Je hoeft hiervoor geen expert in bezoekersbeleving te zijn. Belangrijker is dat je de juiste vragen stelt, actief luistert en het gesprek concreet houdt.

Stap 1: Bepaal je focus

Elke workshop begint met een duidelijke vraag. Wat wil je als team beter begrijpen? Welke uitdaging wil je onderzoeken? Waar hoop je een antwoord of richting te vinden?

Neem ook kort de tijd om afspraken te maken over de manier van samenwerken. Een open gesprek werkt alleen wanneer alle perspectieven gehoord worden en elke deelnemer zich vrij voelt om ervaringen en ideeën te delen.

Resultaat van deze stap: iedereen weet waarom jullie samen rond de tafel zitten.

Stap 2: Kijk naar vandaag

Voor je nadenkt over de toekomst, is het belangrijk om zicht te krijgen op hoe bezoekers de plek vandaag ervaren.

Bespreek samen vragen zoals:

- ▶ Wat is vandaag de grootste kwaliteit van onze erfgoedplek?
- ▶ Waar reageren bezoekers spontaan op?
- ▶ Welke ervaringen lijken bezoekers het meest te waarderen?
- ▶ Wat vinden bezoekers soms moeilijk, onduidelijk of minder aantrekkelijk?
- ▶ Welke beleving ontstaat vandaag vanzelf?
- ▶ Welke beleving willen we liever niet oproepen?

Probeer zoveel mogelijk te vertrekken vanuit concrete observaties, bezoekersreacties, ervaringen van medewerkers en eventuele bezoekersdata.

Resultaat van deze stap: een gedeeld beeld op van de sterktes, aandachtspunten en spanningen in de huidige bezoekersbeleving.

Stap 3: Verken het erfgoedbelevingsmodel

Maak het team kort vertrouwd met het erfgoedbelevingsmodel en de 14 dimensies. Het doel van deze stap is niet om elke dimensie tot in detail te bestuderen. Belangrijker is dat iedereen de dimensies begrijpt als een gedeelde taal om over bezoekersbeleving te spreken.

Gebruik de beschrijvingen van de dimensies als inspiratiebron en nodig deelnemers uit om concrete voorbeelden uit hun eigen praktijk te geven.

Resultaat van deze stap: het team begrijpt de dimensies voldoende om ze als gesprekskader te gebruiken.

Stap 4: Formuleer je ambitie

Nu verschuift de aandacht van de huidige situatie naar de toekomst. Welke ervaring wil je bezoekers idealiter meegeven? Vertrek daarbij niet meteen vanuit activiteiten, doelgroepen of concrete oplossingen, maar vanuit de ervaring die je wil creëren.

Bespreek vragen zoals:

- ▶ Hoe willen we dat bezoekers zich hier voelen?
- ▶ Wat hopen we dat bezoekers meenemen na hun bezoek?
- ▶ Welke indruk moet blijven hangen?
- ▶ Wat maakt onze erfgoedplek uniek?

- ▶ Welke sfeer, betekenis of energie past bij deze plek?
- ▶ Wat mag nooit verloren gaan?
- ▶ Welke vormen van beleving passen minder goed bij onze identiteit?

Probeer vervolgens samen één korte belevingsambitie te formuleren.

Bijvoorbeeld: "We willen bezoekers laten vertragen, verwondering oproepen over de geschiedenis van de plek en een gevoel van verbondenheid creëren tussen erfgoed, natuur en gemeenschap."

Resultaat van deze stap: een gedeelde ambitie die richting geeft aan toekomstige keuzes.

Stap 5: Kies je prioriteiten

Niet elke dimensie moet even belangrijk zijn voor jouw erfgoedplek. Het is net belangrijk om bewuste keuzes te maken. Bekijk de 14 dimensies opnieuw en bespreek welke het best aansluiten bij de bezoekersbeleving die je wil realiseren (Stap 4). Kies er maximaal 4 à 5 die jullie als prioriteit naar voren schuiven.

Het kan helpen om een onderscheid te maken tussen:

- ▶ Kerndimensies: dimensies die vandaag al sterk aanwezig zijn
- ▶ Groeidimensies: dimensies die je in de toekomst wil versterken
- ▶ Spanningsdimensies: dimensies die belangrijk zijn, maar vandaag nog onvoldoende tot hun recht komen

Resultaat van deze stap: een duidelijke set prioritaire belevingsdimensies.

Stap 6: Vertaal naar de praktijk

Een belevingsdimensie wordt pas bruikbaar als je ze vertaalt naar de praktijk van je erfgoedplek. Werk daarom per gekozen dimensie uit wat bezoekers concreet zouden merken, doen, voelen of zeggen.

Bespreek bijvoorbeeld:

- ▶ Wat betekent deze dimensie concreet voor onze plek?
- ▶ Waaraan merkt een bezoeker dat deze dimensie aanwezig is?
- ▶ Welke reacties, uitspraken of gedragingen verwachten we?
- ▶ Op welke momenten tijdens een bezoek kan deze dimensie ontstaan?
- ▶ Wat doen we vandaag al om deze beleving te ondersteunen?
- ▶ Waar zien we nog kansen?

Tip! Vertrek zoveel mogelijk vanuit observeerbaar gedrag en concrete situaties. Bijvoorbeeld: “Bezoekers stellen spontaan vragen over de geschiedenis van onze plek” kan een signaal zijn van de dimensie nieuwsgierigheid. “Bezoekers blijven lang stilstaan op bepaalde locaties” kan een signaal zijn van reflectie of verwondering.

Resultaat van deze stap: een gedeelde, praktische vertaling van de gekozen dimensies naar observeerbare bezoekerservaringen.

Stap 7: Zet om in actie

De laatste stap bestaat erin om de inzichten uit de workshop om te zetten in concrete acties.

Kijk per prioritaire dimensie welke ingrepen mogelijk zijn om de gewenste bezoekerservaring te versterken. Dat kunnen grote strategische keuzes zijn, maar ook kleine aanpassingen die snel gerealiseerd kunnen worden.

Bespreek bijvoorbeeld:

- ▶ Welke acties kunnen we op korte termijn realiseren?
- ▶ Welke veranderingen vragen meer voorbereiding of middelen?
- ▶ Welke bestaande initiatieven kunnen we versterken?
- ▶ Welke partners kunnen hierbij een rol spelen?
- ▶ Wat heeft de grootste impact op de bezoekerservaring?

Prioriteer de acties en leg vast wie hiervoor het aanspreekpunt is.

Tip! De inspiratiegids kan hierbij extra ideeën aanreiken. Houd er wel rekening mee dat bezoekersbeleving altijd contextgebonden is. Niet elke aanpak past bij elke erfgoedplek.

Resultaat van deze stap: een actieplan met duidelijke prioriteiten, ontwikkelkansen en vervolgstappen.

Externe begeleiding

Wil je de workshop laten begeleiden door een externe moderator? Dat kan! Het onderzoekscentrum Publieke Impact helpt je graag verder.