



Op donderdag 14 november 2019 vond in de Grote Kerk in Veere de contactdag Erfgoed en Publiek plaats. Meer dan honderd belangstellenden namen deel aan de middag die in het teken stond van storytelling.

Het begrip 'storytelling' komt regelmatig voorbij, zowel in het bedrijfsleven als in de erfgoedsector. Maar wat is storytelling nu eigenlijk? Hoe vertel je een boeiend verhaal? Welke kansen biedt storytelling en hoe kun je er zelf mee aan de slag? Gast sprekers van binnen en buiten de provincie gaven inspirerende voorbeelden en concrete handvatten om een goed verhaal te vertellen. Dagvoorzitter was Marc Kocken, sectorhoofd Erfgoed en Publiek bij Erfgoed Zeeland.



Raymond den Boestert van de Vertelacademie lichtte in de keynote het begrip storytelling toe. Met het vertellen van verhalen – 'de oudste manier van communiceren' – delen mensen kennis en krijgen ze grip op de samenleving. Verhalen geven richting en bieden oplossingen. Dat zal ook de reden zijn waarom storytelling in de huidige globaliserende samenleving zo populair is. Een goed verhaal bevat vier elementen: structuur, emotie, beelden en verbinding. Een verhaal heeft een herkenbare structuur, dat wil zeggen een begin en een eind en daartussen wordt een 'probleem' opgelost. Een verhaal raakt aan iets persoonlijks, iets dat gevoelens opwekt. Een verhaal werkt met beelden. Die brengen geschiedenis tot leven en maken dat je iets makkelijker onthoudt. De beelden die een verhaal oproept, verschillen overigens per persoon. Een verhaal zorgt voor verbinding met de ander. Het vertellen van een verhaal doet dus niet alleen een beroep op de verbeelding van de verteller maar ook op die van de luisteraar. 'Een verhaal vertel je nooit alleen.'



Naar aanleiding van reacties uit het publiek had Raymond den Boestert nog een aantal 'tips'. Tip 1. Verhalen kunnen richting geven in het selectieproces voor een tentoonstelling. Kijk eens welke verhalen er eigenlijk te vertellen zijn over een object en laat die verhalen leidend zijn voor de keuze van objecten voor een tentoonstelling. Tip 2. Voor wie verhalen gaat verzamelen: laat mensen de verhalen niet opschrijven, maar ga naar ze toe en laat ze vertellen. Vraag naar de setting waarin iets gebeurde: wie, wat, waar, waarom was je daar, wat is er toen nog meer gebeurd. Tip 3. Als je een verhaal vertelt, pas het verhaal (structuur, emoties, beelden) aan de doelgroep aan. Tip 4. Regel de rechten als je iemands verhaal wilt gebruiken.



Marco van Vulpen, als adviseur werkzaam bij BMC, legde namens de Vereniging Musea Schouwen-Duiveland uit hoe persoonlijke verhalen de basis vormden voor een unieke samenwerking van vijf musea op Schouwen-Duiveland (Brouws Museum, Brusea, Burghse Schoole, Goemanszorg en Museumhaven Zeeland). Samen realiseerden deze musea het tentoonstellingsprogramma Het Laatste Oorlogsjaar, met vijf presentaties rond thema's die specifiek waren voor de locaties. Telkens stond het persoonlijke verhaal van een betrokkene centraal. Het organiseren van activiteiten rond de tentoonstellingen bood meerwaarde. Voor 2020 wordt een tweede tentoonstelling voorbereid. Die gaat over de bevrijding van Schouwen-Duiveland en ook hier staat storytelling per locatie centraal.

Verhalenvertelster en voordrachtskunstenares Sankie Koster uit het Land van Axel had de zaal aan haar lippen hangen met een pakkend verhaal in het Zeeuws over de *meulen* van Overslag.



Sjoerd van der Linde van Studio Louter hield een betoog over Emotion Design en het sturende idee. Emotion design is erop gericht om verhalen die betekenis hebben invoelbaar te maken. Elke coherente tentoonstelling draait om een waardevolle boodschap die is verpakt in een emotionele ervaring. Een sturend idee helpt om een zinnig verhaal invoelbaar te maken en om bezoekerservaringen te ontwikkelen. Het brengt structuur aan en leidt tot het maken van keuzes. Het sturende idee is te vangen in één heldere zin die de kern van de betekenis van het verhaal tot uitdrukking brengt. Elementen van het sturende idee zijn: feiten (wat leer ik?), betekenis (waarom is dat van belang?), emoties (waardoor ga ik dat ervaren?) en middelen (waarmee wek ik de ervaring op?). De spreker lichtte een tipje van de sluier op van de plannen die Studio Louter heeft ontwikkeld voor de Grote Kerk in Veere. Uitdaging, inspiratie en geschiedenis worden hierin gekoppeld onder de noemer 'Durf jij je te laten inspireren in Veere?'.



Manon Henzen van eet!verleden liet in haar presentatie zien hoe gerechten en producten op subtiële wijze een historisch verhaal kunnen vertellen. Elementen daarvan zijn de ingrediënten, recepten, oude kooktechnieken en serviesgoed/vaatwerk. Inspiratie voor haar historisch kookatelier haalt zij onder meer uit afbeeldingen, teksten (waaronder historische kookboeken) en archeologische vondsten die te maken hebben met eten en drinken. Zij presenteerde een staalkaart van producten en projecten die op het gebied van food te ontwikkelen zijn: artikelen, blogs, kookboeken, producten ('geschiedenis in een potje'), lezingen, foodtours, tentoonstellingen, proeverijen en kookworkshops. Zij benadrukte het belang van samenwerking met de media, horeca en plaatselijke winkeliers/ambachtslieden zoals een bakker. Tot slot liet zij zien hoe een monument als de Grote Kerk in Veere inspireert tot historische hapjes. Die vielen bij de aanwezigen zeer in de smaak.



De middag werd afgesloten door vrijwilligers van de Grote Kerk die op verschillende plaatsen in de kerk verhalen vertelden over wat zich in het verleden in de kerk heeft afgespeeld.

