

► Vakblad voor museummedewerkers in Vlaanderen en Nederland

Museumpeil

58

NAJAAR
2021

Musea en de digitale transformatie

Maaïke Verberk over
digitale duurzaamheid

Digitale verdienmodellen

Koerieren tijdens corona

En nog zoveel meer...



Museumadvies | Els Thijssen

advies, begeleiding & ondersteuning
voor erfgoedinstellingen en overheden



management | professionalisering
businessplannen | conceptontwikkeling
(ver)bouw- & inrichtingsplannen
bidbook & fondsenwerving



www.museumadvies.nl
ethijssen@museumadvies.nl



produceert beeldende audio &
verwonderende communicatie

Door goed naar uw verhaal te luisteren,
met uw unieke publiek voor ogen.

OORKAMERS geeft het die draai,
zodat uw verhaal echt gaat leven.

Omdat verhalen, goed verteld,
verbeelden en verwonderen!



Geknipt voor uw verhaal!

-----✂-----

Wat is uw verhaal?

Hoor het graag. I'm listening...

Jeroen Dessauvagie levert daarbij maatwerk. Of het nu gaat om een audiotour, exhibit, animatie, lespakket, app, tentoonstelling of campagne: Jeroen verzorgt de gehele productie of helpt u om het (deels) zelf te doen. Van schrijven tot redigeren, van concept tot inhoudsontwikkeling, van regisseren tot publiceren...

OORKAMERS.nl | +31624751437

ROZEMOND tentoonstellingen

communicatie
op locatie



story
interactie
belevingsdesign



www.rozemondtentoonstellingen.nl

BRANDWACHT ENMEIJER.NL

☒ Decors ☒ Interieurs ☒ Tentoonstellingen



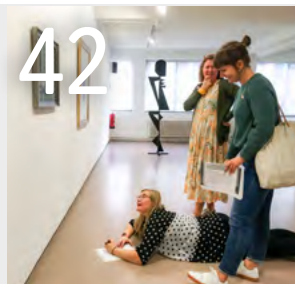
Utrecht T: +31 (0)30 241 6800
www.brandwachtenmeijer.nl



4



10



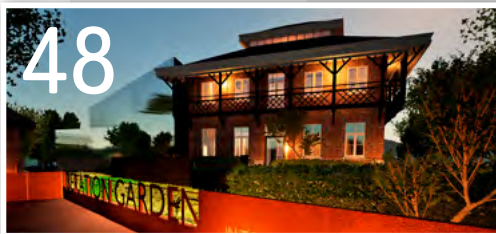
42



28



16



48



46

INHOUD

GESPREKKEN

► **4** Maaike Verberk, algemeen directeur bij DEN, kennisinstituut cultuur & digitale transformatie, over de digitale doorbraak: hoe gaan we van experiment naar duurzame strategieën?

Mirjam Verloop

► **10** Op de Derde Verdieping van Design Museum Den Bosch kunnen bezoekers vrijuit rondlopen op tentoonstellingen. Digitaal. Maan Leo, manager Marketing en Communicatie, over het opzet en de duurzaamheid ervan.

Mirjam Verloop

► **20** Vanuit Vilnius in Litouwen verovert MO Museum de wereld. Digitaal. De Vlaamse Karen Vanhercke speelt daar een hoofdrol in.

Tonia Dhaese

► **42** Vlaamse musea werken intens aan hun meerstemmigheid. We spraken met Red Star Line en Mu.ZEE.

Patrick De Rynck

► **48** In de Belgische garnizoensstad Leopoldsborg opent volgend jaar een nieuw museum. Een verhaal van vallen en weer opstaan. En van veel daadkracht en een groot draagvlak.

Franklin van der Pols



PRAKTIJKVERHALEN

► **15** Een Digitale Scheurkalender, en wel over burgerschap. En met volop kunst en erfgoed erin. Of hoe maak je jezelf relevant voor *digital natives*.

Iris Brandts

► **16** COVID is/was voor de digitalisering van de museumwerking een boost. Enkele mooie voorbeelden uit de praktijk.

Rowan Huiskes

► **18** Musea en Wikipedia, het biedt letterlijk wereldwijde mogelijkheden. Ervaringsdeskundige musea aan het woord.

Michelle van Lanschot

► **26** De digitale kloof, hoe dicht je die als museum en erfgoedorganisatie? Hoe bereik je digitaal laaggeletterde mensen?

Sarah Anrijs en Koen Ponnet

► **28** Digitale verdienmodellen: zeker in landen met traditioneel weinig subsidies voor musea zijn ze in opmars. Drie opmerkelijke tot spectaculaire voorbeelden.

Frédéric Jonckheere

► **32** Je begint aan een tentoonstelling met een paar honderd bruiklenen. En dan slaat corona toe. Koerieren? Onmogelijk. Het Gallo-Romeins Museum in Tongeren maakte het mee.

Bart Demarsin

► **34** Crowdsourcing is een wondermiddel, stelt Vera Weterings. Maar er zijn enkele randvoorwaarden. Een praktijkverhaal uit Rotterdam.

Vera Weterings

► **39** Ook in Brugge wordt gecrowd-sourcet. Musea Brugge heeft nuttige tips! *Bart Compennol, Pieter De Ketelaere, Evelien De Wilde, Katrien Steelandt*

► **46** Jan Anderson heeft een particulier streekmuseum. Niets bijzonders, maar Jan Anderson is 85 en er wordt vernieuwend nagedacht over de toekomst. Maak kennis met het Doornroosje-scenari!

Evelien Masselink

UIT DE BOEKEN

► **52** Uit de boeken

Vera Weterings las boeken over de veranderende cultuur bij natuurkundige musea.

JONG TALENT

► **53** Yannicke Kloosterman onderzocht hoe we beter kunnen omgaan met een verborgen schat: versamples.

HET ONDERZOEK

► **54** Jeroen Nawijn en Dorus Hoebink onderzoeken het profiel van het stadsmuseum. Hoe kunnen ze dat scherper stellen in moeilijke tijden voor veel stadsmusea?

COLUMNS

► **41** Patrick Allegaert vond een collectie uit zijn leperse jeugd terug. In Oostende.

► **56** De Nederlandse Museumvereniging doet een appel aan het kabinet: steun de musea! De cijfers voor 2021 spreken boekdelen.

Op de cover

Het geheel vernieuwde MoMu in Antwerpen in Antwerpen opende dit najaar zijn deuren. Zie ook p. 8, 24 en 25.

DIGITAAL DOORBREKEN DOE JE SAMEN

Gesprek met Maaïke Verberk

In de afgelopen periode kreeg, al dan niet ingegeven door de crisis, digitale transformatie bij musea een impuls. 'Een mooie ontwikkeling,' zegt Maaïke Verberk, algemeen directeur bij DEN, kennisinstituut cultuur & digitale transformatie. Maar we moeten ook zorgen dat het beklijft. Hoe gaan we van experiment naar een duurzame digitale strategie?

Mirjam Verloop, redacteur



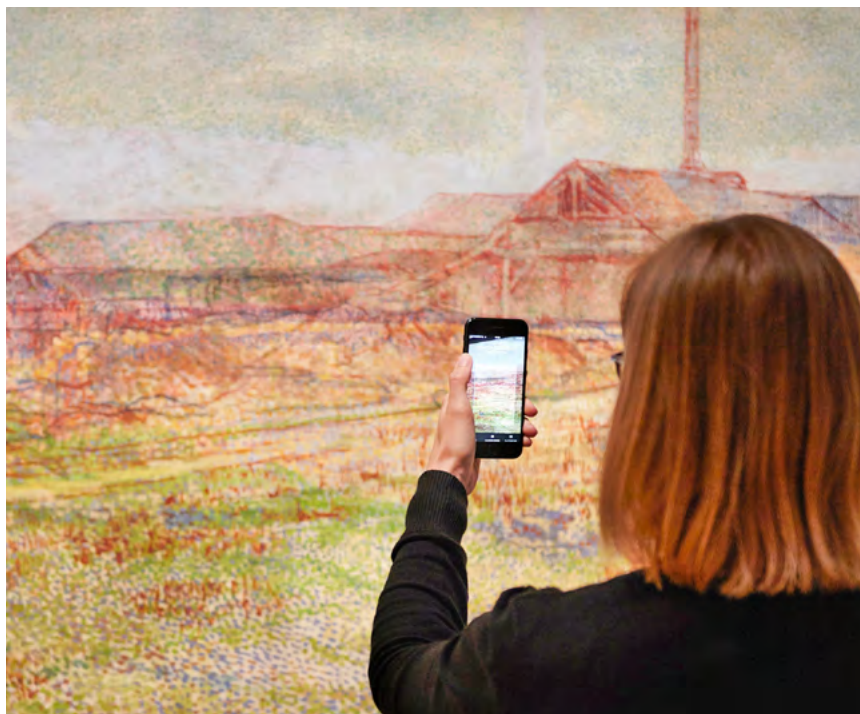
‘Als je wilt profiteren van digitale transformatie, dan is samenwerking een van de sleutels.’

► We ontmoeten elkaar in een café in de Haagse binnenstad. Mensen werken er op een laptop, wij zijn beiden gewapend met een notitieblok. Maaïke Verberk vertelt dat het een drukke periode was voor DEN met de toegenomen belangstelling voor digitaal, de Digitale Transformatie Conferentie, een succesvolle DEN Academie... Sinds 1996 heeft DEN zich ontwikkeld tot het kennisinstituut op het gebied van digitale transformatie in de cultuursector. DEN inspireert en ondersteunt cultuurprofessionals om de kansen en mogelijkheden van digitale transformatie te benutten. In 2018 startte Maaïke Verberk als algemeen directeur. Ze was eerder zakelijk leider bij Toneelgroep Amsterdam en bij STRP Art&Technology in Eindhoven.

Groot versus klein

Vraagt dat om nieuwe vaardigheden?

‘Absoluut. Het vraagt om nieuwe vaardigheden, maar ook om veel meer gebruik te maken van de netwerksamenleving. Als je wilt profiteren van digitale transformatie, dan is samenwerking een van de sleutels.’



De L@kenhal-app nodigt bezoekers uit om op een andere manier naar de collectie te kijken. - Foto: Mark Kuipers

‘Het publiek van de toekomst komt niet altijd meer naar je collectie toe. Daar moet je je als sector op voorbereiden.’

‘In de afgelopen maanden heb ik gezien dat grote instellingen profiteren van de mogelijkheden die digitale transformatie te bieden heeft, maar kleine en middelgrote instellingen veel minder vanwege het gebrek aan capaciteit, het gebrek aan budgetten of om andere relevante redenen. Je ziet echt een kloof ontstaan. Groot en klein moeten met elkaar samenwerken om als sector profijt te hebben van digitale transformatie. Daar ligt ook een rol voor het culturele ecosysteem, zoals fondsen en overheden die dat stimuleren. En instellingen kunnen daar zelf ook gul in zijn.’

Samenwerking

Reikt samenwerking verder dan de museumsector?

‘Ja, innovatie komt ook van buiten. Vanuit de brede cultuursector, maar ook vanuit de commerciële sector of de creatieve industrie. Tijdens de Digitale Transformatie Conferentie van dit jaar spraken drie podiumkunstinstituten uit het Verenigd Koninkrijk over samenwerking met *tech*-bedrijven. Ze ontwikkelen samen voorstellingen voor een nieuw en jonger publiek. Het Verenigd Koninkrijk staat al verder. De *tech*-industrie en de cultuursector werken intensief samen en innovatiefondsen dragen significant bij aan het onderzoek naar het publiek van de toekomst. De samenwerking heeft als bijkomstigheid dat culturele instellingen betere opdrachtgevers worden.’

‘In Nederland zie je ook voorbeelden van samenwerking. Museum De Lakenhal in Leiden ontwikkelde met ontwerp bureau Fabrique en appbouwer Zooma de L@kenhal-app. Die nodigt bezoekers uit tot *slow looking*, een andere manier om de collectie te beleven. De bezoeker richt in het museum de camera

op een schilderij en de app maakt gebruik van beeldherkenning om te zoeken naar een audiofragment. Zo luister je terwijl je kijkt. Bezoekers die daarvoor toestemming hebben gegeven, ontvangen 's avonds nog een bericht met tips en een korte video van het bezoek.’

Dubbele kloof

Je gebruikte eerder het woord ‘kloof’, wat bedoel je daarmee?

‘Die kloof heeft voor mij twee kanten. De ontwikkeling die het publiek doormaakt wat de mogelijkheden betreft en het verschil in capaciteit, deskundigheid en middelen. Grote instellingen zijn in staat om digitale transformatie voor zich te laten werken en daarmee hun maatschappelijke relevantie te vergroten. Kleine en middelgrote instellingen hebben die mogelijkheden niet. De behoefte van het publiek groeit mee met de grote instellingen. Het publiek heeft daardoor een verwachting waaraan kleine en middelgrote instellingen niet kunnen voldoen.’

‘Het ecosysteem waar ik eerder over sprak, speelt hier echt een rol. In tegenstelling tot de

‘Plaats en tijd zijn digitaal niet meer relevant en interactie met het publiek organiseer je op een andere manier.’



meer projectgerichte aard van de fondsen nu moet er een ander type fondsen komen, waar innovatie centraal staat. Bij innovatie gaat het veel meer over het signaleren van vragen in het veld. De uitkomst is nog niet duidelijk, maar samen met partners en bezoekers onderzoek je de oplossing. Wat je dan realiseert, gaat voor 20% over digitalisering of techniek, de rest gaat over het proces, capaciteit en samenwerken.’

‘Nu veel musea hun deuren weer hebben geopend, zie je tegelijkertijd de digitale activiteiten afnemen. Alle focus gaat naar het *live* ontvangen van bezoekers. Het is juist nu belangrijk om digitale transformatie te omarmen in je dienstverlening. Het publiek van de toekomst komt niet altijd meer naar je collectie toe. Daar moet je je als sector op voorbereiden. Zorg dat je zichtbaar bent daar waar jouw publiek zich bevindt. Zo maakte een aantal Amerikaanse musea de collectie beschikbaar in de Nintendo-game *Animal Crossing*.’

Wereldwijd spelen dertien miljoen mensen *Animal Crossing*. In het spel kiezen spelers een karakter waarmee ze een nieuwe wereld ontdekken en voorwerpen verzamelen. Wie de digitale collecties van The Metropolitan Museum of Art, Getty of Cincinnati Art Museum bezoekt kan door een deelpknop objecten verzamelen in *Animal Crossing*. De musea brengen op deze manier hun collecties naar een nieuw platform met een groot bereik.

Maaïke Verberk vervolgt: ‘Ik zie overigens nog een andere kloof. Aan het begin van de

coronacrisis schakelden musea behoorlijk snel, omdat ze al veel digitaal materiaal hadden. Grotere podiumkunstinstituten halen musea in met *livestreams* en het doorontwikkelen van hun artistieke product voor digitale kanalen. Daarmee komen nieuwe businessmodellen tot stand die in ieder geval tot een groter publieksbereik leiden. Musea bleven een beetje hangen.’

Publieksbeleving online

Hoe komt dat?

‘Ik constateer dat een aantal grote podiumkunstinstituten echt op zoek gaat naar hoe een voorstelling die je maakt voor de zaal, ook op een digitaal kanaal tot een publieksbeleving leidt. Of juist door specifiek artistiek werk te maken voor onlinevertoning. Musea hebben een andere uitdaging, ze werken met objecten en daar verander je minder aan. Maar er is veel mogelijk en het is belangrijk om de overtuiging te hebben dat je ook online een verhaal kunt overbrengen.’

‘Ik denk juist dat musea dat goed kunnen, maar dan moeten ze wel over hun eigen schaduw durven kijken. Door juist de specifieke kenmerken van digitaal te gebruiken: plaats en tijd zijn digitaal niet meer relevant en interactie met het publiek organiseer je op een andere manier. Dat betekent ook dat je andere collecties en verhalen kunt betrekken. Dat lukt op locatie niet. Kijk vooral naar hoe je on- en offline verbindt. Digitaal is een plek om ervoor te zorgen dat het publiek voorbereid je gebouw binnenkomt. Of om ze na afloop nog

↑ Musea maken hun collectie beschikbaar in de game *Animal Crossing*. - Foto: Sarah Waldorf

→ Technologie in een museum. - Foto: Maxim Hopman (op Unsplash)

langer vast te houden. Dat online beleefbaar maken van collecties, daar is nog wel werk te doen. Dat moet je als sector serieus nemen en moet je ook gezamenlijk oppakken. En belangrijk, betrek je publiek al in een vroeg stadium.’

Hoe doen musea dat?

‘Klein beginnen door bijvoorbeeld *microsurveys* in te zetten op de website, korte vragenlijsten waarin je de bezoekers een aantal vragen stelt. Die terugkoppeling neem je mee naar het ontwikkelteam. Dat zijn marketeers, curatoren, makers van tentoonstellingen, de hele keten.’

Actualiteit

Diversiteit en inclusie is een ander actueel onderwerp in de sector. Werkt digitalisering diversiteit in de hand?

‘Ik ben ervan overtuigd dat digitalisering kan helpen bij het betrekken van iedereen. Mensen die bijvoorbeeld vanwege een fysieke beperking niet naar een gebouw kunnen, kunnen de kunst en de beleving naar zichzelf halen. Onderschat de hulpmiddelen niet. Omdat die steeds verbeteren, is in het gebouw ook meer mogelijk. Een goed voorbeeld is



het scannen van 3d-objecten. Het Nationaal Museum van Wereldculturen heeft bijvoorbeeld veel 3d-objecten. Het museum scant de objecten vanwege beheer en behoud, maar daardoor kun je de objecten ook 3d-printen. Dat betekent dat mensen, bijvoorbeeld met een visuele beperking, de objecten kunnen aanraken en ze zo beleven. Overigens voegt dit voor iedereen iets toe aan de beleving in je museum.'

Nog iets wat speelt, is de afhankelijkheid van grote tech-bedrijven, zoals YouTube en Instagram. Daar is kritiek op: wat gebeurt er met verzamelde gegevens? Hoe zit het met privacy? Aan de andere kant zie je dat instellingen ook van die platformen gebruik maken. Het is relatief makkelijk en veelal gratis. Is het iets om ons zorgen over te maken?

'Wanneer een sector in brand staat, en dat was echt aan de hand, dan kijk je naar wat er is en wat je daarmee kunt doen. Ik zeg eerlijk dat het goed zou zijn wanneer er meer aandacht is voor de publieke waarden. En tegelijkertijd moeten we realistisch zijn. Er worden stappen gezet, maar echt gebruik maken van een digitaal kanaal én een groot publiek bereiken

'Hoe gaan we van experiment naar strategie? Bij een doorbraak heb je een kritische massa nodig en daar zijn we nog niet.'

zonder gebruik te maken van de *tech*-platformen, dat is nu nog niet mogelijk.'

Digitale doorbraak

Het publiek van de toekomst, de nieuwe generatie, maakt geen onderscheid tussen on- en offline, schrijf je ook in een opiniestuk op de DEN-website. Moeten de huidige generaties dit nog leren?

'Live kunst beleven is waardevol, maar het is ook waardevol wanneer je inziet dat we nu ergens zijn waar we een keuze hebben. Straks zijn on- en offline *blended*. Het is goed wanneer je je daar makkelijk in meebeweegt. Ook als museum.'

'Hybride' wordt dat genoemd, het lijkt bijna een modewoord.

'Ondanks dat ik het zelf ook veel gebruik, is hybride voor mij nog te veel het een of het

ander. *Blended* of *interwoven* past beter; on- en offline vloeien in elkaar over en je zet de sterke kanten van elk medium in zodat het elkaar wezenlijk aanvult en je verhaal versterkt.'

Vind je dat digitaal doorgebroken is?

'Nee, we hebben de waarde ervan aangeraakt en ik hoop dat de urgentie ervan gezien is. We moeten zien hoe het beklijft. Hoe verduurzamen we dat wat allemaal gedaan en gebeurd is? Hoe gaan we van experiment naar strategie? Bij een doorbraak heb je een kritische massa nodig en daar zijn we nog niet. Het is ook iets wat we samen doen, als publiek en sector. Samen stappen zetten. Dat moet vooral niet los van elkaar, die doorbraak bereik je samen.' ◀

▶ Meer info

Op de website van DEN vind je informatie over digitale transformatie en de DEN academie. <https://www.den.nl/>

N.a.v. de heropening werkte MoMu in Antwerpen samen met het Fashion Department een city-dressingproject uit: FASHION BALLS, heette het. Zie ook de cover en p. 24 en 25.



2700

6500

The Ultimate Lighting Tool For Museums



NEW!

JADE Zoom

Tunable White series



Zoom range 11° - 60°

Matches daylight spectrum

2700K-6500K colour temperature control range

DMX 512, Wireless DMX 512 & Casambi Bluetooth control

CRI≈ 96 on all colour points between 2700K-6500K! R9≈ 95

CLS

LED lighting solutions **designed & made** in The Netherlands since 2002

info@cls-led.com • www.cls-led.com

Body Drift Anatomies of the Future



DE DERDE VERDIEPING: EEN TOEKOMSTBESTENDIG DIGITAAL PLATFORM

Design Museum Den Bosch

Een goede digitale presentatievorm vinden is een zoektocht. Met de Derde Verdieping heeft Design Museum Den Bosch een digitaal platform ontwikkeld dat meebeweegt met de bezoekers, de actualiteit en technologische veranderingen.

Mirjam Verloop, redacteur

► Het idee voor de Derde Verdieping ontstond al voor de coronacrisis. Manager Marketing en Communicatie Maan Leo en directeur Timo de Rijk spraken al regelmatig over de ontwikkeling van een digitaal platform. Het museum in Den Bosch heeft een eigen keramiek- en sieradencollectie en stelt tentoonstellingen samen die de invloed van ontwerp op het dagelijks leven laten zien.

Hoe een tentoonstelling bewaren?

‘Onze tentoonstelling *Design van het Derde Rijk* werd ontzettend goed bezocht en kreeg heel veel media-aandacht. Ze schopte het zelfs tot de voorpagina van de New York Times,’ vertelt Maan Leo. ‘Een catalogus is een tastbare opbrengst van een tentoonstelling, maar we realiseerden ons dat die niet altijd voor iedereen toegankelijk is. En het is een statisch product: het kan nooit meer aangepast worden wanneer de actualiteit daarom vraagt.’

Dat was voor het museum een bevestiging om op zoek te gaan naar een manier om de maandenlange voorbereiding voor een tentoonstelling en de opgedane kennis te bewaren. In de tweede helft van 2019 benaderde het museum strategisch ontwerpbureau Fabrique met de vraag om samen een onderzoek uit te voeren naar het online beschikbaar maken

— De tentoonstelling *BodyDrift*
 - *Anatomies of the Future*
 - Foto: Ben Nienhuis

van tentoonstellingen. Het Mondriaan Fonds steunde dit haalbaarheidsonderzoek financieel.

In het onderzoek werd gezocht naar de juiste vorm om de informatie te bewaren en digitaal te presenteren en naar de juiste manier om het gedrag van het publiek te meten. De eerste stap in de samenwerking met Fabrique was een workshop waarbij een diverse groep mensen vanuit het museum en het ontwerpbureau aanwezig was. Er werden hypothesen geformuleerd en gewenste uitkomsten en actiepunten opgesteld.

Dwalen op je scherm

De uitkomst van het onderzoek werd de Derde Verdieping. Die is in de coronazomer van 2020 gelanceerd. Het is nadrukkelijk geen vervanging van een museumbezoek, wel een verrijking ervan, een aanvulling voorafgaand aan of na afloop van dat bezoek. Overigens is het platform ook voor de mensen die het museum niet (kunnen) bezoeken een rijke bron van

informatie. Denk bijvoorbeeld aan de internationale groep geïnteresseerden.

Een bezoek aan de Derde Verdieping is gratis en het museum heeft ervoor gekozen om dat in de nabije toekomst ook zo te houden. 'Dat heeft verschillende redenen,' legt Maan Leo uit. 'We vinden laagdrempeligheid en toegankelijkheid heel belangrijk, zeker omdat we voornamelijk met publiek geld gefinancierd worden. Omdat een bezoek aan de Derde Verdieping een verrijking is van het museumbezoek, vinden we ook dat je door de aanschaf van een kaartje in wezen al een bijdrage hebt geleverd aan de Derde Verdieping.' De Derde Verdieping is een onderdeel van de website van het museum. Op het aantrekkelijk vormgegeven platform vinden bezoekers informatie bij tentoonstellingen in de vorm van artikelen, video's en podcasts. De opzet nodigt uit om te dwalen, net zoals bezoekers op zaal dat doen.

Inzicht in het bezoekersgedrag

De eerste Derde Verdieping, *Posthuman*, was het onlineverlengstuk van de tentoonstelling *BodyDrift - Anatomies of the Future* in het museum. 'De onlinepagina zag er mooi uit, maar het eigenlijke resultaat van ons onderzoek was

niet zichtbaar voor de bezoekers,' zegt Maan Leo: een goed ingericht dashboard waarmee het museum het bezoekersgedrag kan monitoren. Door gebruik te maken van Google Analytics en Hotjar krijgt het museum inzicht in het bezoekersgedrag. 'We kunnen bijvoorbeeld zien hoe lang een bezoeker op de website of een pagina blijft, hoe lang iemand naar een video kijkt en waar iemand de interesse verliest bij het lezen van een lang artikel.' Op basis van die inzichten kan het museum keuzes maken voor nieuwe tentoonstellingen en de doorontwikkeling van het platform. 'We hebben bijvoorbeeld de manier waarop je een artikel aanklikt aangepast. We zagen dat veel mensen op de foto drukten om het artikel te openen. Dat werkte eerst niet en nu wel.'

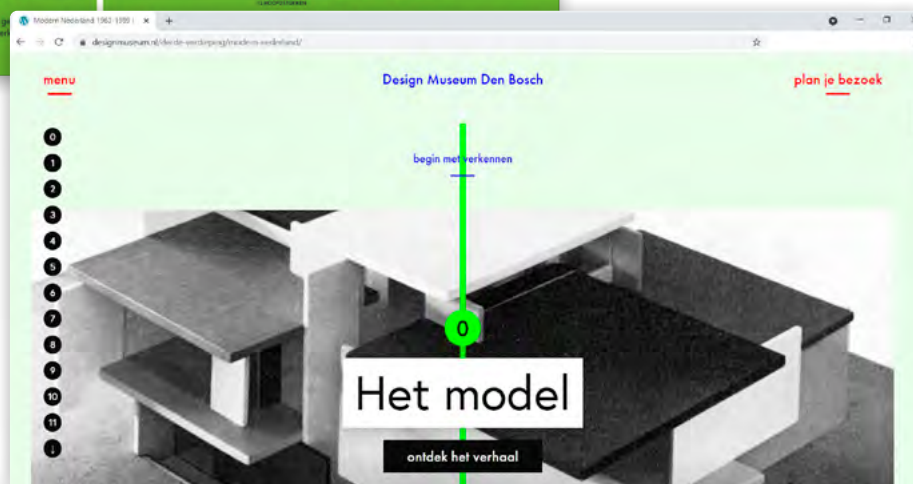
Posthuman is een experiment dat het museum een schat aan informatie opleverde. Het ziet de Derde Verdieping nog steeds als een experiment. Maan Leo: 'Op de Derde Verdieping willen we ook graag tentoonstellingen laten zien die al geweest zijn. *Modern Nederland 1963-1989* is daar een voorbeeld van. Maar die tentoonstelling vraagt om een meer dwingende verhaallijn, een bezoeker moet echt bij het begin beginnen om het verhaal te snappen. Het platform was daar nog niet geschikt voor en daarom hebben we nog een variant met hoofdstukken laten ontwikkelen.'

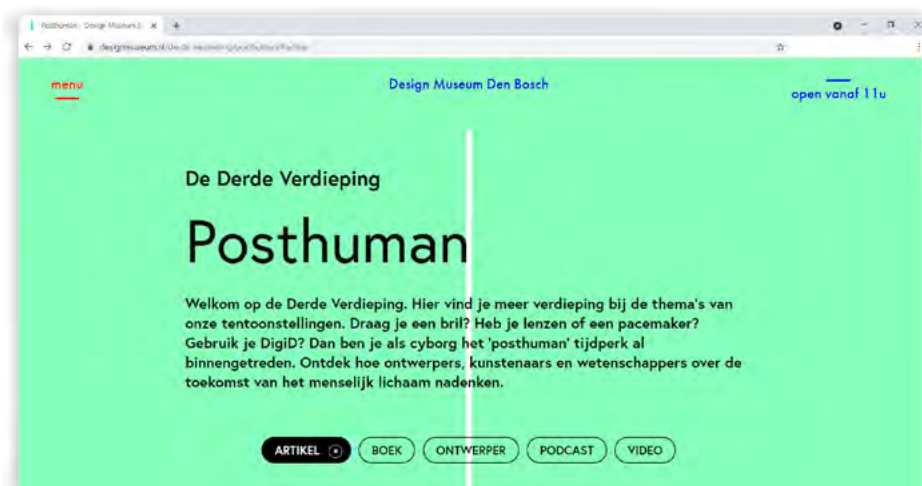
'Een catalogus is een statisch product: het kan nooit meer aangepast worden wanneer de actualiteit daarom vraagt.'



↑ De startpagina van de Derde Verdieping

— Een detailpagina bij de Derde Verdieping van *Modern Nederland 1963-1989*





De startpagina van de eerste Derde Verdieping *Posthuman*

Op het aantrekkelijk vormgegeven platform vinden bezoekers informatie bij tentoonstellingen in de vorm van artikelen, video's en podcasts.

Aanpassen en verbeteren

In het samenwerkingsproces benadrukte ontwerpbureau Fabrique het belang van de *user experience*, de bezoekerservaring. Door te kijken en te luisteren naar het publiek kan de kwaliteit van de inhoud verbeterd worden. Fabrique stimuleerde ook om te werken met een *Minimum Viable Product (MVP)*, een minimale eerste versie van het digitale platform. 'Dat er oneindige mogelijkheden zijn, is tegelijk ook een valkuil,' meent Maan Leo. 'Klein beginnen en steeds aanpassen of verbeteren op basis van het gedrag van bezoekers is een goede werkwijze.'

Een uitkomst van het bezoekersonderzoek is al te zien op de Derde Verdieping. De bezoekers wilden graag de tentoonstellingsteksten online nalezen en dat is nu mogelijk. Ook leerde het

museum van de gegevens uit Google Analytics dat de Engelstalige pagina's nauwelijks bekeken werden. En dat bezoekers gerust een lang artikel willen lezen wanneer de introductie kort en goed is.

Naast Google Analytics en Hotjar zette het museum ook QR-codes in als hulpmiddel en meetinstrument. In de tentoonstellingsruimte in Den Bosch werden stickers met QR-codes opgehangen waarop bezoekers eerst wat onwennig reageerden. Met hulp van suppoosten gingen ze QR-codes scannen en kwamen ze bij de extra informatie op de Derde Verdieping. Maan Leo: 'We wilden bezoekers graag extra video's laten zien, maar niet in de tentoonstellingsruimte zelf. Door het scannen van de QR-code kon de bezoeker de video naar zichzelf mailen en op een ander moment bekijken. QR-codes zijn door de coronacrisis ondertussen ingeburgerd, bezoekers weten ze nu goed te gebruiken.'

Nu op de Derde Verdieping

Er was een eenmalige investering nodig voor het concept, het ontwerp en de bouw van het platform. Er is nu een goede basis gelegd en het platform biedt veel mogelijkheden en flexibiliteit. De Derde Verdieping groeit, door nieuwe tentoonstellingen, maar ook door het toevoegen van nieuwe inzichten en actualiteit aan bestaande thema's. Het museum zelf

'Klein beginnen en steeds aanpassen of verbeteren op basis van het gedrag van bezoekers is een goede werkwijze.'

draagt zorg voor de evaluatie van bezoekersgegevens, de inhoudelijke invulling en de promotie van het platform. Het Design Museum Den Bosch attendeert de bezoeker via verschillende kanalen op de Derde Verdieping. Er is een prominente link opgenomen op de website van het museum, er zijn QR-codes in de tentoonstellingsruimte, het is opgenomen in de contentkalender voor sociale media en het krijgt aandacht in elke nieuwsbrief die 18.000 abonnees krijgen. Ook in de bevestiging van online aangeschafte tickets staat een korte uitnodiging.

De reacties van het publiek op de Derde Verdieping zijn positief. Tijdens de eerste maanden na de lancering was ongeveer 10% van het totale websitebezoek voor de Derde Verdieping. Bezoekers spendeerden gemiddeld 30% meer tijd op de pagina's van de Derde Verdieping.

De Derde Verdieping blijft

Niet alleen van de bezoekers krijgt het museum positieve reacties, ook van collega's van binnen en buiten het museum. Maan Leo: 'Een leuke



‘Tijdens de voorbereiding van een nieuwe tentoonstelling wordt de Derde Verdieping direct meegenomen. Het is ondertussen een vast onderdeel van het tentoonstellingsbudget.’

reactie uit het veld was de docent vormgeving die ons in paniek opbelde, omdat ze de Derde Verdieping bij *Posthuman* in haar lesplan voor volgend semester had geschreven. Ze vroeg zich opeens af of het dan nog wel online zou staan. Ja! Ook binnen de organisatie heeft de Derde Verdieping een vaste plek gekregen. Tijdens de voorbereiding van een nieuwe tentoonstelling wordt de Derde Verdieping direct meegenomen. Het is ondertussen een vast onderdeel van het tentoonstellingsbudget.’

Een van de belangrijkste doelen van de Derde Verdieping is het duurzaam bewaren van de schat aan informatie. Het platform biedt de mogelijkheid om de opgedane kennis en ervaringen langdurig te delen met het publiek. Het maakt ook de inhoudelijke positionering van het Design Museum zichtbaar. Zo is op de Derde Verdieping nu goed te zien dat

avant-garde een van de rode draden in de presentaties van het museum is.

Naast dit duurzaamheidsaspect ziet het museum nog een andere kans: het vergroten van diversiteit en meerstemmigheid. Door bijvoorbeeld op het platform mensen aan het woord te laten die een andere blik hebben dan de conservator. Ook een eigen podcast sluit hierbij aan. Er zijn duidelijk nog genoeg ideeën voor de Derde Verdieping. Daar is ook ruimte voor, want met het opnemen van het platform in het strategisch meerjarenplan is dit een vast onderdeel geworden van de museumactiviteiten. ◀

► Info

<https://designmuseum.nl/de-derde-verdieping/>

Het ontwerpbureau aan het woord

Ontwerpbureau Fabrique speelde in dit project vooral een strategische rol, met de nadruk op experimenteren, het gebruik van data en toetsing. Rogier Kuiper is data- en conversiespecialist bij Fabrique. Zijn vakgebied wordt voor zowel opdrachtgevers als de eigen ontwerpers steeds belangrijker. De Derde Verdieping maakt dat belang zichtbaar.

Rogier Kuiper: ‘We werken veel aan digitale projecten voor musea en we weten ondertussen dat een fysieke ervaring echt heel anders is dan een digitale variant. Een één-op-één-vertaling lukt nooit. Daarom was de vraag van het Design Museum Den Bosch zo leuk. Het was een experiment waarbij we samen hebben gezocht naar de juiste vorm. Er waren verschillende uitgangspunten. Zo wilden we het bereik verlengen voor, tijdens en na een museumbezoek. Daarnaast wilden we het zoekverkeer naar de website vergroten, net als de diepgang door bijvoorbeeld verhalen te vertellen. Tot slot wilden we de binding met het museum vergroten. Sinds de Derde Verdieping zijn er meer terugkerende bezoekers op de website. Het zoekverkeer over het algemeen is toegenomen en bezoekers blijven langer.’

‘Wanneer je als museum wilt verleiden en de bezoeker wilt boeien, dan zijn daar observaties voor nodig. Al met een klein budget kun je veel van bezoekers leren.’

‘Het is voor ons als ontwerpbureau belangrijk inzicht te krijgen in het gedrag van bezoekers om onze aannames te toetsen en op basis daarvan te corrigeren. En wanneer je als museum wilt verleiden en de bezoeker wilt boeien, dan zijn daar observaties voor nodig. Al met een klein budget kun je veel van bezoekers leren. Door corona was het niet altijd mogelijk om fysiek bij elkaar te komen, maar de samenwerking van een museum met een enorme hoeveelheid kennis, een ontwerpbureau én de bezoekers bracht ons tot een goede oplossing.’

Bezoekers van de tentoonstelling *Radical Austria - Everything is Architecture* kunnen hun bezoek online verrijken. Foto: Peter Tjhuis



Atlantis Museum

Hét platform voor beheer en online presentatie van museale collecties

Iedere collectie is anders en uniek. Net als de mensen die ermee werken. Atlantis Museum is ontwikkeld met maar één doel voor ogen: eenvoudig, overzichtelijk en volledig webbased uw collecties beheren met inachtneming van internationale standaarden.

Online presentatie van collecties is naadloos onderdeel van de oplossing waarmee Atlantis volledig integreert binnen uw eigen website of websites van derden. Collecties uit systemen van derden worden met Atlantis samengesmeed tot één geïntegreerd geheel.

Uitbreidbaar en naar wens te configureren. Atlantis Museum voldoet daardoor aan de wensen van kleinere, middelgrote en grote musea.

033-2992277
office@deventit.nl
www.deventit.nl

DEVENTit
Developers & Inventors in IT

DEVENTit is ISO 27001 & 9001 gecertificeerd.

Atlantis is NEN 2082 gecertificeerd.

Spectrum
Thesaurus
Linked Open Data

e-Depot

Procesbeheer

Schermbouwer

Full Audit Trail

Beleef het Erfgoed



CALAMITEITEN



MUSEUMWACHT



DOCUMENTENWACHT



RESTAURATIE

IS REINIGING OF HERSTEL VAN UW COLLECTIESTUKKEN NODIG?

WW
VANWAARDE
ONDERDEEL VAN **POLYGON**

Ongunstige klimaatomstandigheden, een onjuiste bewaarverpakking of verkeerde procedures bij overnames kunnen bij collectiestukken leiden tot vervuiling of schade. Stof, vocht, insecten of schimmelsporen dringen actief in het materiaal binnen en kunnen zo de structuur beschadigen. Wilt u inzicht verkrijgen in de staat van uw collectie? En weten of reiniging of herstelwerk nodig is? Wij adviseren eerst een **depotinspectie** te laten uitvoeren. VANWAARDE is specialist in **reiniging** van collecties en **herstel** van schade aan schilderijen, papieren documenten of boeken, textiel of meubels. Wij werken voor moderne kunst galeries tot nationale museum archieven. Met een depotinspectierapport en aanbevelingen op maat kunt u uw collectie op een juiste manier beschermen voor de toekomst met behoud van waarde.

Meer weten over de mogelijkheden en kosten van een depotinspectie?

Bel +31 (0)55-542 31 47 of mail info@vanwaarde.eu

DEPOTINSPECTIE – COLLECTIE REINIGING – HERSTEL VAN COLLECTIESTUKKEN

WWW.VANWAARDE.EU

BEHEER, RESTAURATIE EN CALAMITEITENONDERSTEUNING VOOR ALLES VAN WAARDE

OVER DE DIGITALE SCHEURKALENDER BURGERSCHAP



Hoe kun je als erfgoedinstelling digitale middelen gebruiken om jouw collectie de klas in te krijgen? En hoe kun je daarmee een link leggen met burgerschapsonderwijs? Erfgoedhuis Zuid-Holland en Kunstgebouw sloegen de handen ineen om de Digitale Scheurkalender Burgerschap te ontwikkelen: kant-en-klare lessen voor het digibord.

Iris Brandts, adviseur Erfgoedpromotie en Educatie, Erfgoedhuis Zuid-Holland

► Met andere ogen kijken

De Digitale Scheurkalender Burgerschap koppelt kunst en erfgoed aan de belangrijkste thema's uit het vak burgerschap, gebaseerd op het (voorgestelde) curriculum. Door kunst en erfgoed als uitgangspunt te nemen geef je leerlingen ruimte voor het verkennen van verschillende perspectieven. Deze belangrijke eigenschap van cultuuronderwijs - iets met andere ogen leren zien - past uitstekend bij het thema burgerschap. De lessen zijn ontwikkeld voor de onderbouw van het vmbo en breed inzetbaar: zowel maatschappijleer en mentorles, maar ook vakken als CKV Nederlands, geschiedenis en aardrijkskunde sluiten aan.

Een eigen scheurkalender

De Digitale Scheurkalender is een gratis online tool die docenten eenvoudig kunnen gebruiken op het digibord. Het Kröller-Müller Museum bedacht het concept. Het idee was: niet elke klas heeft de mogelijkheid naar het museum te komen, dus brengen wij het

Het idee was: niet elke klas heeft de mogelijkheid naar het museum te komen, dus brengen wij het museum naar de klas.

museum naar de klas. Ze wonnen er in 2019 een internationale museumeducatieprijs mee. Met het prijzengeld ontwikkelde het museum een platform waarmee andere partijen zelf een kalender kunnen samenstellen. Inmiddels zijn er kalenders gemaakt over uiteenlopende onderwerpen, bijvoorbeeld over Vincent van Gogh, Eindhoven of de Kinderboekenweek. Nu is er dus één over burgerschap.

Digitaal erfgoed en burgerschap

In de Digitale Scheurkalender Burgerschap wordt veel gebruik gemaakt van materiaal van derden, zowel in de vorm van eigentijdse filmpjes als van digitaal erfgoed: collectiestukken,

illustraties, muziekfragmenten. Denk aan foto's van gabbers en hippies voor een les over subculturen en identiteit, een filmpje over de herdenking van de Februaristaking in het item solidariteit, een foto van de boeien die bij tot slaaf gemaakten gebruikt werden voor een les over globalisering... Digitaal erfgoed kan op die manier burgerschapsthema's concreet maken en symbool staan voor een groter verhaal over het verleden.

Verrassende lessen

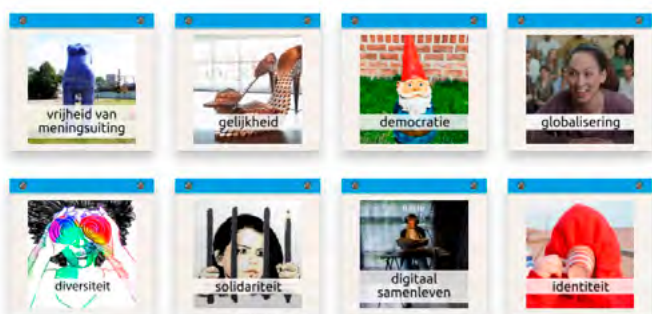
De Digitale Scheurkalender is een visueel medium met veel afbeeldingen en video's. Dat sluit goed aan bij de doelgroep van de *digital natives*, zij die opgegroeid zijn in het digitale tijdperk. Ook kun je quizen, vraag-antwoordopties en een memoryspel toevoegen; dit maakt de les interactief. De kracht van een Digitale Scheurkalender zit ook in de overzichtelijkheid en beknoptheid: je biedt docenten een complete les met aansprekend materiaal aan. Dit zorgt voor flexibel in te zetten lessen die weinig voorbereiding van de docent verlangen. Docenten geven dan ook aan dat de Digitale Scheurkalender Burgerschap een 'simpele tool is om belangrijke thema's op een aansprekende manier te behandelen in de klas'. In juni wonnen Erfgoedhuis ZH en Kunstgebouw met deze editie een Comenius EduMedia Award, een prestigieuze Europese prijs.

De moraal van het verhaal

Jouw digitale erfgoed kan dus waardevol zijn voor lessen burgerschap. Om zo veel mogelijk leerkrachten en leerlingen ervan te laten meegenieten zorg je ervoor dat je materiaal makkelijk te gebruiken is, bij het curriculum aansluit en op een plek te vinden is waar leerkrachten naar lesmateriaal zoeken. ◀

► Meer info

Nieuwsgierig? Ga www.digitalescheurkalender.com en log in met het wachtwoord **burger-schap** om de lessen te bekijken.





Met je tablet een brug fotograferen en zo meewerken aan een erfgoedproject. Foto: Floris Scheplitz

DIGITALE INSPIRATIE

Digitalisering wordt door de museumwereld al lang als kans omarmd. De COVID-19-pandemie en de gedwongen sluiting heeft de digitale transformatie in een stroomversnelling gebracht. ICOM-onderzoek wijst op 15% meer digitale museumactiviteiten sinds de start van de pandemie: van digitale tentoonstellingen tot de inzet van historische influencers, van citizen science-projecten tot podcasts. Een greep met inspirerende voorbeelden uit binnen- en buitenland, al dan niet versneld door de COVID-19-pandemie.

Rowan Huiskes, adviseur Digitalisering bij Erfgoedhuis Zuid-Holland

► COVID-19 als katalysator én inspirator

Aan het begin van de coronacrisis sloot een deel van de musea in Europa noodgedwongen de deuren. Al snel kwamen de eerste digitale initiatieven tot stand, van onlinerondleidingen en workshops tot social media-campagnes. Europeana ontwikkelde een interactieve kaart om de initiatieven die Europese musea ontlooiden, zichtbaar te maken.

De pandemie kan zowel de aanjager van digitalisering zijn als het thema van het digitale project zelf. Zo heeft het Amsterdam Museum de onlinetentoonstelling *Corona in de stad* ontwikkeld. Centraal staat de impact van de coronacrisis op de stad en haar inwoners, met verhalen van bezoekers, bewoners en liefhebbers van Amsterdam. Zij konden onder meer

Jongeren voelen zich vaker aangesproken wanneer historische leeftijdsgenoten een verhaal vertellen dat ook aansluit bij actuele maatschappelijke thema's.

GIF'tjes, filmpjes, audiobestanden en geschreven verhalen insturen en zo bijdragen aan het verhaal.

Hulp van het publiek: crowdsourcing en citizen science

Crowdsourcing is het benutten van de kennis van het brede publiek door dat publiek een bijdrage laten leveren aan je verhaal. Een bekend voorbeeld is de Wikipedia-community. In *citizen science* betrek je (digitale) vrijwilligers bij wetenschappelijk onderzoek. De COVID-19-pandemie heeft deze vorm van digitaal delen in



een stroomversnelling gebracht: mensen bleven (verplicht) thuis, hadden tijd over voor nieuwe activiteiten en wilden op afstand een bijdrage leveren aan maatschappelijke projecten.

In het project Erfgoed Gezocht gingen deelnemers aan de hand van gedetailleerde hoogtekaarten op zoek naar archeologische sporen op de Utrechtse Heuvelrug. Dit was een samenwerking tussen Universiteit Leiden en Landschap Erfgoed Utrecht. Eerdere edities van het project hadden ook al nieuwe inzichten opgeleverd, zoals de identificatie van grafheuvels en karrensporen op de Veluwe. Het doel was om het archeologisch erfgoed beter in kaart te brengen. Zo kunnen er maatregelen worden genomen om dat beter te beschermen.

Verhalen delen via podcasts

De podcast begon tijdens de coronacrisis aan een gestage opmars: uit onderzoek blijkt dat 10% van de Nederlanders wekelijks naar podcasts luistert. Podcasts zijn grofweg het meest populair bij 35- tot 45-jarigen.

Ook voor musea is de podcast een geschikt medium om verhalen te delen en het publieksbereik te vergroten. Zo biedt het Van Gogh Museum een podcastserie aan over de brieven van Van Gogh, die door schrijvers en acteurs worden voorgelezen. Ook vertellen ze over hun persoonlijke band met de brief en met Van Gogh.

Er is ook de podcastserie *Verteld verleden tijd* van het AfricaMuseum in Tervuren. Historici en wetenschappers delen verhalen achter de objecten en geven zo inzicht in de koloniale geschiedenis van België.

Historische influencers

Jongeren zijn een belangrijke doelgroep voor musea, maar zijn vaak lastig te bereiken en te betrekken. Zij voelen zich vaker aangesproken wanneer historische leeftijdsgenoten een

De pandemie kan zowel de aanjager van digitalisering zijn als het thema van het digitale project zelf.

verhaal vertellen dat ook aansluit bij actuele maatschappelijke thema's. Bovendien is hun mediagebruik hoog, waardoor je goed kunt aansluiten op bestaande platforms.

De Duitse publieke omroep startte een project op over verzetsstrijder Sophie Scholl. Aanleiding was haar honderdste geboortedag op 9 mei 1921. Haar verhaal, nagespeeld door een actrice, is te volgen via Stories op Instagram. Met de inzet van dit populaire medium hopen de makers aan te sluiten bij de belevingswereld van jongeren.

Ook in Nederland zijn de activiteiten van een bekende historische figuur uit de Tweede Wereldoorlog te volgen: het Anne Frank Videodagboek brengt het leven in het Achterhuis van 29 maart tot 4 augustus 1944 in beeld. Via YouTube en het intieme inkijsje in de persoonlijke vlogs kan het publiek de verbinding aangaan met Anne Frank.

De Stories van het Black Country Living Museum (Dudley, UK) verdienen een eervolle vermelding. Dit openluchtmuseum post Stories op Instagram. Daarin brengen medewerkers op humoristische wijze de impact van de industrialisatie op het leven van burgers voor het voetlicht, begeleid door bekende popliedjes.

Van content-creatie tot chatten

Dagelijks gebruiken we (internationale) platforms om content te creëren, te delen en met elkaar in contact te blijven. Hier kunnen musea en erfgoedinstellingen op aansluiten.

Jongeren houden van humor én creatief bezig zijn. Het is dus niet verwonderlijk dat het maken en delen van memes, afbeeldingen die met een humoristische boodschap worden geladen, immens populair is. De Koninklijke Bibliotheek greep z'n kans met een heuse memegenerator. Bezoekers gebruiken illustraties van middeleeuwse handschriften om een eigen meme te ontwerpen. Zo krijgt de afbeelding een nieuwe betekenis en kan die worden gedeeld, net als vroeger.

Ook chatten doen we de hele dag door, bijvoorbeeld via berichtenapps als WhatsApp en Signal. Het Rijksmuseum van Oudheden (RMO) heeft in dit verband de krachten gebundeld met onder meer de Open Universiteit. In het RMO staat de gedenksteen van het Romeinse meisje Caetennia Pollita. Zij leefde in de eerste eeuw na Christus. Doel van het project is om real-time een gesprek te voeren met dit historische personage en jongeren kritische vragen te leren formuleren.

Nu musea hun deuren weer openen, is het de uitdaging om de digitale innovaties en de fysieke beleving duurzaam met elkaar te verbinden en met de verhalen van de collectie een zo groot mogelijk publiek te bereiken en te betrekken. En om zo de waarde voor de bezoeker zo groot mogelijk te laten zijn. ◀



Op zoek naar archeologische sporen op de Utrechtse Heuvelrug: hoogtekaarten op je smartphone.

▶ Waar vind je wat?

- Museum digital initiatives during the Coronavirus Pandemic: <https://digitalmuseums.at/>
- Corona in de stad - Amsterdam Museum (<https://www.amsterdammuseum.nl/tentoonstellingen/corona-de-stad>)
- Erfgoed Gezocht Utrechtse Heuvelrug (<https://www.landschaperfgoedutrecht.nl/ontdek-het-erfgoed/erfgoed-gezocht/>)
- Podcast Van Goghs mooiste brieven (<https://www.vangoghmuseum.nl/nl/kunst-en-verhalen/kunst/vincent-van-gogh/podcast>)
- Verteld Verleden Tijd - AfricaMuseum Podcast (<https://www.africamuseum.be/nl/learn/podcasts/tout-passe-sauf-le-passe>)
- Sophie Scholl op Instagram: <https://www.instagram.com/ichbinsophiescholl/>
- Anne Frank Videodagboek (<https://www.annefrank.org/nl/museum/web-en-digitaal/videodagboek/>)
- Black Country Living Museum op Instagram: <https://www.instagram.com/bclivingmuseum/>
- Medieval meme generator: <https://www.medievalmemes.org/>
- Chatbot Caetennia Pollita in Rijksmuseum voor Oudheden: <https://www.ou.nl/-/chatbot-wekt-historisch-figuur-tot-leven>

EEN WERELDWIJD MUSEUMPUBLIEK: WIKIPEDIA

Wikipedia kun je niet meer wegdenken van het internet. Elke dag bezoeken miljoenen mensen van over de hele wereld de site om meer te weten te komen over hun favoriete Netflix-personages, voetbalteam of auteur. Ook musea kunnen Wikipedia gebruiken om hun collecties internationaal zichtbaar te maken.

Michelle van Lanschot, Wikipedia Nederland

► Groot bereik

Musea over de hele wereld werken al sinds 2008 samen met Wikipedia. Denk aan een QR-code naast een object op zaal dat linkt naar het Wikipedia-artikel over het object, in de taal van de scannende bezoeker. Of aan het beschikbaar stellen van foto's uit je collectie om Wikipedia-artikelen te illustreren. Bovendien is de kennis van musea vaak een welkome aanvulling op de informatie die op Wikipedia beschikbaar is, met name als het gaat om regionale of niet-westerse onderwerpen.

De missie van Wikipedia, het vrij beschikbaar maken van het geheel van de menselijke kennis, sluit goed aan bij die van musea. Wikipedia is beschikbaar in 323 talen en is de enige non-profitwebsite in de top tien van meest bezochte websites. Wie googelt, komt vroeg op laat op Wikipedia. Ook virtuele assistenten als Siri en Alexa halen er hun kennis. Daar profiteren de musea mee van.

Museum van Wereldculturen bereikt Indonesië via Wikipedia

Het Nationaal Museum van Wereldculturen startte in 2008 met het delen van duizenden foto's uit de collectie via de mediabank Wikimedia Commons, die in artikelen op o.a.

de Engelse, Indonesische en Franse Wikipedia geplaatst zijn en per maand tussen de 15 en 20 miljoen keer worden bekeken. Richard van Alphen, Applicatiebeheerder TMS, over het effect: 'Afbeeldingen delen via Wikimedia Commons bereikt een veel groter deel van onze doelgroep dan de collectiesite ooit had kunnen doen. Vooral Indonesië heeft zo gemakkelijker toegang tot historisch materiaal, dat bovendien veel gebruikt wordt in artikelen op de Indonesische Wikipedia. Ook van het Nederlands Caraïbisch gebied en Suriname is veel materiaal toegevoegd aan de mediabank.'

Ook voor minder grote musea

Niet alleen grote musea of topstukken bereiken via deze weg een nieuw publiek. Ook

kleinere musea of objecten die bijvoorbeeld permanent in depot verblijven krijgen belangstelling. KOERS. Museum van de Wielersport in Roeselare, ging aan de slag met fotomateriaal en liet Wikipedia-teksten schrijven. Diethard Vlaeminck, digitale collectiemanager, over het effect één jaar later: 'Onze beelden werden in 2020 meer dan 3 miljoen keer bekeken. In 2021 zal dat naar verwachting nog hoger liggen. Deze cijfers zijn fantastisch voor een minder grote instelling als KOERS. We merken ook dat er respons komt van buiten de Wikimedia-gemeenschap. Recent benaderde een Japans televisiebedrijf dat gevestigd is in het Verenigd Koninkrijk en een programma maakte over de uitvinding van de opblaasbare fietsband ons, omdat ze ons hadden gevonden via Wikipedia.'

Deze waterverfschildering van Adrianus Johannes Bik uit de collectie van het Nationaal Museum van Wereldculturen siert de Indonesische Wikipedia over schilderkunst.





Deze foto van Tour de France-winnaar Egan Bernal van fietsmuseum KOERS staat op Wikipedia-pagina's die bij elkaar maandelijks meer dan 50.000 keer bekeken worden. Creditline: Stefaan Beel, CC BY-SA 4.0 via Wikimedia Commons (<https://bit.ly/2YkoyM6>)

Musea Brugge: collectiedata beschikbaar via Wikidata

De openheid van het platform biedt ook flexibiliteit. De Musea Brugge werkten aan het internationaal en meertalig toegankelijk maken van hun collectiedata via de gestructureerde database Wikidata (zie kader) en van beelden via Wikimedia Commons het linken tussen de twee.

Iedereen kan informatie aanvullen, maar fouten zijn ook snel te corrigeren. Deze werkwijze staat vaak haaks op het museum als kennismonopolist.



Deze spaarpot uit de Brugse archeologielcollectie siert de gelijknamige pagina's van de Nederlandse, Franse, Bulgaarse en Engelse Wikipedia. Raakvlak, CC BY-SA 4.0 via Wikimedia Commons (<https://bit.ly/2YkoyM6>)

Alexander Soetaert, stafmedewerker Digitale Ontwikkelingen bij Stad Brugge, over het project: 'We hebben diverse mogelijkheden onderzocht om data meertalig en internationaal te ontsluiten. Meestal stuit je op technische obstakels of een gebrek aan personeel. De uploads naar Commons en Wikidata kan je, met enige hulp en opleiding, zelf uitvoeren en je hebt er controle over. Behalve de personeelsinzet voor upload en opvolging is geen extra budget vereist. Onze conclusie is dan ook dat de Wikimedia-platformen de eenvoudigste manier zijn om collecties op korte termijn internationaal en meertalig te ontsluiten, en bovendien volgens de linked opendataprincipes.'

Soms even wennen

Wikipedia gelooft sinds de oprichting in 2001 in 'the Wiki-way': velen weten meer dan één. Iedereen kan informatie aanvullen, maar fouten zijn ook snel te corrigeren. Deze werkwijze staat vaak haaks op het museum als kennismonopolist. Het is daarom soms even wennen. Richard van Alphen: 'De kwaliteit van de metadata werd tot nu toe min of meer gecontroleerd en goedgekeurd, maar dat durven we langzaam los te laten. Het is niet de bedoeling onjuistheden te ontsluiten, maar metadata mogen aangevuld en verbeterd worden. We beschouwen onszelf niet meer als degenen die als enigen de waarheid in pacht hebben. Dat is ook wel bewezen door verbeteringen die zijn aangebracht in onze metadata op Wikipedia.'

Ook aan de slag?

Waar begin je als je met Wikipedia wil samenwerken? Volgens de ervaringsdeskundigen is vooral afbakenen belangrijk. Diethard Vlaeminck: 'Bepaal wat je wil bereiken, experimenteer én vraag om hulp. Het is belangrijk om een inhoudelijke lijn af te bakenen. Start met een klein project waarmee je enkele pagina's aanpast, enkele beelden doneert of Wikidata-lemma's aanmaakt. Op die manier leer je de platformen kennen en zie je vrij snel wat wel en niet kan.'

Wil je meteen aan de slag? Bekijk eens hoe de thema's van jouw museum omschreven zijn op Wikipedia, welke afbeeldingen er te zien zijn. Klik op het tabblad 'Bewerken' rechtsboven bij ieder artikel op de encyclopedie en vul je informatie aan. Wil je een project opzetten met Wikipedia? Neem contact op met Wikimedia Nederland (info@wikimedia.nl). Je kunt ook een gratis brochure downloaden via deze link <https://bit.ly/3DjdRTi>. ◀

Wikipedia? Wikimedia? Wikidata?

Wikipedia, opgericht in 2001, is het bekendste project van de vrijwilligersbeweging Wikimedia. De beweging bestaat wereldwijd uit ongeveer 16.000 vrijwilligers die de kwaliteit waarborgen. Andere projecten zijn bijvoorbeeld Wikimedia Commons, een mediabank met miljoenen afbeeldingen, video's en geluidsopnamen. En ook Wikidata, een database die informatie goed doorzoekbaar en meertalig beschikbaar maakt voor computers als Linked Open Data. Alle informatie op deze sites is vrij beschikbaar voor iedereen: ze mag gebruikt, bewerkt en gedeeld worden.

De Vereniging Wikimedia Nederland is onderdeel van de wereldwijde Wikimedia-beweging. Zij zet zich er in Nederland voor in dat iedereen vrije toegang heeft tot zo veel mogelijk kennis. Wikimedia Nederland ondersteunt de vrijwilligers, zorgt voor fondsenwerving, geeft voorlichting en werkt samen met diverse organisaties binnen bijvoorbeeld onderwijs en wetenschap, maar ook met culturele instellingen als archieven en musea.

LIVE DIGITAAL GIDSEN EN ZOVEEL MEER

Gesprek met Karen Vanhercke, MO Museum in Vilnius

Je bent een jong privémuseum en je wil wel wat. Museumpeil sprak met Karen Vanhercke, *museum educator* en curator in het MO Museum in Vilnius, Litouwen. Of hoe een videogesprek over live digitaal gidsen een fascinerend verhaal werd over een verfrissende en mondiale werking.

Tonia Dhaese, redacteur



Karen tijdens een MO Conversation, foto: Karen Vanhercke

een project rond kunsteducatie waarbij kinderen naar muziek luisteren terwijl ze naar kunst kijken: er is een fascinerende energie tussen luisteren en kijken.. Er was dus een match! Ondertussen lijkt het erop dat we nog een paar jaar in Litouwen zullen blijven.'

Veel acteurs, weinig kunsthistorici

Het is bekend: corona stimuleerde musea om meer en andere producten aan te bieden. Zo ook MO. Het museum breidde zijn *digital outreach programs* uit, wat MO geen windeieren legde. De online MO Conversations zijn ondertussen een vaste waarde in Litouwen en ver daarbuiten.

► MO Museum is een museum voor moderne en hedendaagse kunst. Het ontwerp is van niet de minste: Daniel Libeskind is de architect. Maar hoe word je als publieksmedewerker van het Museum Kunst & Geschiedenis in Brussel - 'het Jubelpark' - een drijvende kracht in Vilnius? Karen Vanhercke: 'Mijn man is Litouwer. Ons gezin besloot in 2018 voor korte tijd naar Litouwen te verhuizen, voor een taal- en cultuurbad. Net op dat moment ging het MO Museum open en zocht men iemand om innovatieve educatieve projecten op te starten. Ik had het geluk dat ik in Brussel enkele pilotprojecten heb kunnen opzetten die veel weerklank vonden in Litouwen, zoals muZette,

Wat maakt MO Museum bijzonder?

'Het museum is gesticht door een echtpaar, de wetenschappers en filantropen Danguolė en Viktoras Butkus. Het bestond sinds 2008 als een kunstmuseum "zonder muren", met een ruime collectie Litouwse kunst vanaf de jaren 1950. Het museum speelt een voortrekkersrol op gebied van hedendaagse kunst. Vanaf dag één was de collectie online te raadplegen.'

'We moeten als privémuseum competitief zijn om te blijven drijven. Het budget is ondertussen losgekoppeld van de Stichting. Alleen de educatieve projecten worden gesubsidieerd door het Litouws Cultuurfonds. Educatie kan nooit



MO Museum © Studio Libeskind

geld opleveren, het is onder meer een vorm van promotie. Door kinderen in contact te brengen met je museum creëer je toekomstig publiek. Het is ook een manier om kunst in de maatschappij te laten infiltreren, via scholen onder meer. De impact van een educatief project is dus heel groot. Maar we dwalen af! (*Educatie is duidelijk een stokpaardje van Karen en van MO, nvdr*)

'We vormen een klein team en werken in een horizontale structuur. Zo'n transparante manier van werken maakt het heel motiverend en inspirerend. In ons team zitten veel *business people* die weten hoe je een product aan de man moet brengen. De directrice is geen kunsthistorica, maar een sociaal bewogen juriste. Slechts enkele van onze educatoren zijn kunsthistorici. Velen zijn freelanceacteurs die deeltijds voor MO werken. Wanneer wij gidsen rekruteren, zoeken wij niet specifiek naar kunstkenner - die kennis kunnen we hen bijbrengen - wel naar mensen die een verhaal kunnen vertellen.

'Slechts enkele van onze educatoren zijn kunsthistorici. Velen zijn freelanceacteurs.'

Die het publiek kunnen meenemen in dat verhaal en die goed in dialoog kunnen gaan.'

17:00 PM EEST

Dat brengt ons bij de MO Conversations, een bijzondere manier om met elkaar in dialoog te gaan.

'Al sinds de opening in 2018 is dialoog een pijler van onze museumwerking, maar MO Conversations kwam specifiek tot stand als antwoord op de lockdown, die in Litouwen begon in april 2020. We brachten het online en combineerden dialoog met *slow looking*, volgens de VTS-methode (Visual Thinking Strategy). Het was wat zoeken in het begin, vooral om de dialoog op gang te brengen. Ons repertoire aan ijsbrekers was niet geschikt voor

digitale sessies. In het museum zelf doen we dat op een nogal fysieke manier: met *huddles* en dynamische oefeningen. Ook de "gesprekskring" was niet makkelijk om te zetten in een onlinemeeting, waar iedereen netjes in vakjes naast elkaar zit. Ondertussen is het zo'n succes geworden dat ze een blijver zullen zijn, naast de sessies in het museum.'

Wat is volgens jou de meerwaarde van het online in dialoog gaan? En de beperkingen? Hoe pak je dat aan als gids?

'De aanpak bleek uiteindelijk niet zo heel verschillend, fysiek of digitaal. Je werkt met een kleine groep en je stelt vragen, vertrekkend van een kunstwerk. Fysiek is er uiteraard wel meer groepsdynamiek. En ervaar je meer het museumbezoek en het tactiele van de kunst. In de online *conversations* tracht ik ook dynamiek en het zintuiglijke te brengen. Ik laat de deelnemers bijvoorbeeld iets op hun werkplek vastnemen, afhankelijk van wat ik met mijn groep wil bereiken.

Als openbaar spreken moeilijk is voor jou, zal dat ook online niet makkelijk zijn. Ik begin daarom vaak met een opwarmer; zeker in Litouwen moet je mensen eerst opwarmen (*lacht*). Bij een onlinesessie laat ik eerst iedereen even aan het woord en creëer een veilige omgeving. De sessies worden trouwens niet opgenomen. Ik start het gesprek door bijvoorbeeld te vragen: "Wat zien jullie door het raam?". Ik laat de deelnemers naar hun eigen ruimte kijken en beschrijven wat ze horen en zien.

Online is er veel meer focus, op de kunst en op het gesprek. Bovendien kunnen ook mensen aansluiten die niet fysiek naar het museum kunnen komen. De deelnemers komen uit alle hoeken van de wereld. 17:00 PM EEST blijkt trouwens een goed uur te zijn om wereldwijd zoveel mogelijk voldoende wakkere mensen voor het scherm te krijgen.' (*lacht*)

Post-sovjedialoog

'De digitale sessies zijn een geschikte manier om in dialoog te gaan, vooral als het fysieke museumbezoek door een of andere omstandigheid wordt belemmerd. Met kinderen werk ik bij voorkeur live, omdat ik dan meer kan inzetten op de zintuiglijke waarneming. Maar soms kan het gewoon niet anders. Tijdens de quarantaine volgden scholengroepen hun rondleidingen live digitaal, aan de hand van een 3D-model waardoor ze de kunstwerken konden ontdekken en bespreken. Dat formaat zullen we na corona wellicht blijven toepassen - naast de rondleidingen in MO zelf - voor de scholen die ver van de

hoofdstad liggen en voor wie een uitstap naar het museum te moeilijk of te duur is. Ik heb daar gemengde gevoelens bij, omdat kinderen al zo veel schermtijd op een dag verteren. In dat geval zou ik eerder pleiten voor een reizend *educator* die de kinderen bezoekt in de school, zodat de tactiele en hands-on aanpak gevrijwaard blijft.'

Online een gesprek begeleiden vraagt toch wel bijzondere expertise. Begeleid jij als enige de online MO Conversations?

'Voorlopig wel. In februari heb ik een VTS-training gegeven aan twintig mensen. Een deel van hen kan al na de zomerpauze de fakkel overnemen. In september - dus nog vóór het verschijnen van dit nummer - starten twee groepen in het Litouws en één in het Russisch, parallel met de Engelse sessies. Er is een grote minderheid in Litouwen van mensen die Russisch spreken. De socio-politieke situatie is heel complex en de dialoog openhouden is hierin heel belangrijk. MO ziet hier voor zichzelf ook een belangrijke opdracht: de dialoog die na de sovjetperiode vastgelopen was, weer op gang brengen door over kunst te kijken en te praten.

Bijzondere doelgroepen

Interessant! En we dwalen weer wat af... Praten over kunst kan dus ook goed online. En met andere doelgroepen.

'Oh ja! De VTS-methode brengt heel wat teweeg bij de deelnemers, en zeker ook online. Kunst is ook "veilig", je kan zonder veel spanning of conflict zeggen wat je voelt, wat je gelooft. Achter je scherm voelt het nog veiliger aan, vanuit je

vertrouwde cocon. De MO Conversations stimuleren het empathisch vermogen en blijken ook heel geschikt te zijn bij traumaverwerking. Door te kijken naar kunst komen gevoelige onderwerpen naar boven.'

'We willen ook onlineconversaties aanbieden aan mensen die niet of niet makkelijk naar het museum kunnen. Litouwen is groot en Vilnius ligt voor veel mensen ver. Ik denk dan ook aan gesloten instellingen voor volwassenen, zorginstellingen, woonzorgcentra... Soms komen we met onze educatieve livesessies in aanraking met bijzondere doelgroepen. Met de Kazickas Foundation promoten we kunst voor sociaal kwetsbare kinderen. De boodschap van de kunstenaar, die vaak sociaal is, komt daar echt wel binnen. Ik wil graag deze gratis educatieve sessies nog vaker live digitaal aanbieden, zodat we nog meer kinderen kunnen bereiken.'

'MO werkt ook samen met The British Council. Zij startten in 2014 dialoogprojecten rond kunst met Russische scholen in Litouwen of met scholen waar veel leerlingen Pools of Russisch spreken. Ook hier hebben we de dialoogprojecten online ingezet.'

Hoeveel kost het? Hoe doe je het?

Wat is de prijszetting en hoe promoten jullie de MO Conversations tot in Zuid-Korea, Vietnam, de VS...?

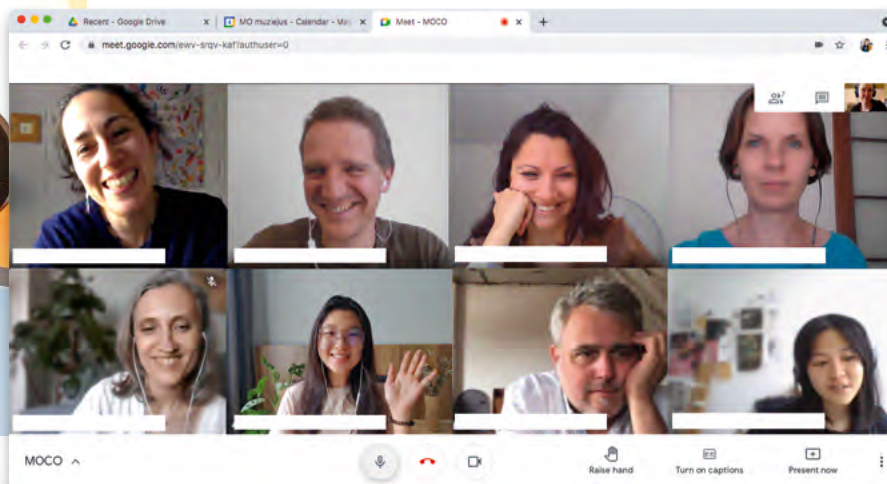
'De individuele tickets kosten acht euro per sessie van een uur. Members - die heten hier 'MODernistas' - betalen zes euro. Eerst boden



Anne volgt een MO Conversation. Foto: Anne Van Langendonck



‘De MO Conversations stimuleren het empathisch vermogen en blijken ook heel geschikt te zijn bij traumaverwerking.’



Screenshot van een MO Conversation. →
Foto: Karen Vanhercke

we de sessies gratis aan, driemaal per week. Die waren snel volzet. Mensen willen zeker betalen als je een goed product hebt. We bieden dit voorlopig nog niet aan voor scholen. Idealiter zou een traject uit tien sessies bestaan, onafhankelijk van de leeftijdsgroep.’

‘Qua marketing staat het nog niet helemaal op punt. Onze productmanager bekijkt nu hoe we dat het best aanpakken: uitnodiging, ticket en link doorsturen, het product promoten... Een abonnement zou het meest logische zijn, want veel deelnemers blijven terugkomen. En dan betaal je ook maar één keer de fee voor het gebruik van de creditcard.’

‘De mensen aan wie ik de VTS training gaf, zijn nu ambassadeurs van de online *dialogue format*, ook de deelnemers aan de voorbije sessies. Het gaat dus echt wel van mond tot mond. We hebben ook een Google Group. Wat we nog beter willen doen, is de promotie via onze website.

Blending: live én digitaal

Even technisch. Welk platform gebruik je voor de MO Conversations? Wat als er iets misloopt? Hoe gebeurt de interactie, via chat of via de microfoon?

‘De *conversations* verlopen via Google Meet. Voor de MO Education-sessies gebruiken we Zoom omdat we deze sessies opnemen, als documentatie voor de andere museummedewerkers.

Bij de sessies met Google Meet loopt er zelden iets mis, ook al omdat het een klein groepje is.

Voor de Zoomsessies sturen we samen met de uitnodiging een tamelijk lange brief met instructies.

‘Om onze gidsen op te leiden hebben we gebruik gemaakt van Zoom.us, een videochannel, met een kort filmpje hoe ze de sessie technisch goed kunnen begeleiden. Zo hebben we onder andere geleerd dat je in Zoom het best de optie ‘Annotations’ afvinkt als je niet wil dat de kinderen je scherm volkrabbelen! De deelnemers reageren via de microfoon, niet via de chat. Dat werkt goed op die manier, in een kleine groep.’

Welke andere digitale producten bieden jullie aan?

‘Het zijn vaak eenvoudige dingen die we zelf maken. Een *educator* praat bijvoorbeeld in een kort filmpje van maximum vijf minuten over één kunstwerk, of legt een kunstterm uit. Het is niet interactief en het heeft wel veel succes bij leerkrachten. Op onze website vind je veel info over onze digitale producten. Van grote tentoonstellingen maken we ook een virtual 360° tour, daar boekten we tijdens de coronaperiode veel succes mee.’

‘Wat ik graag nog zou doen: een *blending* van live en digitaal, zodat mensen in Litouwen zien hoe hun collectie relevantie heeft elders in de wereld. De bezoekers kunnen dan via een scherm een online *conversation* volgen, terwijl het fysieke kunstwerk ernaast hangt en ze er elk tactiel detail van kunnen gaan ontdekken.

Want ik heb gemerkt dat je niet per se een sessie live moet bijwonen om geboeid zo'n sessie te volgen. Een groep aan de slag zien is ook al een heel sterke ervaring.’ ◀

► Meer info

<https://mo.lt/en/>

<https://mo.lt/en/mo-conversations/de-collectie>: <http://www.mmcentras.lt/collection/70209>

FARO organiseerde in april en mei 2021 een reeks workshops rond live digitaal gidsen. Een uitgebreid verslag van de drie sessies: <https://faro.be/publicaties>





Naam: MoMu - ModeMuseum Antwerpen

Expositieruimte: 1500 vierkante meter

Opdrachtgever: Stad Antwerpen & Toerisme Vlaanderen

Bouwheer: AG Vespa

Budget: 8,1 miljoen euro (totale bouwkosten)

Architect: B-architecten

Aannemer: Artes

Ontwerp exposities: Jan Versweyveld in samenwerking met Huisman van Merode (E/MOTION. Mode in transitie), Bob Verhelst (Collectiepresentatie), Ania Martchenko (PLACE.S - De verborgen kant van Antwerpen)

INCLUSIEF DIGITALISEREN, HOE DOE JE DAT?

Als musea en cultuurorganisaties inclusief willen digitaliseren, is dit een goede richtlijn: ga voor een gedeeltelijk niet-digitale dienstverlening voor digitaal laaggeletterde burgers. Maar dan zonder in te boeten op je digitaliseringsplannen en je aanbod.

Sarah Anrijs en Koen Ponnet, imec-mict-UGent

► Een niet-digitale dienstverlening kan inhouden dat een deel van het cultuuraanbod niet gedigitaliseerd wordt - denk aan het behoud van een fysieke ticketbalie. Maar ook dat er in persoonlijke ondersteuning voorzien wordt om deel te nemen aan digitale activiteiten, zoals hulp aanbieden om een QR-app te downloaden.

Complementair

De afweging tussen een digitaal en niet-digitaal aanbod is een evenwichtsoefening voor heel wat publieke organisaties en openbare diensten. Overheden, leveranciers, partners en burgers verwachten dat publieke organisaties en diensten moderniseren. Daarom ruilen zij het analoge aanbod in voor een digitaal aanbod. Maar de digitale dienstverlening brengt vaak extra kosten en inspanningen met zich mee, waardoor het niet ondenkbaar is dat organisaties en diensten gaan besparen op hun niet-digitale aanbod.

Toch zijn beide vormen van dienstverlening complementair én noodzakelijk om alle burgers te bedienen. Uit onderzoek naar e-inclusie en uit praktijkverhalen blijkt namelijk dat een significant deel van de (Vlaamse) bevolking onvoldoende ICT-toegang en -vaardigheden heeft om voordeel te halen uit de digitaliserende maatschappij. De digitalisering van cultuurparticipatie maakt voor hen de drempel om effectief deel te nemen net hoger.

Iedereen aan boord

De praktijkervaring leert dat kwetsbare bevolkingsgroepen, zoals financieel kwetsbare mensen of personen met een gezondheidsprobleem, in het algemeen moeilijker hun weg vinden naar cultuurparticipatie en het verenigingsleven. Iedereen heeft daar evenveel recht op. Drie belangrijke stimulansen kunnen hun digitale participatie verhogen: het aanbod

kenbaar maken, in een aangepast tarief voorzien en ondersteuning aanbieden. Die ondersteuning komt het best in levenden lijve: een bereikbare persoon kan kwetsbare doelgroepen stimuleren tot cultuurdeelname, praktische vragen beantwoorden en hen fysiek begeleiden bij culturele activiteiten (zie Museumpeil 57, p. 18-19). De drie stimulansen zijn ook toepasbaar op het inclusief digitaliseren. Enkele aanbevelingen en praktijkvoorbeelden.

Drie belangrijke stimulansen kunnen hun digitale participatie verhogen: het aanbod kenbaar maken, in een aangepast tarief voorzien en ondersteuning aanbieden.

1. Maak breed en duidelijk kenbaar welke initiatieven en ondersteuning je als museum aanbiedt voor mensen die digitaal laaggeletterd zijn: hulp bij onlinereservaties, begeleiding bij deelname aan een online workshop of (gratis) uitleen van smartphones bij een interactieve tentoonstelling. Zorg ervoor dat hulp vragen laagdrempelig is, zodat mensen die hulp nodig hebben zich niet schamen of dom voelen.

► Histories vzw ondersteunt erfgoedvrijwilligers die gepassioneerd zijn door familie- en heemkunde, cultuur van alle dag en metaaldetectie. Tijdens de COVID-19-crisis stelde Histories heel wat digitale initiatieven voor, met de nodige ondersteuning: een noodnummer voor mensen die niet meteen in de digitale vergadering raakten, zaken laten downloaden door op één link te klikken, een opleiding rond onlinevergaderen... Toch lieten sommige gemeenschappen het digitale liever aan zich voorbijgaan. Met hen hielden medewerkers regelmatig telefonisch contact. Zij wisten: ze zijn er voor ons.

De digitale kloof - Cijfers

Resultaten van een vragenlijstonderzoek van imec-mict-Universiteit Gent, uitgevoerd in 2021 bij 865 Vlamingen (18-91 jaar; 57% vrouw - 42.8% man; 39.5% geen diploma hoger onderwijs - 60.5% diploma hoger onderwijs):

- 10.4% heeft thuis geen of een internetverbinding van slechte kwaliteit.
- 11.9% heeft geen mobiele data ter beschikking voor zijn/haar smartphone.
- 19.8% geeft aan thuis één of meerdere computers te kort te hebben zodat alle gezinsleden voldoende internet kunnen gebruiken.
- 12.6% vindt het moeilijk om online informatie op te zoeken.
- 15.3% heeft moeite om online informatie te begrijpen.
- 20.9% geeft aan weinig ICT-probleemoplossende vaardigheden te hebben.
- 26.7% vindt het stresserend om nieuwe apps of websites te (leren) gebruiken.

Deze percentages zijn significant hoger bij mensen met een laag inkomen, personen met een gezondheidsaandoening en met een migratieachtergrond, alleenstaanden of eenoudergezinnen en personen ouder dan 65 jaar.



Bezoekers van het Brugse stadhuis kunnen verdiepende info op hun smartphone raadplegen via een webtoepassing. Voor wie geen eigen toestel heeft, zijn er ipods ter beschikking. © Stad Brugge, stadsfotograaf

Maak breed en duidelijk kenbaar welke initiatieven en ondersteuning je als museum aanbiedt voor mensen die digitaal laaggeletterd zijn.

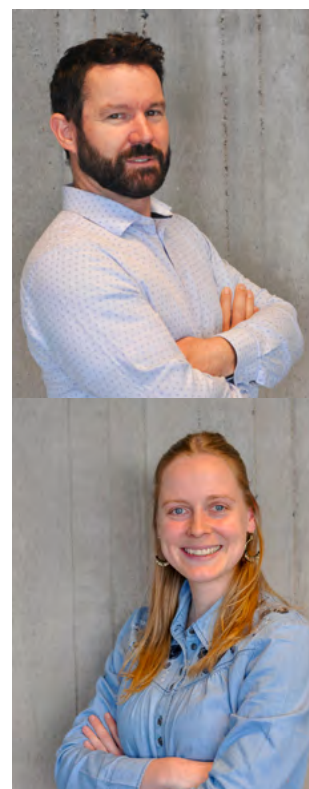
2. Voorzie ter plekke in een aantal (gratis) **computers, tablets en smartphones met internetverbinding**. Zo kunnen mensen die niet over deze middelen beschikken toch participeren. Ook hier kan ondersteuning bij ICT-gebruik de cultuurparticipatie van wie kwetsbaar is verhogen. Leg bijvoorbeeld in een papieren stappenplan uit hoe je online reserveert.

► In het Snijders&Rockoxhuis (Antwerpen) konden bezoekers een tijdlang kiezen tussen een papieren brochure of een tablet om het museum te ontdekken. Omdat het museum duurzamer wil werken, zullen de brochures geleidelijk verdwijnen en blijft enkel de tablet over; die is inbegrepen in de toegangsprijs. De baliemedewerker geeft aan elke bezoeker toelichting over de werking van de tablet en helpt bij het instellen van de lettergrootte. Loopt er iets mis tijdens het bezoek, dan springt de suppoost in de zaal even bij. Bij de ontwikkeling van de tablet stond het gebruikersgemak voorop. Uitleg over een zaal start automatisch, informatie over werken wordt opgeroepen door de tablet op het object te richten.

3. Ga na hoe andere musea, instellingen, verenigingen en steden hun niet-digitale dienstverlening inrichten en bekijk waar er **samenwerking** mogelijk is, bijvoorbeeld door een gezamenlijk telefoonnummer of loket of door een zitdag in te richten waar burgers terecht kunnen voor vragen en begeleiding bij digitale dienstverlening.

► Openbare bibliotheken zetten vaak in op digitale geletterdheid. Zo zijn er digi-dokters, die kleine problemen oplossen. Of ze organiseren digi-sessies - korte lessen rond specifieke onderwerpen, vaak in samenwerking met sociaal-culturele (vormings)organisaties. Dit biedt kansen voor samenwerking.

Tot slot: durf te kiezen voor een **gedeeltelijk analoog aanbod**. Dat werkt drempelverlagend voor digitaal laaggeletterden. Maar ook mensen die digitaal vaardig zijn snakken soms naar een schermvrije cultuurervaring. ◀



Koen Ponnet en Sarah Anrijs



WAT MET DIGITALE VERDIENMODELLEN?

De lockdownperiodes tijdens de COVID-19-pandemie waren een belangrijke katalysator om het digitale museum versneld uit te bouwen. In landen zonder sterk gesubsidieerde museumsector werd het digitale museum tijdens de lockdownperiode zelfs de enige bron van inkomsten. Twee internationale conferenties brachten het thema in 2021 onder de aandacht.

Frédéric Jonckheere, redacteur

► Uiteraard werden de conferenties door de omstandigheden digitaal georganiseerd. Het ging om de Digital Income Summit, georganiseerd door MuseumNext, en The Cultural Enterprises Conference van de Association for Cultural Enterprises. We selecteerden drie interessante cases uit de vele onlinesessies.

The Barnes: digitale band met het publiek

Dit museum voor schone kunsten uit het Amerikaanse Philadelphia legt in zijn missie sterk de nadruk op educatie: 'The mission of the Barnes is to promote the advancement of education and the appreciation of the fine

arts and horticulture.' The Barnes organiseert dan ook opleidingen en cursussen voor volwassenen, bijvoorbeeld over Cézanne en Van Gogh, van wie het museum belangrijke werken bezit. Vóór COVID-19 bestond het educatieve programma voor volwassenen uitsluitend in fysieke vorm. Nu ontstond de noodzaak om het programma in digitale vorm voort te zetten om de band met het publiek te behouden. In de lockdownperiode was er enorm veel vraag naar dit soort content. De uitdagingen om de digitale transitie van hun educatieve programma van de grond te krijgen waren groot. Allereerst was er een technisch vraagstuk. Er moest een handig,



Er kon nu ook geëxperimenteerd worden met onlinegiften tijdens de ticketreservatie.

← Na vele testen bleek deze combinatie van beeld en tekst de hoogste conversie te halen bij de bezoekers van het Science Museum.

→ Een traditionele art class van The Barnes in een museumzaal.



gebruiksvriendelijk en wijdverspreid medium gekozen worden voor de lessen. De keuze viel op Teams, dat wereldwijd snel in opmars was. De tool *Deep zoom* die het museum zelf ontwikkeld had, maakte het mogelijk om tijdens de lessen in te zoomen op details uit alle kunstwerken van de collectie.

De leeftijd van het doelpubliek, dat vooral bestond uit gepensioneerde *baby boomers* en *life long learners*, was een hinderpaal van een ander kaliber. Het dwong The Barnes tot het organiseren van een helpdesk om het oudere publiek bij te staan met IT-problemen. Ook de prijszetting was voer voor discussie. Vaak is

De uitdagingen om de digitale transitie van hun educatieve programma van de grond te krijgen waren groot.

de digitale afgeleide van een fysieke dienst of ervaring goedkoper, maar hier werd bewust gekozen om de prijs van de digitale en fysieke lessen gelijk te zetten. De twee hebben eigen voordelen: het gemak om live of uitgesteld te kijken met een tool als *deep zoom* bij de hand, versus de bijzonderheid van een fysieke beleving op zaal, die je bovendien in groep beleeft.

Er kwam een duwtje in de rug door de marketingafdeling om het digitale aanbod in de verf te zetten. Op de website van The Barnes is er immers veel interne competitie voor het promoten van alle content. De afdeling Marketing maakte van de online classes, als belangrijke bron van inkomsten én als contactmoment met het publiek tijdens de lockdownperiode, prioriteit nummer één.

► **Conclusie 1: groeimogelijkheden**

The Barnes blikt tevreden terug. Van april 2020 tot juni 2021 volgden 4500 studenten in 73 classes het programma. Omzet: 715.000 euro. De meesten keken live, een minderheid (15%) keek uitgesteld. Het studiemateriaal blijft tot zes maanden na opname toegankelijk en daar wordt gretig gebruik van gemaakt. Net als bij de fysieke bezoekers is de diversiteit bij de deelnemers beperkt. Het gaat hoofdzakelijk om een 'ouder en blank' publiek. Wat begon als een experiment uit noodzaak, is uitgegroeid tot een belangrijke nieuwe inkomstenstroom met groeimogelijkheden voor het publieks- en missiebereik.

Science Museum Group: experimenteren met onlineticketverkoop en donaties

Toen de Britse musea eindelijk weer hun deuren konden openen, was dat met specifieke voorwaarden. Zo zorgde het reserveren van een tijdslot door de aankoop van een onlineticket ervoor dat het maximale aantal

toegelaten bezoekers niet werd overschreden. Dat zette een rem op de spontaniteit van de bezoeken, maar het bood ook ongekende opportuniteiten aan musea om via de *sales funnel* van het onlineticket extra inkomsten te genereren.

De Britse Science Museum Group telt vijf musea, met als bekendste het Science Museum in Londen. Alle musea zijn gratis toegankelijk en rekenen vooral op donaties van bezoekers. Zij worden persoonlijk aangesproken of komen tijdens hun bezoek een *donation box* tegen. De COVID-19-maatregelen verplichtten de groep een ticketmodule op hun website aan te bieden, weliswaar voor gratis tickets. Er kon nu ook geëxperimenteerd worden met onlinegiften tijdens de ticketreservatie. Er werd volop getest met de grootte van de bedragen, de plaatsing en de manier waarop de vraag voor een gift werd gesteld.

► **Conclusie 2: hoe donaties genereren?**

De musea trokken diverse conclusies. Stel een lage, gemiddelde en hoge donatie van voorgestelde bedragen voor: 5, 10 of 20 euro. Plaats de laagste donatie bovenaan, dan voelt de bezoeker zich goed wanneer hij of zij toch voor de hogere donatie kiest. Een frisse afbeelding met bezoekers op het donatiescherm zorgt voor een hogere conversie. Een korte of lange boodschap werkt evengoed. Laat de vraag voor een gift een tweede keer

Om de investeringen terug te verdienen moest het team gaan denken en handelen zoals de YouTube-influencer.

terugkomen als er na de eerste vraag geen donatie ontvangen werd. Naast donaties is het ook opportuun om de catalogus van de tentoonstelling of zelfs een lunch aan te bieden na het scherm van de ticketverkoop.

Tank Museum: een onlinecommunity

Niet alleen influencers verdienen geld met hun YouTube-kanaal. Ook het Tank Museum in Bovington timmert sinds 2017 aan deze weg en is intussen een van de meest succesvolle musea op YouTube. Hun kanaal telt met 377.000 volgers meer abonnees dan grote kunstmusea als Tate Modern (280K) of The Met (288K). Zonder de expertise van consultants of de ondersteuning van een bureau zijn ze zelf verantwoordelijk voor hun succes. Wie ervan uitgaat dat een nichemuseum met een collectie tanks tijdens COVID-19 moeilijk aan inkomsten zou geraken, heeft het fout. Een grote betrokken onlinecommunity maakt het verschil.

Elk museum tracht zijn forte ook online onder de aandacht te brengen. Het produceren van video's en de verspreiding op YouTube bleek in dit geval een match *made in heaven* te zijn. Vele museumstukken rijden nog en zien er ook indrukwekkend uit op het scherm. Vanaf de eerste video's en de bijbehorende analyses van het kijkpubliek werd al snel duidelijk dat er een groot verschil is tussen de onlinecommunity en de museumbezoekers. Zo zijn de meeste onlinebezoekers onder de 44 jaar, wat opvallend jonger is dan de fysieke bezoeker. Een belangrijk deel van het onlinepubliek is Amerikaans (28%), terwijl de museumbezoekers voor 90% uit de UK afkomstig zijn. De raad van bestuur stelde kritische vragen: waarom investeren in content voor een Amerikaans publiek wanneer de kans klein is dat zij vanwege de fysieke afstand het museum ooit zullen bezoeken?

Als reactie hierop en om de investeringen terug te verdienen moest het team gaan denken en handelen zoals de YouTube-influencer. Die leeft van zijn YouTube-kanaal dankzij vier inkomstenstromen: advertenties, merchandising, membership en sponsoring.



Tankfest, het jaarlijkse festival van het Tank Museum, had in 2021 naast een fysieke ook een digitale editie. De digitale editie leverde voor 20.000 pond aan onlinedonaties op.

Inkomsten uit YouTube

Voor inkomsten uit **advertenties** is het aangaan van een YouTube-partnership de makkelijkste manier om op passieve wijze inkomsten te krijgen. Om een YouTube-partnership aan te kunnen gaan heeft je kanaal minimaal 1000 abonnees nodig en moet er het voorbije jaar voor meer dan 4000 uren gekeken zijn. Het Tank Museum verdient gemiddeld 1,94 pond per 1000 views, goed voor 30.000 pond per jaar.

Een tweede inkomstenbron: de verkoop van **merchandising**. Tot voor 2017 had het museum geen onlineshop. Er was weinig animo om hierin te investeren zonder garantie op succes. Gelukkig bestaan er laagdrempelige e-commerce-platformen, zoals Shopify, waar ook de grootste leek na enkele uren zijn webshop heeft gelanceerd. Bovendien kan je

die in je huisstijl inrichten. Er zijn geen grote ontwikkelingskosten aan verbonden: een maandelijks te betalen bedrag van zo'n 29 dollar, plus transactiekosten. Heeft je shop geen succes, dan kun je hem ook zo stopzetten. Ook voor het aanbod van de onlineshop ging het museum alle risico's uit de weg en koos voor *print on demand merchandising*. Bedrijven als Printify of Spreadshirt produceren de merchandising, zorgen voor de opslag en verzending en kun je volledig integreren binnen Shopify. Het museum moest enkel de ontwerpen uploaden. Na de eerste successen boden ze ook producten uit de fysieke winkel aan, zoals boeken. Zo werd er in 2019 al een omzet van 124.000 pond gerealiseerd. Een belangrijke nuance: de onlineklanten zijn niet dezelfde als die van de fysieke winkel. Hun motivatie tot aankoop en hun wensen verschillen. Een nieuwe piste die het museum zo



Ook voor het aanbod van de onlineshop ging het museum alle risico's uit de weg en koos voor *print on demand merchandising*.

leerde bewandelen was die van *crowdfunding publishing*. Door zich te verzekeren van de nodige voorinschrijvingen zijn ze zeker dat ze de investering voor hun nichepublicaties zullen terugverdienen.

Derde inkomstenpijler: het verkopen van **digital memberships** via het platform van Patreon. Dat werkt net als een vriendenvereniging. Je voorziet in categorieën voor ieder budget en koppelt er unieke voordelen aan. In elke video doet een spreker een oproep om het museum te steunen via Patreon. Zo zijn er nu 997 patrons die samen maandelijks 6482 pond opleveren.

Tot slot werden de mogelijkheden van **ge-sponsorde** video's verkend. Het moet dan wel om producten en diensten gaan die aansluiten op de museummissie. Anders vervreemd je makkelijk van je publiek. Dat is een moeilijk evenwicht waar het museum na een eerste experiment van wegblijft.

► **Conclusie 3: leve YouTube!**

Het Tank Museum vond in YouTube het ideale platform om een nieuw publiek aan te spreken en kennis te laten maken met de collectie. De ambities namen toe en het streven naar het terugverdienen van investeringen leidde tot een nieuwe bron van inkomsten.

De hybride weg op

De specifieke situatie van de COVID-19-pandemie promoveerde onlinecontent, de *virtual expo* en sociale media tot essentiële pijlers om (nieuw) publiek aan je museum te binden. De financiële malaise dwong musea bovendien om nieuwe inkomstenbronnen via de digitale weg op te zoeken, vaak met succes. Online kun je makkelijk experimenten, analyseren en vervolgens implementeren.

De digitale weg zal de fysieke museale beleving niet verdringen. De fysieke en digitale beleving hebben eigen specifieke voordelen voor een specifiek publiek. Met andere woorden: tijd om de hybride weg in te slaan! ◀

LONDON CALLING!

De installatie van een tentoonstelling in tijden van COVID-19

Van 6 februari tot 1 augustus 2021 presenteerde het Gallo-Romeins Museum de tentoonstelling *Oog in oog met de Romeinen* in samenwerking met het British Museum, dat hiervoor meer dan 200 topstukken in bruikleen gaf. Door de uitbraak van COVID-19 in maart 2020 had de ontwikkeling al behoorlijk wat voeten in de aarde gehad, maar voor de installatie van de objecten moest letterlijk een nieuw draaiboek worden uitgeschreven.

Bart Demarsin, afdelingshoofd Tentoonstellingen in het Gallo-Romeins Museum (Tongeren)

► *Oog in oog met de Romeinen* was een bewerking van *Rome: City and Empire*, de reizende tentoonstelling van het British Museum die eerder te zien was in het Frist Art Museum in Nashville (Verenigde Staten) en het National Museum of Australia in Canberra (Australië). Voor de tentoonstelling biedt het Londense museum ruim 200 voorwerpen aan uit zijn permanente tentoonstelling en museumreserves. Het gaat om topstukken, met onder meer levensgrote beelden van keizers en goden, weelderig versierde grafmonumenten, amforen voor olie en wijn, fresco's en mozaïeken, ravissante juwelen, wapens en zilverwerk.

Installatie vanop afstand

In 2019 waren we in de bruikleenovereenkomst met het British Museum overeengekomen dat het een delegatie van maximaal zes koeriers naar Tongeren zou sturen voor de begeleiding van het kunsttransport, de opmaak van de conditierapporten en de plaatsing van de bruiklenen. De vele beperkingen na de uitbraak van COVID-19 in maart 2020 beslisten daar anders over. Aanvankelijk hield het British Museum nog vast aan twee koeriers, maar na een nieuwe, nationale lockdown in het Verenigd Koninkrijk in november 2020, werd beslist om de installatie over te laten aan het Gallo-Romeins Museum. Aangezien we de fysieke afwezigheid van de koeriers niet volledig zelf konden opvangen, gingen we daarvoor in zee met Etoile Mecanique, een bedrijf gespecialiseerd in het hanteren, presenteren en installeren van kunstobjecten. Op zijn beurt zou het British Museum de installatie op afstand

coördineren, onder meer met behulp van beveiligde videoverbindingen.

Een goede voorbereiding

Goede afspraken maken goede vrienden en het moet gezegd: het British Museum bereidde alles tot in de puntjes voor. Ze schreven een uitgebreide handleiding uit met richtlijnen en procedures voor de opmaak van de conditierapporten en het uitpakken, manipuleren en plaatsen van de bruiklenen. Ook de taken en de verantwoordelijkheden van alle betrokken medewerkers werden er uitvoerig in omschreven. Tot slot werkte het British Museum een gedetailleerde dagplanning uit, met een opdeling in twee teams: één voor de installatie van de

kleine objecten en één voor die van de grote en zware objecten. Iedereen wist op elk moment precies wat hem of haar te doen stond.

Vlotte communicatie

Hoewel in de tussentijd ook Brexit voor de nodige kopzorgen had gezorgd, kwamen de kisten met de objecten uit het British Museum op 19 januari 2021 aan in Tongeren. Ze werden veilig opgeborgen in het museumdepot, tot we enkele dagen later van start gingen met de installatieprocedure. Elke werkdag begon met een kort digitaal overleg tussen de projectverantwoordelijken van de twee musea. Vervolgens ging elk team over tot het uitpakken van de objecten en de opmaak en het





↑ In *Oog in oog met de Romeinen* was een grote hoeveelheid bustes en beelden van Romeinse keizers en keizerinnen te zien, sommige meer dan levensgroot. Foto: (c) Gallo-Romeins Museum Tongeren

— Een medewerker van het Gallo-Romeins Museum verwijdert een beschermplaat (Bondina) van een Romeins mummieportret uit de collectie van het British Museum. Foto (c) Gallo-Romeins Museum Tongeren



ondertekenen van de conditierapporten. Voor de kleine objecten gebeurde dat in het museumdepot, voor de grote en zware objecten op of nabij hun presentatieplek in de tentoonstellingszaal. Via een beveiligde digitale videoverbinding volgden twee collectiebeheerders van het British Museum de handelingen van beide teams op de voet. Zij keken er niet alleen op toe dat de richtlijnen en procedures gerespecteerd werden, maar stonden ons te gepasten tijde ook bij met raad en daad.

Een vlotte communicatie met Londen was van cruciaal belang. Vanwege de grootte van de tentoonstellingszaal (ca. 1200 m²), het beperkte aantal aansluitingspunten en de nood aan voldoende mobiliteit hadden we een bekabelde internetverbinding op voorhand uitgesloten. Aangezien de tentoonstellingszaal zich in de kelderverdieping van het museum bevindt, konden we er evenmin een beroep doen op mobiel internet (4G). Meer dan ooit waren we dus aangewezen op een goed functionerend en dekkend wifinetwerk. Dat werd nooit eerder op die manier op de proef gesteld, maar bleek de test voortreffelijk te doorstaan.

— Twee bezoekers oog in oog met het hoofd van een reusachtig beeld van de Romeinse keizerin Faustina de oudere uit de collectie van het British Museum. Foto (c) Gallo-Romeins Museum Tongeren

En wanneer de verbinding met Londen toch eens werd verbroken, werd geduldig gewacht tot er een nieuwe tot stand was gebracht.

Naast een performant wifinetwerk hadden we ook in de nodige hardware en randapparatuur voorzien. Omdat er vaak op verschillende fronten tegelijkertijd gestreden moest worden, hadden we ons om te beginnen gewapend met een aanzienlijke hoeveelheid laptops. Om de instructies vanuit Londen goed te verstaan in een rumoerige werkomgeving, lieten we bovendien krachtige luidsprekers aanrukken. En voor de opmaak van de conditierapporten van de kleine objecten maakten we gebruik van een mobiele webcam. Zo konden we de objecten van heel dichtbij en vanuit alle hoeken in beeld brengen. De collega's van het British Museum konden op het scherm alles volgen.

Een gedeelde opslagruimte

Na het invullen en ondertekenen van de conditierapporten volgde de plaatsing van de objecten. Voor de grote en zware objecten, en voor een selectie van kleine en delicate objecten gebeurde dat eveneens onder toezicht van het British Museum. Voor de overige objecten was geen supervisie vereist en konden we alleen aan de slag. Na de installatie van een object maakten we een foto met de smartphone. Die werd geüpload naar een gedeelde opslagruimte in de cloud en toegevoegd aan de digitaal ondertekende conditierapporten.

Operatie geslaagd

Dankzij een uitstekende voorbereiding, heldere afspraken en een efficiënte communicatie verliep de installatie van de bruiklenen verrassend vlot. Dat bijna alle objecten in de tentoonstelling van één en dezelfde bruikleengever afkomstig waren, was in de gegeven omstandigheden mooi meegenomen. Wat zeker niet onderschat mag worden, is het wederzijds vertrouwen van beide partijen in mekaar. Dat was opgebouwd tijdens de ontwikkeling van de tentoonstelling, maar kon ook bogen op een stevige fundering die tijdens eerdere projecten was gelegd.

De (positieve) toon was gezet: ondanks alle COVID-19-beperkingen werd *Oog in oog met de Romeinen* een groot succes. Meer dan 40.000 bezoekers vonden uiteindelijk hun weg naar de tentoonstelling. ◀



Bart Demarsin
Foto (c) Gallo-Romeins Museum Tongeren

HET ONTSLUITEN VAN COLLECTIES? CROWDSOURCING!

Doorzoekbare content op een presenteerblaadje

Het is een bekend fenomeen in onze supersnelle wereld: onderzoekers willen het liefst met één klik op de knop hun onderwerp vinden, als het even kan ook meteen voorzien van alle bijbehorende informatie. Dit betekent in de praktijk dat onderhand de gehele museale collectie digitaal beschikbaar en volledig beschreven moet zijn. Maar hoe doe je dat als erfgoedinstelling met je tsunami aan bronnen? Met meer mankracht? Onhaalbaar in het economische klimaat waarin de museumwereld zich bevindt, tenzij je onbetaalde krachten inzet. Crowdsourcing blijkt het toverwoord.

Vera Weterings, redacteur



De Ms. Prinsendam passeert de Koningsbruggen, richting Wilhelminakade, 8-4-1973. Foto Ary Groeneveld. Collectie Stadsarchief Rotterdam

Uit het onderzoek bleek dat maar liefst 80% van de deelnemers aangeeft het belangrijk te vinden cultureel erfgoed beschikbaar te maken voor algemeen gebruik.

► Drijfveren

Mensen die onbetaald gegevens willen indexeren of beschrijven, zijn die er? Jazeker, denk bijvoorbeeld aan de vele (amateur)deskundigen: een geschiedenisliefhebber die archiefmateriaal over de Slag bij Waterloo voor het Britse National Army Museum overtypet, een amateurfotograaf die foto's beschrijft van de gerenommeerde fotograaf Cas Oorthuys voor het Nederlands Fotomuseum. Deze mensen zijn potentiële vrijwilligers. Een tegenprestatie vinden ze vaak niet nodig. Bij crowdsourcingplatforms, zoals VeleHanden of Het Volk, worden punten uitgedeeld waarmee de deelnemers kunnen sparen voor onder andere downloads, rondleidingen door erfgoedinstellingen en publicaties.

Toch blijkt uit een **deelnemerstevredenheids-onderzoek** op ditzelfde platform (2014) dat die punten niet de drijfveer vormen om mee te doen. Een van de deelnemers van het onderzoek gaf aan: 'Het (lees: de punten) is een leuke bijkomstigheid, maar daarom doe ik niet mee. Dus als dat er niet zou zijn, zou dat geen reden zijn om er mee te stoppen.' Wat is dan wel een reden voor deelname? Uit het onderzoek bleek dat maar liefst 80% van de deelnemers aangeeft het belangrijk te vinden cultureel erfgoed beschikbaar te maken voor algemeen gebruik.

Een praktijkvoorbeeld

Hoe pakt crowdsourcing uit in de praktijk? Als voorbeeld neem ik het project rondom de passagierslijsten van de Holland-Amerika Lijn (HAL) van het Stadsarchief Rotterdam, een van de meest geraadpleegde bronnen binnen het archief. Ze bevatten ruim drie miljoen persoonsgegevens en een schat aan informatie voor stamboomonderzoekers die op zoek zijn naar geëmigreerde voorouders. Zo zijn onder andere gegevens terug te vinden als de betaalde reissom, het aantal mensen dat met elkaar de oversteek maakte en de registratie van de bagage. Deze informatie kan een aanzet geven tot vervolgonderzoek. Hoewel het Stadsarchief Rotterdam jaren geleden de passagierslijsten al liet scannen, was er nog geen transcriptie beschikbaar. Hierdoor kon je bijvoorbeeld nog niet zoeken op passagiersnaam. Om de digitale dienstverlening van het Stadsarchief Rotterdam te vergroten en om onder andere het toekomstige FENIX Landverhuizersmuseum gebruik te laten maken van de gegevens, sloeg het Stadsarchief Rotterdam eind 2018 de handen ineen met CBG|Centrum voor familiegeschiedenis. Samen startten zij op het crowdsourcingsplatform VeleHanden een project om de passagierslijsten van de Holland-Amerika Lijn (HAL) uit de periode 1900 tot 1969 digitaal te ontsluiten.

Bij aanvang was besloten om de bron in chronologische series op te delen, zodat er tussentijdse resultaten zouden kunnen worden getoond. Het eerste deel betrof 1900 tot 1920. Al snel bleek dat de HAL in die periode een enorme stroom migranten vervoerde die uit Oost-Europa en het Midden-Oosten kwamen. Helaas maakte dat het transcriberen een stuk ingewikkelder, door de onbekendheid met de handgeschreven familie- en plaatsnamen. In die periode haakten veel mensen af omdat ze dat te moeilijk vonden of het nut er minder van inzagen. In zo'n geval zou het lonen om de scans in categorieën aan te bieden, zodat mensen ervoor kunnen kiezen om juist deze scans wel of niet voorgeschoteld te krijgen. Dat is een keuze die je bij aanvang van een project scherp moet hebben. Wil je vrijwilligers laten kiezen uit specifieke categorieën



Tsjechoslowaakse emigranten aan boord van het ss Volendam, ca. 1925. Foto Fotografie Strauss. Collectie Stadsarchief Rotterdam

scans, dan dien je de scans zelf vooraf in te delen in bijvoorbeeld moeilijk-makkelijk, per plaats, per periode of iets dergelijks. Voor het Rotterdamse project ging de voorkeur uit naar het chronologisch aanbieden van de scans, zodat tussentijds een specifiek tijdvak online beschikbaar kon komen. Binnen één jaar zijn maar liefst 25.000 scans van de lijsten uit de periode 1900-1920 toegankelijk gemaakt, ongeveer een kwart van de passagierslijsten. De scans werden direct doorzoekbaar via de website van het Stadsarchief Rotterdam. Daarnaast biedt het Rotterdamse stadsarchief de bron ook als Open Data aan, een mooi visitekaartje dus.

Hoewel het Stadsarchief Rotterdam jaren geleden de passagierslijsten al liet scannen, was er nog geen transcriptie beschikbaar. Hierdoor kon je bijvoorbeeld nog niet zoeken op passagiersnaam.

Hoe je vrijwilligers blijvend motiveren?

Een ander euvel bij het transcriberen van de registers is dat ze door de jaren heen flink wijzigden. Zo kwamen er vrachtschepen bij met passagiers en cruises met allerlei vertrek- en opstapplaatsen. De invoerinstruaties moesten dan ook continu worden aangevuld. Ze groeiden uit tot een document van maar liefst vijftientwintig pagina's, een soort naslagwerk

vol handige tips voor het transcriberen van persoons- en plaatsnamen. Bij een langdurig project zoals het HAL-project moet daarnaast niet onderschat worden hoe belangrijk continue aandacht en monitoring van de vrijwilligers op het forum is wat betreft de motivatie van de groep. Daarbij is gebleken dat een extra promotionele actie in de loop van het project ook een stimulans kan vormen om

Crowdsourcing is niet
alleen een voordeligere
oplossing, het levert ook
betere kwaliteit op.



Het succes staat of valt met een goede begeleiding, waarin aandacht en waardering centraal staan.

het project weer een boost te geven. Hoewel het project volledig op het oorspronkelijke schema lag, had Stichting Droom en Daad ervoor gekozen om de vrijwilligers op een bepaalde manier te bedanken. Hierdoor werd een promotieactie opgezet: alle vrijwilligers die in de beginperiode van de coronapandemie een bepaald aantal scans hadden verwerkt, kwamen middels deze actie in aanmerking voor een verloting. Uiteindelijk hebben 65 mensen een uitnodiging gekregen voor een exclusieve rondleiding over de bouwplaats van het FENIX Landverhuizersmuseum, met een lunch voor twee personen bij Hotel New York. De overige vrijwilligers ontvangen een voucher met toegang tot het museum zodra dit geopend is. De actie is niet alleen heel goed ontvangen door de vrijwilligers, maar heeft er ook voor gezorgd dat het project veel eerder dan de beoogde streefdatum klaar was. Een dergelijke actie kan dus een goede stimulans zijn om vrijwilligers gemotiveerd te houden bij zo'n lang project en in de loop van het project nieuwe vrijwilligers te trekken.

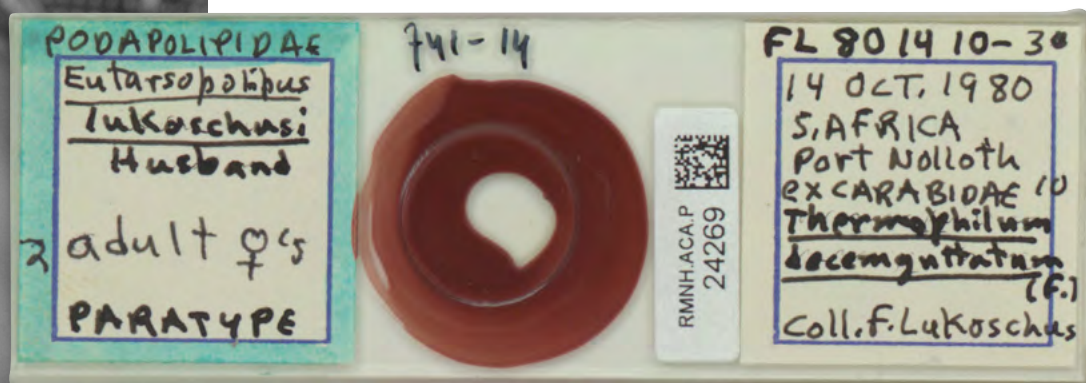
Berlage, Chaplin en Einstein

Op het eerste gezicht lijkt het 'inkloppen' van gegevens wellicht saai, maar de veelzijdigheid van de registers zorgt ervoor dat vrijwilligers bij het transcriberen veel opmerkingen plaatsen. Naast een projectleider waren er voor het Rotterdamse project dagelijks drie mensen bezig om het proces in goede banen te leiden. De opmerkingen variëren van leesproblemen tot het markeren van bekende passagiers. Soms werden zelfs hele Wikipedia-pagina's

meegestuurd! Een kleine afleiding tijdens het invoeren, maar veel werk voor de projectbegeleiders, want alle opmerkingen moesten worden afgehandeld voordat de data konden worden geëxporteerd. De opmerkingen zijn echter zeer waardevol, omdat vrijwilligers juist hier bijzondere situaties en passagiers melden. Neem de betrapte verstekeling Johannes Veltman, die de rest van de reis moest werken voor zijn overtocht. Of de onfortuinlijke Piet Postma, die zijn been brak tijdens het 'krijgertje spelen'. Ook bekende historische figuren passeren de revue. Zo vertrok architect H.P. Berlage op 12 december 1911 vanuit Amerika naar Amsterdam, flink onder de indruk van het werk van Frank Lloyd Wright - een gegeven dat nog steeds goed terug is te zien in de stijl van Berlage uit die tijd. Andere HAL-passagiers zijn de Duitse schrijver Thomas Mann, de Nederlandse kunstenaar Willem de Kooning en de Engelse acteur Charlie Chaplin. Ook de bekende Duitse wetenschapper Albert Einstein is in de lijsten gesignaleerd.

Kwaliteit vs. kwantiteit?

Crowdsourcing lijkt dus het toverwoord voor het ontsluiten van erfgoedcollecties. De snelheid die gehaald wordt bij het ontsluiten van collecties met behulp van crowdsourcing torent ver boven die van de huidige registratoren, record managers en andere collectiemedewerkers. Tijdens het eerste VeleHanden-project, Militieregisters, werden in slechts negen maanden maar liefst zestien jaar mensenarbeid verzet, door 1389 vrijwilligers. Ook het project Bevolkingsregisters Amsterdam van het Stadsarchief Amsterdam verliep gestaag. In ruim een jaar tijd zijn één miljoen namen doorzoekbaar gemaakt. In het WieWasWie-project is het voor het Stadsarchief Rotterdam zelfs nog sneller gegaan: in vier maanden is een half miljoen namen geïndexeerd.



† Glaspreparaat *Eutarsopolipus lukoschusi* Husband oftewel mijt. Collectie NBC Naturalis

— Zwaaiende mensen op de kade van de Holland-Amerika-Lijn-vertrekhal aan de Wilhelminakade. De ss Rotterdam vaart uit, 1968. Foto Ary Groeneveld. Collectie Stadsarchief Rotterdam



De Holland-Amerikalijn aan de Wilhelminakade, 1900. Foto Vivat Amsterdam. Collectie Stadsarchief Rotterdam.

Hoe vermijd je met zulke aantallen dat het systeem vol zit met kleine onvolkomenheden, zoals spelfouten? Simpel, zo veel mogelijk fouten worden voorkomen. Op VeleHanden worden scans voor het indexeren, beschrijven of koppelen eerst uitgedeeld aan twee zogenoemde invoerders. Hierna gaat de scan nog eens naar een derde persoon die de controle uitvoert. Gebeurt dat ook in een erfgoedinstelling? Meestal niet. Crowdsourcing is niet alleen een voordeligere oplossing, het levert ook betere kwaliteit op. De methode staat echter niet garant voor 100% correctie informatie. Fouten maken is menselijk.

Aandacht en waardering

Hoewel crowdsourcing en onder andere VeleHanden een prachtige manier is om op een eenvoudige manier vanaf afstand veel bronnen te ontsluiten, heeft het systeem ook regelmatig met haperingen te maken. Aangezien vrijwilligers in het weekend en 's avonds hard doorwerken, verwachten mensen ook op die momenten dat het probleem adequaat wordt opgepakt. Continue monitoring van dit soort technische mankementen is dan ook van belang om irritaties te voorkomen als er niet snel een reactie komt op dergelijke euvels. Gevoelsmatig lijkt

een groep trouwe vrijwilligers last te hebben van verslavingsverschijnselen.

Al met al lijkt crowdsourcing een wondermiddel om bergen werk te verzetten. Als instelling blijft het echter van groot belang om je er continu bewust van te zijn dat de inzet van vrijwilligers niet vanzelfsprekend is. Het succes staat of valt met een goede begeleiding, waarin aandacht en waardering centraal staan. Alleen als vrijwilligers gemotiveerd en tevreden blijven, zullen zij zich willen inzetten voor en verbonden blijven aan een project. ◀

► Verder lezen?

- Tine De Moor, Rijpma, Auke and Montserrat Prats López. 'Dynamics of Engagement in Citizen Science: Results from the "Yes, I do!"-Project' in *Citizen Science: Theory and Practice*, 4 (2009), 38.
- Ellen Fleurbaay en Alexandra Eveleigh, 'Presented at International Council on Archives conference, Brisbane, Australië 2012.'
- Max J. Evans, 'Archives of the People, by the People, for the People' in *The American Archivist* 70 2007, 387-400.

Luizenbaan bij Naturalis

In 2010 startte Naturalis met het digitaliseren van zeven miljoen objecten, waaronder een collectie van een miljoen glaspreparaten. Met de ludieke advertentie 'Aangeboden luizenbaan' werden via het crowdsourcingplatform VeleHanden vrijwilligers geworven om de etiketten te ontcijferen van microscopische glaspreparaten van mijten, springstaarten en andere kleine organismen. Na twee maanden werkten driehonderd vrijwilligers mee en dat aantal groeide gedurende het project uit tot zo'n vijfhonderd deelnemers met een zeer diverse achtergrond: van natuurliefhebbers tot datafanaten, van kinderen tot gepensioneerden. Zoals bij vrijwel alle crowdsourcingprojecten van deze aard ging ook hier de 20-80-regel op: 20% van de deelnemers levert 80% van het werk.

VERRIJK DE KIJK OP BRUGGE

Experimenteren met crowdsourcing

In september 2020 startte Musea Brugge haar eerste crowdsourcingproject: *Verrijk de kijk op Brugge*. Op een onlineplatform kunnen Bruggeliefhebbers zo'n 5000 ongeregistreerde tekeningen, prenten en foto's uit de 19de en 20ste eeuw beschrijven: Brugse stadsgezichten, portretten en vlagontwerpen uit de collecties van Musea Brugge, de Openbare Bibliotheek Brugge en het Stadsarchief Brugge. Enkele ervaringen en aanbevelingen.

Bart Compnol, Pieter De Ketelaere, Evelien De Wilde, Katrien Steelandt

► Welk platform?

De keuze van het crowdsourcingplatform heeft grote invloed op een project en moet dus zorgvuldig gebeuren. Bij instap in een bestaand platform loop je stevast tegen beperkingen aan: je kan de infrastructuur niet volledig naar jouw hand (lees: project) zetten. Een op maat gemaakte beschrijvingstool afgestemd op de eigen collectie is ideaal. Maar dit vraagt om continue technische ondersteuning en de nodige financiën. Na vooronderzoek en marktver-

kenning besloten wij voor *Verrijk de Kijk* geen eigen platform te ontwikkelen, vanwege de beperkte looptijd en het experimentele karakter van het project. Het werd geïntegreerd in het crowdsourcingplatform Doedat.be van de Plantentuin Meisse.

Vrijwilligers engageren en opvolgen

De betrokkenheid tussen je instelling en de vrijwilligers is cruciaal voor het welslagen van het project. Het coachen van vrijwilligers vergt permanente opvolging - onderschat deze taak niet! Wij stonden de vrijwilligers tijdens het eerste deel van het project bij met één persoonlijk en centraal aanspreekpunt voor praktische vragen en technische problemen. Dit bleek een grote meerwaarde te zijn en gaf het project een vliegende start. Toen de COVID-19-pandemie fysieke bijeenkomsten binnenshuis onmogelijk maakte, hielden wij contact via digitale nieuwsbrieven, regelmatige Facebookposts en digisessies. Zodra afspreken buiten weer mogelijk was, trakteerden wij onze meest enthousiaste en trouwe vrijwilligers op een gegidste rondwandeling langs de vaakst afgebeelde sites in Brugge.

Kwaliteitsbewaking

Hoe zorg je ervoor dat je kwalitatieve data verzamelt? Bij *Verrijk de kijk* controleren twee registratoren de input van de vrijwilligers en verwerken die tot een definitieve beschrijving. Niet alle aangeleverde data blijken nuttig en de registratoren sturen waar mogelijk bij. Op vraag van vrijwilligers geven zij feedback op beschrijvingen. Door nuttige bronnen en links te tippen via Facebook en de nieuwsbrief, tonen zij hoe de input relevanter kan worden. De vrijwilligers kunnen ook feedback geven op elkaars beschrijvingen in het registratieplatform. Resultaat: interessante discussies en meer kans op kwalitatieve input.

De winst

Door doelgroepgericht te werken (in ons geval: door Bruggeliefhebbers aan te spreken) vergaar je sneller specifieke kennis over je onderwerpen. Overleg via digitale tools en fysieke bijeenkomsten stimuleren de kennisdeling tussen vrijwilligers. Als projectmedewerker blijf je zo goed op de hoogte van hun ervaringen en hun eventuele problemen en ergernissen, waardoor je het project indien nodig kunt bijsturen. De winst ligt uiteindelijk niet enkel in de verrijking van de data. Er ontstaat ook een duurzaam betrokken community. Het participatieve aspect van crowdsourcing in een museumcontext is onontbeerlijk! ◀

► Meer info

Dit project is een samenwerking met de Plantentuin Meise, meemoo, VKC en Faro, met de steun van de Vlaamse Gemeenschap.

Volg op www.verrijkdekijkopbrugge.be of via www.facebook.com/verrijkdekijkopbrugge



↑ Aquarel met gezicht op de Sint-Annakerk in Brugge, gezien vanuit de Sint-Annakerkstraat door de Britse kunstenaar Lemon Hart Michael (1824-1902), collectie Stadsarchief Brugge, inv.nr. GM.072.018-1



→ Ets met gezicht op de Korte Vulderstraat in Brugge, door de Belgische kunstenaar Omer Coppens (1864-1926), collectie Stadsarchief Brugge, inv.nr. GM.021.010



**we create
digital
experiences
for museums**

INTERACTIVE AR MOTION FILM SOUND

mcw / creative agency

mcw.nl

**BRANDWACHT
ENMEIJER.NL**

☒ Decors ☒ Interieurs ☒ Tentoonstellingen



Utrecht T: +31 (0)30 241 6800
www.brandwachtenmeijer.nl

**50
LUX**

De standaard in
museale belichting

**Lichtontwerp
en advies**

www.50lux.nl • info@50lux.nl



Patrick Allegaert

Was artistiek leider van Museum Dr. Guislain Gent en is nu gepensioneerd. Voorzitter van het Vlaams Museumoverleg XL

EEN SIMPEL MAAR HELDER GEBAAAR: MEER MOET DAT NIET ZIJN

Ik was toen actief als begeleider in een jeugd-atelier. Het was een onwaarschijnlijk cadeau om met de kinderen te gaan kijken naar werk van Roger Raveel, Raoul De Keyser en Marcel Broodthaers, of van de oudere meesters James Ensor en Léon Spilliaert. Dat inspireerde de werking van het atelier, de collectie voelde als 'van ons'. Het moet gezegd: grote publieksbelangstelling was er niet, we waren op veel momenten alleen in de zalen. Boven alles gaf het leper een élan, weg van die al te unieke inzet op dat zware oorlogsverleden. Toen was het museum over de Eerste Wereldoorlog nog een echt 'oorlogsmuseum' en had het nog niet de missie en de werking van het huidige In Flanders Fieldsmuseum.

Er was ook kritiek: de klimaatcondities in die grote ruimtes waren moeilijk te beheersen. Ik herinner me een krantenartikel waarin de schande van een scheefgetrokken kader van een schilderij van Luc Peire werd gemeld. De politieke steun voor het houden van de collectie in leper viel weg. Resultaat: collectie weg, museum dicht. Plaatselijke politici hadden een haat-liefdeverhouding met 'eigenzinnige kunstmakers'. Hedendaagse kunst moest voor meer waardering in Vlaanderen nog wachten op *Chambre d'amis* (1986) van Jan Hoet.

In datzelfde jaar 1986 kwam er een oplossing voor het 'probleem' van de West-Vlaamse collectie: een nieuw onderkomen in een andere stad - Oostende. In niet zomaar een gebouw: het SEO-gebouw (Spaarzaamheid Economie Oostende) is een ontwerp van de belangrijke modernistische architect Gaston Eysselinck, de man van De Grote Post in dezelfde stad. Mijn eerste bezoek was er een met gemengde gevoelens: jammer dat al dit moois weg was uit leper. De heropgebouwde middeleeuwse ruimtes van de Lakenhalle waren ingeruild voor de warenhuisarchitectuur van Eysselinck. Maar jaloezie slijt blijktbaar, ook omdat wonen in leper voor mij intussen een ver verleden is.

Ik bezocht sindsdien regelmatig het museum dat in 2009 de naam Mu.ZEE kreeg, met nu naast de provinciale collectie ook de waardevolle collectie van het Oostendse stadsmuseum, met een schat aan Ensors en Spilliaerts. Er waren grote tijdelijke expo's en de vaste collectie werd maar mondjesmaat getoond. Ik verliet de plek altijd met dubbele gevoelens: een tentoonstelling in Mu.ZEE kon sterk of minder sterk zijn, maar altijd was daar de ronduit negatieve, beklemmende impact van de zalen op je tentoonstellingservaring. Het leek een soort veredelde 'koterij'.

Tot deze zomer en tot de nieuwe collectiepresentatie er was. Eindelijk is de collectie die ik zo lang gemist had volop terug. Wat een feest! Bovendien: het gebouw is in zijn oorspronkelijke 'helderheid' en leesbaarheid teruggegeven aan het publiek. Opvallend bij dit alles, zo vermeldde directeur Dominique Savelkoul, is dat het openbreken van het gebouw en het herstel van het oorspronkelijke ruimtegevoel kon gebeuren met haar eigen museumploeg en zonder noemenswaardig extra budget. Daarbovenop realiseerde ze meteen ook een slimme en leesbare presentatie van de waardevolle collectie - intussen flink aangevuld en geactualiseerd. Een simpel maar helder gebaar: meer moet dat niet zijn.

De collectie is terug, het gebouw is terug: wat een feest! ◀

▶ Ik ben opgegroeid in de schaduw van de 'middeleeuwse' leperse lakenhalle. Dit prachtige (na de verwoesting tijdens de Eerste Wereldoorlog heropgebouwde) gebouw herbergde in de jaren 1970 de collectie van het Provinciaal Museum voor Moderne kunst van de Provincie West-Vlaanderen: een collectie met een specifieke territoriale keuze voor 'Belgische' beeldende kunst. Het was groot nieuws voor leper: na en naast de oorlogsherinnering was er nu ook plaats voor moderne en hedendaagse kunst. Voor een wat ingedommelde provinciestad was dit een fors statement. Vergeet niet dat de spreuk *C'est du Picasso* in die tijd stond voor 'waardeloos geklieder'.

MUSEUM ZKT. MEER STEMMEN

Meerstemmigheid: het is een buzz-woord, niet alleen in museumland. Maar wat betekent het in de praktijk van het museumleven? Een aantal Vlaamse musea ging met de uitdaging aan de slag. Doel: experimenteren, ervaringen uitwisselen, een lerend netwerk vormen. Een gesprek met Karen Moeskops, directeur van het Antwerpse Red Star Line Museum, en Wendy Van Hoorde, wetenschappelijk medewerker bij Mu.ZEE in Oostende.

Patrick De Rynck, eindredacteur

► Eerst wat context. Enkele jaren geleden startten In Flanders Fields Museum Ieper, Kazerne Dossin Mechelen, Museum dr. Guislain Gent en het Red Star Line Museum Antwerpen een informele denkgroep op: 'Musea met een beladen thema'. Later kwam FARO erbij, en ook het AfricaMuseum. In 2019 wisselde de denkgroep zijn ideeën over 'meerstemmigheid en conflict' uit op het Groot Onderhoud van FARO en verscheen in het zog daarvan *Het Agonistisch Museum. Musea op zoek naar hun maatschappelijke rol*. Inmiddels voegden ook DIVA Antwerpen, het IndustrieMuseum Gent, Museum Hof van Busleyden Mechelen en Mu.Zee Oostende zich bij de werkgroep 'Musea en meerstemmigheid'.

Agonisme

Dit traject is dus begonnen met een groep musea over zogenaamde 'beladen thema's' en werd gaandeweg verruimd. Maar wat is de band tussen pakweg Red Star Line Museum (RSLM), een museum over migratie, en een kunstmuseum als Mu.ZEE? Wat is jullie 'pitch' als groep?

Karen Moeskops: 'Het is begonnen met informele gesprekken van musea die zich op een *lieu de mémoire* bevinden en die mekaar snel hebben gevonden. Allemaal leggen we in onze werking ook een link met vandaag. Het werd formeler toen de groep binnen de schoot van het Museumoverleg adviezen over omgaan met meerstemmigheid formuleerde, voor de nieuwe beleidsplanperiode van de minister van Cultuur. In voorafgaande nota's kwam 'meerstemmigheid' als begrip nadrukkelijk al voor. Eerder al werkte FARO rond meerstemmigheid

en de maatschappelijke rol van musea. Men vroeg ons om onze ideeën te presenteren op het Groot Onderhoud in 2019. Daarna voegden ook de andere musea die je hierboven noemt, zich bij de groep. Een van de bekommernissen was de vraag: waar hebben we het echt over, want dingen worden wel eens op een hoop gegooid: participatie, diversiteit, meerstemmigheid, inclusie...?'

Wendy Van Hoorde: 'Wij zijn er via het Museumoverleg, waar we hoorden van de werkgroep, bij gekomen, omdat de thematiek van het agonisme, het omgaan met conflicten, ons intrigeerde, ondanks onze heel andere collectie. Ook kunstenaars leggen vaak de vinger op maatschappelijke kwesties en spelen in op conflicten. Ze doen dingen schuren. Ik was zelf benieuwd om daar meer over te weten.'

'Ook kunstenaars leggen vaak de vinger op maatschappelijke kwesties en spelen in op conflicten. Ze doen dingen schuren.'

- Karen Moeskops
- Wendy Van Hoorde





Schoolkinderen bij de 'globe' in de eerste museumzaal van Red Star Line: migratie als universeel fenomeen. Nadien stappen de bezoekers in de voetstappen van de landverhuizers zelf. Foto Frederik Beyens

Glad ijs

Meerstemmigheid in het DNA van de werking, en dus in alle geledingen van het museum... Dat wordt stilaan een oude kreet in de Vlaamse museumwereld, die al een minister of vier meegaat, inderdaad in diverse bewoordingen: 'culturele diversiteit', 'participatie'... Hoe kunnen jullie mij doen geloven dat de zaken evolueren?

Karen: 'Moet het verleden ons tegenhouden om dit te blijven vastpakken? Ik zie een oprechte intentie om ermee aan de slag te gaan. En inderdaad, we blijven allemaal zoekende. Dat brengt ons juist samen. Als ik kijk naar RSLM, dan zie ik echt wel een evolutie, op diverse fronten. Vroeger was er één collega die projecten deed rond participatie, nu zit het in al de functieomschrijvingen, ook die van onze curatoren. Denk ook aan ontwikkelingen als de dekolonisatie en *black lives matter*. Dat zijn katalysatoren. Je kunt het onderwerp niet meer onder de mat schuiven.'

Je stoot ook op wat ik maar 'de erfzonde van musea' noem, en zeker van kunstmusea: ze zijn ontstaan in een elitaire, burgerlijke, mannelijke en witte omgeving... Hoe schud je dat imago van je af?

Wendy: 'Het is moeilijk balanceren, dat klopt. Het label "elitair" en "hoogdrempelig" blijft aan ons plakken en is soms moeilijk te doorbreken.

'Moet het verleden ons tegenhouden om dit te blijven vastpakken? Ik zie een oprechte intentie om ermee aan de slag te gaan.'

Ook omgekeerd: als je een breed publiek probeert aan te spreken, dreig je dat zogenaamd elitaire publiek te verliezen, en dat wil je ook niet. Maar goed, het zit hem in kleine dingen: laat een expo door een hedendaagse kunstenaar maken, niet door een curator. Laat zijn rol ook eens ondergeschikt zijn. Organiseer rondleidingen door nieuw "aangespoelde" Oostendenaars, die met een open blik naar de kunstcollectie kijken, niet alleen door gidsen die de collectie door en door kennen. Ik denk ook aan onze rondleidingen voor mensen met dementie. We merken dat ons publiek daardoor verandert, maar het gaat niet vanzelf en het lukt niet altijd: bij grote evenementen wel, op vernissages dan weer niet. Er gebeuren dingen en alle beetjes helpen, maar inderdaad: het geeft spanningen en niet iedereen is mee.'

Karen: 'Wij proberen het te doen door de partners met wie we samenwerken. "De flexibele schil" van een museum vind ik een fantastisch begrip om mee aan de slag te gaan: met wie werk je samen, aan wie besteed je

opdrachten uit, hoe overwin je taalbarrières, hoe laat je deelnemers van participatieve trajecten doorstromen naar je gidsenpool, wie laat je aan het woord over je collectie...? In samenwerking vind je vaak antwoorden op die moeilijke vragen en leer je ook om je eigen blinde vlekken te zien. Wij merken ook dat steeds meer organisaties met ons willen samenwerken, en we gaan daar ook naar op zoek. Het is een keuze om daar tijd en ruimte voor vrij te maken.'

'Over die blinde vlekken... Neem nu het personeel, misschien wel het moeilijkste punt: ja, het zijn vaak middenklassers, dertigers en veertigers, behoorlijk goed bij kas. Wel, erken dat, wees je ervan bewust. Wij hebben ook kritische vrienden die ons daarover bevragen. Geen probleem uiteraard, zolang ze vriendelijk blijven (*lacht*). Wij zijn een kleine ploeg en het is dan ook belangrijk dat iedereen mee is. RSLM heeft het ook wel redelijk gemakkelijk: meerstemmigheid zit sowieso van bij de start in onze collectie. Maar het blijft ook voor ons een uitdaging en een werk van lange adem. Onze volgende expo gaat over zeventig jaar Conventie van Genève en dus over vluchten. Daar wordt het nog gevoeliger en belangrijker om goed om te gaan met de vragen "wie laat je aan het woord" en "welke context geef je mee". Het is moeilijk en het is soms glad ijs, maar tegelijk is het superboeiend.

“De flexibele schil” van een museum vind ik een fantastisch begrip om mee aan de slag te gaan.’

Zwijgende beelden

Diversiteit, meerstemmigheid: het betekent voor een museum ook dat je letterlijk op je woorden moet letten en je vocabulaire, je grammatica, je metaforen misschien wel moet veranderen.

Karen: ‘Wij hebben al externen uitgenodigd om ons te evalueren op taal en onze teksten na te lezen. Daardoor letten de curatoren en publiekswerkers er ook meer op. Wij zijn ons heel goed bewust van de uitdaging en hebben daar ook een sessie over gehad met mensen van het Tropenmuseum, dat voor mij een echt voorbeeld is op dat vlak. Hun belangrijkste boodschap was: zorg dat je als museum kan verantwoorden waarom je een bepaald woord al dan niet gebruikt, en leg dat ook expliciet uit. Toon dat je ook aan het zoeken bent. Leg uit waarom je woorden (niet) gebruikt en dat er geen pasklare antwoorden zijn. Zeker over mensen met een vluchtverhaal circuleren zo veel woorden die fout worden gebruikt. We werken altijd samen met verhalenschenkers

voor onze expo’s. Dan is het heel belangrijk te vragen: hoe wil jij dat we jou en je verhaal voorstellen? De identiteit van mensen is altijd meer dan alleen maar een vluchtverhaal.’

Wendy: ‘Als het over kunst gaat, beland je voor je het weet in jargon. Het is een uitdaging voor de curatoren om dingen veel meer uit te leggen. Je merkt in kunstmusea een tendens om dingen niet uit te leggen, zeker ook als het over hedendaagse kunst gaat: het beeld moet zeggend voor zichzelf spreken, maar dat doet het niet. Wij kunnen veel leren van musea als Red Star Line. En we laten ons ook bijstaan door een groep van mensen met diverse expertises, die niet noodzakelijk thuis zijn in de kunstwereld. Dat maakt het voor ons verrijkend.’

Blinde museumvlekken

In jullie tekst komt geregeld de term ‘wereldburgerschap’ voor: dat is een beladen term. Een belangrijke stroming in de samenleving wil daar niet van weten. ‘Identiteit’ valt als woord dan weer niet.

‘Het beeld moet zeggend voor zichzelf spreken, maar dat doet het niet. Wij kunnen veel leren van musea als Red Star Line.’



Gegidste rondleiding voor NT2-studenten in Red Star Line. Foto: Frederik Beyens

Karen: ‘Daar heb ik niet bij stilgestaan, maar het klopt. Het verbaast mij eigenlijk. Bij ons voel ik dat het werken rond herinneringen en levensverhalen mensen in hun identiteit sterkt. Dat merken we bij de getuigen die meewerken aan onze expo’s. We gaan het onderwerp dus niet uit de weg, integendeel. Identiteitsvorming krijgt hier wel degelijk een belangrijke plek.’

‘Kijk, de tekst gaf input voor de beleidsnota van de minister. Voor mij zijn vooral de gesprekken over het onderwerp belangrijk en inspirerend, en de praktijk: hoe kunnen musea hiermee aan de slag gaan? Hoe kunnen ze hierover samenwerken, bijvoorbeeld rond personeelskwesties, de samenwerking met gidsen, het beschrijven van collectiestukken... Er zijn nog vraagstukken op veel terreinen. Het fijne is dat we mekaar gevonden hebben.’

Eigenlijk werken jullie aan iets nieuws voor Vlaanderen: veel musea hebben niet de traditie om deel te nemen aan eigentijdse maatschappelijke debatten, al zijn er uitzonderingen. Jullie gaan ervan uit dat dat voor een museum juist noodzakelijk is omdat de samenleving zo verandert en diverser wordt.

Karen: ‘Ik heb zelf een ngo-verleden en heb vijftien jaar op de barricades gestaan, voor ik vijf jaar geleden naar RSLM kwam. En er is wel degelijk een verschil tussen op de barricades staan en museumwerk. Kijk, met dit museum willen wij mensen zelf hun mening laten vormen. Wij spreken heel bewust een breed publiek aan, ook wie naar hier komt voor de “Titanic-romantiek”. Ook die bezoekers zien impliciet dat RSLM over een universeel verhaal van migratie gaat. We willen hier ook mensen in een kwetsbare situatie over onze lage drempel krijgen.’

‘Meerstemmigheid is niet “we presenteren hier 17 stemmen en that’s it”. Nee, dan ga je voorbij aan je wetenschappelijke rol als museum.’

‘Voor mij gaat het hierom: herinneringen en levensverhalen zijn voor ons belangrijk. Maar meerstemmigheid is niet “we presenteren hier 17 stemmen en that’s it”. Nee, dan ga je voorbij aan je wetenschappelijke rol als museum. Je moet de context en het kader blijven geven. De combinatie van de twee is net heel sterk. Zo



‘Zorg dat je als museum kan verantwoorden waarom je een bepaald woord al dan niet gebruikt, en leg dat ook expliciet uit.’

geef je handvaten aan je publiek om zelf na te denken over zoiets als migratie, een potentieel beladen thema: het is een *call to opinion*, eerder dan een *call to action*. En met dat uitgangspunt kun je een expo maken over zeventig jaar Conventie van Genève. Dat betekent niet dat we waardenvrij zijn: migratie is van alle tijden, dat zit in onze baseline.’

Wendy: ‘Voor ons als kunstmuseum gaat het erom dat je kunst die conflict oproept niet uit de weg gaat. Dat je de discussie met je publiek aangaat. En dat je daarbij dus je publiek probeert te verruimen. En verder ben ik het met Karen eens dat je je onderzoeksrol als museum moet proberen te blijven spelen. Dat is niet altijd makkelijk en onderzoek is een kwetsbare functie maar wel erg belangrijk. Ik ben zelf... het team onderzoek van ons museum. En dan doe ik er nog andere taken naast, zoals meerstemmigheid.’

Karen: ‘Je maakt als museum keuzes. Ik vind het zelf boeiend om een deel van je onderzoek uit te besteden en zo je blinde vlekken op het spoor te komen. Er zit voor ons winst in het uitbesteden van een deel van ons onderzoek en het voeren van interviews aan mensen uit een bepaalde gemeenschap. Oké, je bouwt dan als museum je kennis niet op, dat is waar. Zorg er dan voor dat je eigen curatoren wel het overzicht bewaren. Maar laat het voor een stuk los. Ook dat gaat met vallen en opstaan.’



Gegidste rondleiding voor NT2-studenten in Red Star Line. Foto: Frederik Beyens

Meer publiek worden

Hoe gaat het nu verder met het traject over meerstemmigheid? Wordt het thema prominenter in de nieuwe beleidsplannen die jullie volgend jaar maken?

Karen: ‘Wij zullen het in elk geval expliciet aankaarten. We waren er al erg mee bezig, maar door alle gesprekken die we voerden, weten we nu al dat we dingen concreter gaan benoemen: de flexibele schil, de aanpak van het onderzoek, het verhaal over taal... Op die vlakken hebben we al veel geleerd. Al komen er ook altijd nieuwe vragen bij de antwoorden. Ik hoop dat we er binnen de sector over kunnen blijven praten, in welke vorm dan ook. Voor ons museum is het belangrijk.’

Wendy: ‘Ik hoop dat het ook voor ons belangrijk blijft. Wij willen als kunstmuseum meer “publiek” worden en daar stappen in zetten.’

De tekst waarvan sprake vind je hier <https://faro.be/blogs/olga-van-oost/oproep-werkgroep-musea-en-meerstemmigheid> ◀

EEN GROOT MUSEOLOGISCH EXPERIMENT: HET DOORNROOSJE-SCENARIO

Streekmusea worden vaak tot ware opslagplaatsen van objecten van velerlei herkomst. Dat gaat jaren goed. Tot de vrijwilligers hun opvolging niet meer kunnen organiseren en de directeur zelf te oud wordt: wat doe je dan? Ieder herkent de uitdaging: dat mooiste herdenkingsbord, de oudste weegschaal.... die mogen niet weg! Nee, maar waar gaan de objecten heen? Hoe bewaar je het verhaal van het geheel? In het Jan Anderson Museum wordt een heel nieuwe manier van denken uitgetoetst.

Evelien Masselink, Erfgoedhuis Zuid-Holland



'Bij mij heeft ieder object een verhaal.'
Jan Anderson. Foto: Evelien Masselink,
Erfgoedhuis Zuid-Holland

Jan Anderson is 85 jaar en denkt al langer na over hoe het 'straks' verder moet met zijn waardevolle verzamelingen en zijn museum.

De methodiek rondom conserveren biedt dankzij een goed museumbestel voldoende handvatten. Daardoor gaan niet alle verweesde collecties verloren. Maar soms heeft een streekmuseum te veel objecten en te weinig handen om 'even te digitaliseren'. Of een pand krijgt een andere bestemming en de collectie moet (deels) weg. Dilemma's, want maak maar eens de schifting: wie zegt of je het goede bewaart en of je bij selectie de juiste afweging maakt?

Lenige geest

Tijd voor een radicaal andere aanpak, samen met een museum dat zo'n experimentele benadering aankan. Streekmuseum Jan Anderson heeft een brede kijk op het verleden en een open blik naar de toekomst. Sinds 1975 is dit particuliere streekmuseum gevestigd in de stallen van een oude boerderij in Vlaardingen. Daar bezoeken schoolklassen, particulieren en bedrijven de collectie (150.000 objecten!) en wisseltentoonstellingen. De objecten horen thuis in 150 deelverzamelingen/ensembles: van herdenkingshawls, brillen en tabakologie over Tweede Wereldoorlog-objecten en merklappen, penningen en kinderspeelgoed, tot een ingericht schoollokaal en winkelstraatje. En dit is maar een greep.

Jan Anderson, verzamelaar pur sang en buitengewoon geïnteresseerd in het verhaal achter elk object, is 85 jaar en denkt al langer na over hoe het 'straks' verder moet met zijn waardevolle

verzamelingen en zijn museum. Opvolging heeft hij niet, wel een leger vrijwilligers en een lenige geest. Jan wil graag dat anderen ook zoveel kennis en plezier uit deze verzamelingen halen. Daarom benaderde hij het Erfgoedhuis Zuid-Holland: hoe zou de toekomst van dit museum eruit kunnen zien?

Uit de museale roulatie

Het Erfgoedhuis zocht contact met cultuurhistoricus, volkscultuurkenner en etnoloog Gerard Rooijakkers. Die kwam met een innovatief voorstel: de methodiek van *non-interventie*, van *alles bewaren* en de collectie in een vergetelput plaatsen, gelijk Doornroosje laten inslapen, en ze vele decennia later pas weer tot leven laten komen. Een andere generatie kan die volgens de dan geldende normen valideren.

Hoe dan? En waarom? Rooijakkers stelt dat we ondanks alle goede bedoelingen vaak de verkeerde dingen bewaren. Kijk naar de streekmusea die zijn gaan opruimen of die hun collectie hebben overgedragen. Daar migreren, vaak door *cherry-picking*, alleen de duurste, mooiste, oudste of enige objecten, en resteren er gemankeerde



Drogisterij in Streekmuseum Jan Anderson.
Foto: Evelien Masselink Erfgoedhuis Zuid-Holland



verzamelingen. De tactiek van de onthouding maakt dat onze tijdgebonden vingerafdruk niet verblindt. Deze radicale benadering van ‘alles bewaren door tijdelijk te vergeten’ is nog niet eerder bewust toegepast.

‘Wat straks waardevol is, kunnen wij als samenleving nu niet beoordelen,’ aldus Rooijackers. ‘Daarom vertraag je als het ware de omloopsnelheid van de collectie maximaal door haar in haar geheel uit de reguliere museale roulatie te nemen. Wat we toevoegen is de bijsluiter die in de archeologie ontbreekt: zo veel mogelijk informatie over de herkomst van objecten; tools dus waarmee een volgende generatie (of nog eentje later...) de collectie kan valideren.

Deze radicale benadering van ‘alles bewaren door tijdelijk te vergeten’ is nog niet eerder bewust toegepast.

We willen voortdurend “iets doen”: bewaren, weggooien, restaureren, slopen, terwijl nietsdoen soms zo goed is! Kijk naar het mijnverleden in Zuid-Limburg. Daar is bijna de gehele infrastructuur afgebroken. En nu is er een collectief trauma omdat het verleden niet meer zichtbaar is. De identiteit van de mensen in het mijnbouwgebied is afgenomen. Daarom is hechten in tijd en ruimte zo belangrijk. Te enthousiast opschonen haalt de ziel uit het erfgoed. Om dat te voorkomen heb je een goede werkmethode nodig, een radicaal nieuw museaal instrument. Die ontwikkelen we in het Streekmuseum Jan Anderson.

Landelijke aandacht

De Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed (RCE) en de Reinwardt Academie toonden interesse in deze gedachtegang en dat bracht het project in een versnelling. De RCE



- Jan Anderson in zijn museum. Foto: Evelien Masselink, Erfgoedhuis Zuid-Holland
- † Voorbereiden interviews Jan Anderson over zijn collectie. Foto: Hans Bakker
- Uit de collectie van Streekmuseum Jan Anderson - de reeks vertelt nog een diepere laag. Foto: Evelien Masselink, Erfgoedhuis Zuid-Holland

De aanpak staat inmiddels aardig in de grondverf. Er komt veel bij kijken.

man nog zo'n twee jaar wordt geïnterviewd en zijn vrijwilligers die fragmenten digitaal opslaan, ben je er nog niet.

Je moet ook nadenken over het langdurig veiligstellen van de panden waar deze verzamelingen staan: iemand zal de conserveringscondities moeten monitoren. Daarnaast help je iedereen wanneer nu wordt vastgelegd bij welke calamiteit wie kan ingrijpen - en dus wel mag interveniëren -, en wie meekijkt of alle digitale dragers de tand des tijds goed doorstaan of overgezet dienen te worden. En wat is er digitaal zichtbaar? Kunnen bruiklenen uit deze collectie nog? Wat te doen als zich een natuurramp, brand of diefstal voordoet? Vele scenario's worden benoemd en uitgewerkt. Hoeveel vul je in voor een volgende generatie en hoeveel laat je los? Deze dilemma's zorgen ervoor dat alle partijen zich zeer geïmmiteerd voelen en diepe gesprekken voeren. ‘Je weet niet of je het goede doet, want de leidraad om dit volgens een stappenplan te doen ben je zelf aan het ontwikkelen’. Effectieve onthouding, er moet veel voor gebeuren...

De landelijke belangstelling is een opsteker voor Jan Anderson, maar ook voor het museale veld. Er komt als het ware een methode bij en daarom wordt alle opgedane kennis gedeeld. ◀

ondersteunt het project met geld en menskracht. De dienst is geïnteresseerd in de vraag of het Doornroosje-scenario handvatten biedt voor de omgang met verzamelingen en collecties die dreigen te verwezen omdat ze nog niet (door iedereen) als erfgoed worden herkend. Daarnaast heeft de RCE belangstelling voor het vastleggen van verhalen van privéverzamelaars over hun collectie. Ook ‘passieve’ (in plaats van preventieve), langjarige conservering is een aandachtspunt voor de dienst.

Dit project gaat over overmorgen. De Reinwardt Academie in Amsterdam leidt de mensen op die een generatie later nog werkzaam zijn in het museale veld, en dan geconfronteerd worden met de verzamelingen van Jan Anderson. Dat deze opleiding haar studenten in werkprojecten laat meedenken over wat er allemaal bij komt kijken wanneer je een verzameling voor een of twee generaties onder een stolp plaatst, is van grote waarde. De studenten krijgen vraagstukken voor zich als: wie beschrijft hoe de samenleving er twee generaties verder uitziet? Via welke dragers neemt men dan informatie tot zich? Hoe zal het fysiek met een collectie gaan zonder interventie?

De aanpak staat inmiddels aardig in de grondverf. Er komt veel bij kijken: alle immateriële herkomstinformatie, toepassingen en gebruiken, volkswijsheden en andere informatie over elk object, dat zit in het hoofd van de directeur, die door zijn leeftijd kwetsbaar is. Daarom wordt al zijn kennis nu met voorrang vastgelegd op audio- en videodragers, en waar mogelijk gekoppeld aan objectnummers die al in Adlib staan. Maar zelfs als de

Meer weten?

<https://tinyurl.com/ErfgoedhuisZuidHolland>



EERST EEN DRAAGVLAK, DAN EEN MUSEUM

Museum Liberation Garden in Leopoldsborg

In Leopoldsborg wordt druk gebouwd aan een museum. In september 2022 gaat het open. Van droom over tegenslagen tot een realisatie in negen jaar. Hoe doe je dat? Een gesprek met initiatiefneemster en waarnemend burgemeester Marleen Kauffmann en twee leden van haar team: projectleider Kristof Borremans en historicus en curator dr. Peter Schrijvers.

Franklin van der Pols, hoofdredacteur

► Komend vanuit het oosten rijd je kilometerslang tussen hoge hekken: 'Militair terrein!' Leopoldsborg is de oudste en grootste garnizoensstad van België. Hier werd na de opstand tegen 'den Hollander' in 1830 een groot legerkamp gebouwd tegen de dreiging uit het Noorden. Honderdduizenden jongemannen vervulden er hun dienstplicht. Sinds de opschorting daarvan in 1994 zijn er minder militairen - en dus ook minder cafés - maar Leopoldsborg koestert zijn militaire verleden.

Er wordt nog druk gebouwd. De oplevering werd recent met enkele maanden vertraagd. Wat ging er mis?

Marleen Kauffmann zucht even: 'We maken het museum in de voormalige villa van de commandant van de genie uit 1869, het mooiste en meest bizarre militaire gebouw in Leopoldsborg. Toen ze het behang van de muren trokken, bleken de binnenmuren geen draagkracht meer te hebben. Alle binnenmuren moesten opnieuw worden opgetrokken.



↑ Marleen Kauffmann, Peter Schrijvers en Kristof Borremans (Foto: Luc Daelemans)
 ← Museum Liberation Garden Leopoldsborg (Adem Architecten)

‘Achteraf gezien heeft de vertraging het museum juist beter gemaakt. We hebben ons verhaal nog scherper kunnen formuleren.’

Tegenslagen horen erbij, dat zijn we inmiddels gewend.’

Trots en toerisme

Waarom een nieuw museum?

‘We hebben hier twee kleine militaire musea. In 2013 meldde Defensie dat ze een deel van de terreinen en gebouwen gingen afstoten, waardoor de musea zouden verdwijnen. Voor ons ondenkbaar, omdat Leopoldsborg is ontstaan als garnizoensstad. Nog steeds is hier het grootste militaire kamp van België gevestigd.’

‘Naast de toeristisch-economische meerwaarde is ook de sociaalpsychologische invalshoek van belang.’

‘Ik was toen net schepen van Toerisme en Erfgoed, en vond dat we veel te weinig deden met ons erfgoed. We zijn op zoek gegaan naar een nieuw concept. Vanzelfsprekend wilden we dit graag doen in samenwerking met Defensie. Maar al snel bleek dat de betrokken musea niet stonden te trappelen. Voor ons een stevige tegenvaller, omdat we die samenwerking belangrijk vinden. In het verleden hebben we dit veel te weinig gedaan.’

Waarom heb je toen doorgezet met plannen?

‘Naast de toeristisch-economische meerwaarde is ook de sociaalpsychologische invalshoek

van belang. Na de Koude Oorlog is het militaire kamp in omvang en bezetting gekrompen. Dat was voor de gemeente een stevige klap. Ze geloofde niet meer in zichzelf. We willen ons militaire DNA inzetten om een nieuw verhaal over de gemeente en haar omgeving te vertellen. We hopen dat het museum ertoe bijdraagt dat onze inwoners weer trots worden. Daarnaast hopen we door vrijwilligerswerk het sociale weefsel te versterken.’

Hoe heb je de gemeenteraad zover gekregen?

‘We hebben veel hobbels moeten nemen, maar dat was de grootste uitdaging. Men is zeer kritisch. Een museum kost geld, dat je maar één keer kunt uitgeven. Door iedereen goed en zeer regelmatig te informeren hebben we veel twijfels kunnen wegnemen. We hebben een ambitieniveau van 50.000 bezoekers per jaar. Al die bezoekers zullen straks ook wat willen eten en wellicht hier ook overnachten. Ik zie het museum als startpunt om onze trots en het toerisme een *boost* te geven.’

Groot draagvlak

Curator Peter Schrijvers mengt zich in het gesprek. Volgens hem is het Marleen Kauffmann gelukt om alle tegenstand te overwinnen, doordat ‘De Grote Rappel’ zo’n immens succes was. ‘Ik werk nu vier jaar voor het project en houd veel spreekbeurten. Als mensen twijfels uiten over het nieuwe museum, dan is er altijd wel iemand die trots wijst op het succes van “De Grote Rappel”. Dat was een groots opgezet

muziek- en theaterspektakel dat de geschiedenis van de garnizoensstad Leopoldsborg spectaculair tot leven bracht. Als bezoeker startte je met een theaterwandeling langs een aantal historische plaatsen in de gemeente, die letterlijk tot leven kwamen. Uiteindelijk kwam je uit in een oude legerkazerne, het decor van een twee uur durend musicalspektakel.’

Wat is de samenhang met het nieuwe museum?

Marleen Kauffmann zwijgt even, maar geeft Peter Schrijvers dan gelijk: ‘De manifestatie heeft ons enorm geholpen, maar dat is meer toeval dan planning. Mensen geloven hier te weinig in zichzelf en kennen elkaar ook niet. Een van de redenen is dat de militairen die hier wonen, vaak snel weer worden overgeplaatst. Het is echt een komen en gaan. We wilden dus een gemeenschapsvormend project tot stand brengen.’

‘In het begin was er veel aarzeling en tegenkanting. Maar we hebben ons niet uit het veld laten slaan. We zijn informatieavonden gaan houden en scholen gaan bezoeken. Uiteindelijk hadden we meer vrijwilligers dan nodig: 450! Met hen hebben we veertien avonden een voorstelling gegeven met 12.000 bezoekers. We hebben Leopoldsborg toen echt op de kaart gezet, met bezoekers uit heel Vlaanderen en veel media-aandacht. Maar het mooiste was dat de vrijwilligers zo enthousiast waren dat ze zijn blijven samenkomen. In 2019 hebben we het nog eens gedaan, met 650 vrijwilligers en bijna 15.000 bezoekers.’



‘In essentie is het een museum over gewone mensen in buitengewone omstandigheden.’

Hoe reageerde de gemeenteraad toen jullie met de plannen voor dit spektakel kwamen?

‘Voorspelbaar: was het niet veel te ambitieus? Uiteindelijk mochten we het doen, maar het mocht ons als gemeente geen cent kosten, dat was de uitdaging. We hebben de 350.000 euro tot de laatste cent terugverdiend, ook de tweede keer. Deze evenementen hebben het maatschappelijk draagvlak voor het museum verstevigd. De vrijwilligers van “De Grote Rappel” vormen straks de kern van ons museum.’

Wat was nu weer het verhaal?

Het klinkt als een masterplan: eerst draagvlak creëren met succesvolle evenementen en dan doorpakken met je museum. Een politieke meesterzet.

Marleen: ‘Absoluut niet, het was puur toeval. Ik zie mezelf ook niet als politiker. Sterker nog: politiek interesseerde me niet. Ik was wel altijd sociaal geëngageerd. Ik zat in tal van verenigingen. Ze hebben me moeten overtuigen om de gemeenteraad in te gaan. Uiteindelijk heb ik gezegd: “Als ik het doe, dan ga ik er voor driehonderd procent voor. Je moet mij niet als vulling op een lijst zetten.”

Ze kijkt naar Kristof Borremans, de coördinator van de evenementen en het museumproject.

‘Echt van belang is dat je gelooft in wat je doet. De manifestaties en het museum zijn middelen om onze gemeenschap te ondersteunen. Tegenstand en tegenslag zullen er altijd zijn, dat moet je incalculeren. We hebben alles met een heel klein team gedaan en zijn er steeds in blijven geloven. Als onze plannen weer eens in duigen vielen, dan hadden we Kristof om de scherven te lijmen.’

Jullie hoopten op zes jaar voor de realisatie, uiteindelijk wordt het negen jaar. Wat was voor jou, Kristof, het moeilijkste moment?

Kristof: ‘Totaal onverwacht liepen we in 2017 een subsidie van Toerisme Vlaanderen mis. Iedereen dacht dat het project toen dood was, maar we zijn doorgegaan. We zijn helemaal opnieuw begonnen, met een veel kleiner budget en op een nieuwe locatie. We hebben een compacter en nog meer gefocust museum ontworpen.’

‘Achteraf gezien heeft de vertraging het museum juist beter gemaakt. We hebben ons verhaal nog scherper kunnen formuleren. We hebben de verhaallijn wel tien keer herschreven. Dat was ook hard nodig. De verhaallijn is het zwakke punt van veel musea. Eerlijk gezegd, loop ik vaak een beetje verward door

musea en ben ik na het bezoek teleurgesteld: wat was nu het verhaal? Daarom hebben we ongelooflijk veel tijd gestoken in een heldere verhaalstructuur en samen met onze scenarioschrijvers Frodo Terpstra en Peter Schrijvers gezocht naar een afwisseling van emoties, naar een bijna filmische spanningsboog.’

De druppel en de oceaan

Er zijn al veel musea over de Tweede Wereldoorlog, wat maakt jullie museum straks uniek?

Peter: ‘Dat het museum regionaal verankerd is, dat het uitgaat van de geschiedenis van Leopoldsborg en onmiddellijke omgeving. Het verhaal is opgehangen aan drie k’s: Kamp van Beverlo, Kanalen en Kruisen. De Duitsers zagen het legerkamp als een belangrijke infrastructuurle voorziening voor hun oorlog tegen de geallieerden. We tonen de bezetting dan ook door de lens en logica van het kamp. Na de landing van de geallieerden in Normandië probeerden ze hun opmars te stoppen van achter de Kempische kanalen. Waterlopen zijn een natuurlijke verdedigingslinie. Toen de geallieerden in Leopoldsborg aankwamen wilden ze een grote doorbraak forceren. De besprekingen en de start van “Operatie Market Garden”, de poging om over de Rijn te springen, begonnen hier in Leopoldsborg. Uiteindelijk zijn er meer



↑ De Grote Rappel

— Drie maanden vertraging omdat de binnenmuren te broos bleken. Foto: Luc Daelemans

dan honderdduizend oorlogsdoden die in de omgeving begraven liggen, de kruisen dus.'

Hoe vertellen jullie het verhaal?

Kristof: 'Het is een verhaal over waarden en hoe een militair-fascistisch regime die schendt. Hoe men begint te snakken naar bevrijding. We laten meerdere perspectieven zien. We werken met lokaal verankerde sleutelmomenten die daarna ook in een internationale context worden geplaatst. Zoals in een goed historisch verhaal: de druppel staat voor de oceaan. Je moet inzoomen om uiteindelijk het grotere verhaal te kunnen doorvoelen en begrijpen.'

Vanuit welke perspectieven vertellen jullie het verhaal? Geschiedenis, dat is vaak het perspectief van de winnaar.

Peter: 'Eerst hadden we het plan om het hele verhaal steeds vanuit geallieerd én Duits perspectief te tonen. Je kon op twee manieren door het museum lopen om de geschiedenis vanuit beide perspectieven te zien. Helaas

hebben we dat moeten laten vallen omdat het museum te klein is. Maar het kernidee van meerdere perspectieven bleef bewaard. Ons verhaal is nu opgehangen aan sleutelmomenten en historische personen. Op acht plekken vertellen zij hun verhaal, van een jong Vlaams meisje in het verzet tot Duitse militairen. Er is ook een Amerikaanse luchtmachtsoldaat en een Nederlandse verpleegster.'

'Het zijn allemaal echte mensen. Alles is gebaseerd op egodocumenten. We hebben twee van hen nog kunnen interviewen. Een was als achttienjarige actief in het verzet. We hebben haar als 99-jarige gesproken en ze vertelt alsof het gisteren was. Helaas is zij onlangs overleden. In essentie is het een museum over gewone mensen in buitengewone omstandigheden.'

Geen verstikkende collectie

Peter Schrijvers, jij bent als curator mee verantwoordelijk voor verhaal en collectie, maar je bent hier pas na de dip in 2017 begonnen. Wat was jouw grootste uitdaging?

Peter: 'Zoals Marleen Kauffmann aangaf, haakten de musea waarmee we wilden

samenwerken al vroeg af. Er was dus geen collectie. Ik ben op pad gegaan om voorwerpen te verwerven. We hebben er uiteindelijk van Defensie in bruikleen ontvangen, maar de kern zijn de stukken die zijn geschonken. Voorwerpen met verhalen, vaak zeer relevante. Hierdoor hebben we het museale verhaal steeds verder kunnen en moeten aanpassen. Voor musea gelden de wetten van romans: hoe specifieker je bent in je vertelling, hoe universeler je verhaal is qua impact. Geen collectie, dat is een ramp, maar achteraf gezien kun je ook zeggen dat we niet verstikt zijn door een collectie die er al was.'

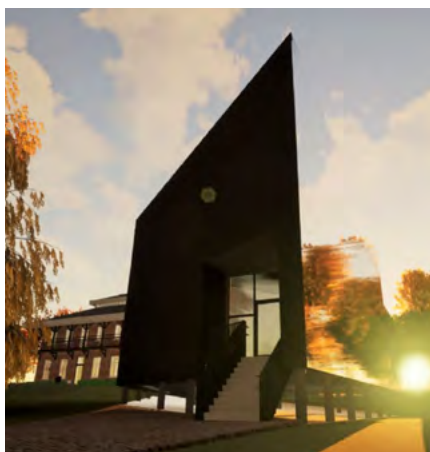
Wat gaan de bezoekers straks ervaren?

Peter: 'Als alle puzzelstukjes in elkaar vallen, dan maakt het museum zichtbaar hoe deze omgeving door de oorlog is getekend. Dan begrijp je de geschiedenis, maar ook de sfeer en de emoties van deze plek. Na je bezoek zul je de regio willen verkennen.'

Kristof: 'Het museum wordt de spil van onze profilering als historische garnizoensstad met een belangrijk verhaal over de Tweede Wereldoorlog.'

Samenvattend: een museum maken gaat niet vanzelf, tegenslagen horen erbij. Is dat jullie boodschap?

Kristof: 'Ja en nee. Tegenslagen horen erbij. Essentieel om te slagen is dat je een politieke sponsor hebt. Je moet iemand hebben die op politiek niveau het project met hart en ziel verdedigt en aanvuurt. Ten tweede: wil je resultaat hebben, dan moet je goed weten wat je wilt. Je kunt nog zoveel hulp inschakelen, maar als je zelf niet helder kunt formuleren wat je wilt, kan niemand je helpen. Wie je ook inschakelt, van architect tot tentoonstellingsontwerper, je moet erbovenop zitten. Je commitment moet dagelijks voelbaar zijn. Ten derde: zorg voor een sterk inhoudelijk team. Zonder goed verhaal geen goed museum.' ◀



Museum Liberation Garden, achteraanzicht nieuwbouw (Adem architecten)

MUSEUM LIBERATION GARDEN, LEOPOLDSBURG

Renovatatie Chinees Paviljoen & nieuwbouw; expositieruimte: 750 m²

Budget: 6,6 miljoen euro

Opdrachtgever: Gemeente Leopoldsborg

Architect: ADEM architecten, Hasselt

Aannemer: Driesen nv, Pelt

Ontwerp & bouw exposities: Heijmerink-Wagemakers Vormgeversatelier bv

I.s.m. MOXIE-design

Interactives: IJsfontein, Amsterdam

Scenario: Duinzand, Amsterdam

Teksten/content: Dr. Peter Schrijvers

DE TRANSFORMATIE VAN DE NATUURHISTORISCHE MUSEUMCULTUUR

In het huidige milieu van toenemende druk op de leefomgeving en biodiversiteit neemt het belang van natuurhistorische collecties toe. Recente publicaties geven inzicht in dit wetenschappelijk belang en de eeuwenoude fascinatie voor de natuur.

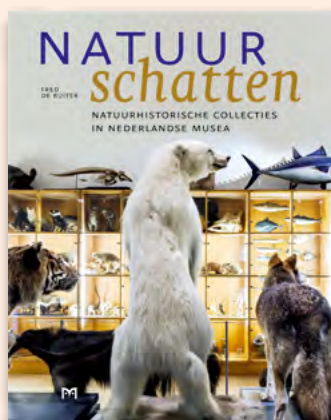
Vera Weterings, redacteur

► Natuurliefhebber Fred de Ruiter benadert de natuurhistorische museumsector in *Natuurschatten* vanuit een brede historische blik, met aandacht voor het ontstaan van de natuurhistorische verzamelambitie en de instituten waarin deze vorm kreeg. In zijn boek spat zijn enthousiasme voor het onderwerp er op elke bladzijde af. De persoonlijke verhalen maken van het boek meer dan een geschiedenisles en inventarisatie van natuurhistorische musea. De Ruiter onthoudt de lezer zijn persoonlijke mening niet en schotelt een soms wat kritische visie voor die lang niet elk natuurhistorisch museum deelt. Zo vindt De Ruiter dat het natuurhistorische museum voor volwassenen verdwijnt door de vervlakking onder de druk van publiekscijfers. Stichting Nederlandse Natuurhistorische Collecties (SNNC) betwist dit. Hoewel musea – niet alleen natuurhistorische – het de afgelopen decennia lastig hadden om hun soms wat stoffige imago af te werpen, is er inderdaad meer aandacht gekomen voor publieke taken en voor nieuwe museale presentatievormen. Musea zijn volgens het SNNC echter trouw gebleven aan hun museale

kerntaken: collectievorming, collectiebeheer en *collection-based*-onderzoek vormen nog altijd de basis voor alle publiekstaken. Wel stelt het SNNC dat juist musea die niet met hun tijd zijn meegegaan het moeilijk kregen. Een betere afstemming van tentoonstellingen en educatie op een divers geheel aan doelgroepen is wat musea staande hield.

Juist die transformatie speelde het afgelopen jaar een belangrijke rol bij de bekroning van Naturalis met de oudste en meest prestigieuze Europese museumprijs. Als Europees Museum van het Jaar werd Naturalis door de internationale jury geroemd vanwege het wendbare vermogen om zich te transformeren. In de publicatie *Wie wat bewaart* krijgt de lezer een kijkje in de eigenzinnige wereld van twee eeuwen Nederlandse natuurhistorie achter de gesloten deuren van de collectietoren en in de werkkamers van de onderzoekers, conservatoren en tentoonstellingsmakers. Het boek gaat verder waar het museum ophoudt en geeft inzicht in de rijke historie van het biodiversiteitsinstituut.

De twee eeuwen lange geschiedenis van Naturalis heeft veelzijdige en complexe verzamelingen opgeleverd. Het hoofddoel was altijd wetenschappelijk onderzoek. Daarom worden de meeste objecten zo efficiënt en compact mogelijk bewaard. Sinds de opening als publieksmuseum in 1998 werd naast de wetenschappelijke functie ook de publieksfunctie belangrijker. Aangezien tentoonstellingen andere eisen stellen aan objecten dan de wetenschap is de manier waarop de collectie wordt uitgebreid sterk veranderd. Wetenschappers focussen meer op het verzamelen van data. Daardoor heeft Naturalis ingezet op een grootscheepse digitalisering en zo de best gedigitaliseerde en meest toegankelijke collecties ter wereld opgebouwd. Collectieboek *Van onschatbare waarde* biedt een kijkje in tweehonderd jaar verzamelbeleid aan de hand van diverse verhalen van verzamelaars. Beheer en gebruik van de collecties staan centraal. Het perspectief van de bijdragen gaat van de wetenschappelijke benaderingen van het verzamelen tot het conserveren, bewaren, rubriceren en digitaliseren van topstukken en curiosa. ◀



Fred de Ruiter, *Natuurschatten. Natuurhistorische collecties in Nederlandse musea*, Matrijs, Utrecht 2020. - ISBN 9789053455609



Menno Schilthuizen en Freek Vonk, *Wie wat bewaart. Twee eeuwen Nederlandse natuurhistorie*, Spectrum | Naturalis, Amsterdam 2020. - ISBN 9789000362493



Eulàlia Gassó Miracle en Tiny Monquill-Broersen (red.), *Van onschatbare waarde. 200 jaar Naturalis*, Naturalis, WalburgPers, Zutphen 2020. - ISBN 9789462496279

EEN SCHAT VAN VERF

Wat doe je met verfsamples uit eerder schilderijenonderzoek? Is dat een nieuwe collectie, met alle mitsen en maren? Of een bronnenarchief annex database die later van nut kunnen zijn? Dat onderzocht ik in mijn afstudeerscriptie voor de master Museologie aan de Reinwardt Academie, lichting 2017.

Yannicke Kloosterman



Yannicke Kloosterman

Veel nieuwe kennis

Voor mijn onderzoek heb ik het Paint Samples Project (PSP) geleid. Samen met conservatiewetenschappers, conservatoren- restauratoren en gebruikers keken we vanuit verschillende restauratiedisciplines naar verfsamples: hoeveel zijn er opgeslagen, hoe vaak worden ze afgenomen, sinds wanneer en door wie, en met welk doel? Centraal in mijn onderzoek waren de dwarsdoorsneden voor verfonderzoek waar RCE al ruim een halve eeuw gebruik van maakt.

Door het onderzoeken van ingebedde verfsamples ('dwarsdoorsnedeonderzoek') kan de microstructuur van een schilderij worden onderzocht met behulp van ingebedde verfsamples onder een optische microscoop.

Dit levert de conservator-restaurator veel kennis op over de stratigrafie van een schilderij of geschilderd (erfgoed)object: hoe heeft de kunstenaar het opgebouwd, wat zijn gebruikte materialen? De grondlaag, imprimatura, ondertekeningen, verf en vernislagen en eerdere restauraties kunnen in detail worden onderzocht. Die kennis kan helpen bij het bepalen van herkomst en waarde van een kunstwerk. Ook voor vergelijkend onderzoek, waarbij dwarsdoorsneden uit verschillende jaren met elkaar worden vergeleken en veranderingen in de verflaag zichtbaar worden. Een verfsample zie ik als een soort tijdschapsule met relevante gegevens uit verschillende lagen door de tijd heen. Kortom, waardevol materiaal.

Nieuwe richtlijnen

Het nemen van een verfsample is een destructieve handeling, ook als het gaat om het verwijderen van een microscopisch deeltje. Toch wordt dwarsdoorsnedeonderzoek verricht omdat de opgedane kennis opweegt tegen de negatieve aspecten van deze techniek. Een conservator-restaurator moet daarom altijd ethische overwegingen in acht nemen voor een onderzoek begint. Het doel van PSP was om verbeteringen aan te brengen binnen de huidige structuur van de organisatie met betrekking tot de opslag van verfsamples, zowel digitaal als fysiek.

Een verfsample zie ik als een soort tijdschapsule met relevante gegevens uit verschillende lagen door de tijd heen.

Mijn advies, na enige maanden van zoeken en ordenen van het materiaal en na het bevragen van tientallen archiefvormers en -gebruikers, wordt gegoten in een gebruikershandleiding met een nieuwe set richtlijnen. Zo kunnen verfsamples volgens één bewaarmethode worden opgeslagen, zowel digitaal (database) als fysiek (depot). Gevolg: een betere vindbaarheid, de mogelijkheid om in de toekomst samples te hergebruiken en dus minder noodzaak om nieuwe samples te nemen. De richtlijnen uit mijn project zouden blij moeten geven van een ethisch verantwoorde, preventieve houding ten opzichte van conservatie en restauratie in het algemeen. Niet-interventieve vormen van conservatie van kunstwerken hebben daar momenteel de voorkeur.

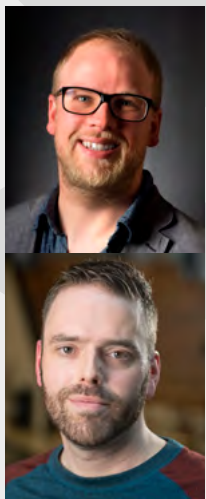
Onderdeel van het advies is een voorstel voor afspraken: hoe gaan we om met verfsamples met betrekking tot sample-afname, de bewaring, opslag, bewaarcondities en de documentatie daarvan? Conservatiewetenschappers, conservatoren-restauratoren, archiefvormers en -gebruikers kunnen de richtlijnen gebruiken en onderzoeken of ze toepasbaar zijn op andere archieven met referentiemateriaal. ◀

▶ De RCE, locatie Museumplein, houdt een archief bij van duizenden onderzoeksamples van schilderijen die de afgelopen vijftig jaar zijn bewaard: werken in en buiten de Rijkscollectie, in publiek- en privébezit. Daar is nog niet zoveel mee te doen, vooral omdat de samples vanuit uiteenlopende vraagstellingen door onderzoekers en onderzoeksgroepen over een langere tijd genomen zijn. In laboratoria worden ze onder gevarieerde condities bewaard. En er zijn meerdere documentatiesystemen. De toegankelijkheid is dan ook niet groot, wat waarschijnlijk ook voor de (her)bruikbaarheid geldt.

STADSMUSEA IN HET NAUW

Experimenteren met crowdsourcing

Stadsmusea hebben het moeilijk. Hoe kun je je musea relevant houden voor bewoners én bezoekers van je stad? Dorus Hoebink en Jeroen Nawijn van Breda University of Applied Sciences doen onderzoek naar de betekenis van stadsmusea.



Waarom doen jullie dit onderzoek?

‘De aanleiding is dat veel stadsmusea in een lastig parket zitten. Ze moeten de verhalen van hun

steden vertellen aan bezoekers en bewoners. Maar het uiterlijk, cultuur en demografie van Nederlandse steden zijn in de laatste decennia snel veranderd. Een proces dat zich nog zal voortzetten. Hierdoor is het voor stadsmusea een hele opgave om hun collecties en projecten relevant te houden voor de stadsbewoners die ze representeren.’

“Radar voor het Stadsgevoel” is een tweejarig onderzoeksproject om de criteria waarmee stadsmusea worden beoordeeld door gemeenten en fondsen te verbeteren, door ze meer toe te spitsen op hun intrinsieke kwaliteiten.’

Worstelende stadsmusea

De samenstelling van de stadsbevolking verandert snel. Is dat de enige reden voor jullie onderzoek?

‘Opmerkelijk is ook dat er steeds veeleisender en potentieel conflicterende vragen vanuit de maatschappij en politiek worden gesteld, terwijl de financiering vanuit de overheid juist minder wordt. Er moet meer gebeuren met minder geld. Bovendien zijn veel musea intrinsiek gemotiveerd om zichzelf steeds nieuwe doelen te stellen en na te denken over hun positie in de samenleving. Moeten stadsmusea bijvoorbeeld inspelen op actuele kwesties? Wat zou hun bijdrage moeten zijn in stadstoerisme en citymarketing? Wat is hun taak in stedelijke problematieken als maatschappelijke segregatie en/of discriminatie?’

Het profiel van het stadsmuseum is dus niet helder.

‘Wij observeren dat de directies en medewerkers worstelen met vaak tegenstrijdige eisen. Daarnaast worden ze door hun voornaamste subsidieverstrekken, gemeentelijke overheden,

steevast beoordeeld op “harde” maatstaven, als bezoekersaantallen en inkomsten. We zijn dus op zoek naar manieren waarop stadsmusea meer op hun merites kunnen worden beoordeeld en gewaardeerd.’

‘Onze centrale onderzoeksvraag luidt: wat zijn criteria die de impact van het stadsmuseum bepalen en die niet alleen ingaan op de economische opbrengsten? Hoe krijgt de betekenis van het stadsmuseum de juiste invulling? Het onderzoek wordt uitgevoerd door onderzoekers van Breda University of Applied Sciences, in samenwerking met onafhankelijk onderzoeker Dorus Hoebink. Museum Gouda, Stedelijk Museum Breda en Museum Zutphen zijn er nauw bij betrokken.’

Toolkit

Kun je al iets meer zeggen over die criteria?

‘Ze zijn sterk afhankelijk van de context en gemaakte keuzes. Een keuze voor het sociaal domein impliceert veelal een keuze voor de bewoners van de stad als belangrijkste publieksgroep en in mindere mate voor bezoekers. Een keuze voor kunst of erfgoed stelt juist de bezoeker centraal. Als we kijken naar de diverse



functies van stadsmusea, dan zien we dat “het verhaal van de stad” vertellen met name interessant is voor de bezoeker. Impact op bewoners wordt vaak bewerkstelligd door de participatieve en collectieve functies van een stadsmuseum, door bewoners uit alle rangen en standen uit te dagen actief mee te doen en daarmee sociale cohesie te bevorderen.’

Wat moet het onderzoek opleveren?

‘Een toolkit waarmee de criteria die leiden tot kwaliteiten van stadsmusea beter zichtbaar worden. We hebben hiertoe interviews en groepsgesprekken gehouden met museum-medewerkers én stakeholders uit de deelnemende steden. Met de toolkit kunnen stadsmusea straks ook de dialoog met de gemeente sturen. Hij wordt in een reeks symposia besproken.’

Meer info

Geïnteresseerd in het project of de symposia (begin 2022)? nawijn.j@buas.nl.



HET WARENHUIS



MUSEUM LAND VAN AXEL

13.11.21

27.02.22



PRINS BERNHARD
CULTUURFONDS

JOHNNY BEERENS



getekend door de Zee

RETROSPECTIEF

2010-2021

MUSEA VRAGEN OM HERSTELPLAN VOOR 2022

Het aantal museumbezoeken is in 2020 als gevolg van corona met 60 procent gedaald, naar 13,2 miljoen. Een jaar eerder was dat nog 33 miljoen. Voor 2021 verwacht de Museumvereniging een nog verdere daling naar 9,7 miljoen bezoeken. De daling van buitenlands bezoek was zelfs 82 procent: van 10 miljoen in 2019 naar 1,8 miljoen in 2020. Dit blijkt uit Museumcijfers 2020, de jaarlijkse branchecijfers van de Museumvereniging.

► Hoofdoorzaken van de dalingen zijn de verplichte sluitingen van musea, de beperkingen van het maximaal aantal mensen in het museum en de krimp van het buitenlands toerisme. De vereniging doet daarom een dringend appèl op het kabinet voor blijvende sectorspecifieke noodsteun. Om de crisis door te komen, zijn tot de zomer van 2022 sowieso extra investeringen nodig.

Sectorspecifieke noodsteun

De eigen inkomsten van musea hebben meer tijd nodig om te herstellen. Er gelden immers nog coronabeperkingen. Verder hebben kleinere musea weinig noodsteun ontvangen en daardoor op hun reserves ingeteerd. Vooral bij grote musea worden buitenlandse toeristen gemist. De Museumvereniging doet een dringend appèl aan het demissionaire kabinet voor sectorspecifieke noodsteun, ook na het derde kwartaal van 2021. In het vierde kwartaal lopen musea naar verwachting 65 miljoen euro aan eigen inkomsten mis, en in de eerste helft van 2022 zal dat onder vergelijkbare omstandigheden niet anders zijn. Met extra steun kunnen musea de periode van vraaguitval overbruggen en kan de kwaliteit van het aanbod overeind blijven, waarmee de spreiding van cultuur over alle regio's gewaarborgd blijft. Hiervoor is een landelijk herstellfonds onmisbaar.

Daarnaast roept de Museumvereniging alle overheden, fondsen, gulle gevers en vrienden van musea op om musea te steunen, zodat musea het publiek veel moois kunnen blijven bieden. Grote en kleine musea, in alle regio's en met onderwerpen voor iedereen. Musea kijken weer vooruit en willen aan de slag met nieuw aanbod, voor zowel trouwe als nieuwe bezoekers. Er zijn nieuwe activiteiten nodig om meer publiek te trekken, zoals tijdelijke tentoonstellingen en speciale evenementen, juist ook voor bezoekers uit Nederland. Bovendien zijn er middelen nodig om de versnelde digitalisering van collecties en activiteiten verder te ontwikkelen. Daarvoor zijn investeringen hard nodig.

Inkomsten, noodsteun en bezuinigingen in 2020

Door de grote daling van het aantal bezoeken halveerden de eigen inkomsten van musea, met 250 miljoen euro. Dit is opgevangen door een combinatie van noodsteun en bezuinigingen. De ontvangen noodsteun bedroeg 149 miljoen euro. Daarvan kwam het grootste deel van het Rijk en slechts 12 miljoen euro van gemeenten, terwijl meer dan de helft van de musea de gemeente als hoofdfinancier heeft. Kleinere musea ontvingen in verhouding weinig steun en hebben vaak ingeteerd op hun reserves. Grotere musea zijn 2020 in de regel goed doorgekomen, mede dankzij de noodsteun.

Tegelijkertijd hebben musea ook bezuinigd. In totaal sneden ze 125 miljoen euro in de kosten, voornamelijk door het aantal tentoonstellingen flink te verminderen, met 29 procent (van 2.256 naar 1.605). Ook daalde

de werkgelegenheid met 6.800 personen naar 35.000 personen. Dit betreft hoofdzakelijk personeel in loondienst (met een afname van 470 fte en 4,4 procent) en vrijwilligers en stagiairs (met een afname van 320 fte, wat neerkomt op 11,5 procent). In 2021 worden verdere ontslagen verwacht bij ongeveer een derde van de musea, bleek dit voorjaar uit een enquête van de Museumvereniging.

Museumkaart: 5 miljoen bezoeken

Museumkaarthouders bleven musea trouw. Het aantal kaarthouders daalde met 60.000, maar zit nog steeds op ruim 1,3 miljoen. De kaarthouders brachten in 2020 5 miljoen bezoeken, ruim de helft van de 9 miljoen in 2019. Doordat de daling van het aantal bezoeken met andersoortige toegangskaarten sterker daalde, groeide het aandeel van de bezoeken met een Museumkaart. ◀



'Fotografische registratie van Melundiptiek' van Jean Fouquet. Bron: Koninklijk Museum voor Schone Kunsten Antwerpen, www.artinlanders.be, foto Dominique Provost

MUSEUMCOLLECTIES: DIGITAAL IN BEWEGING

Slechts een deel van museum- en erfgoedcollecties staat publiekelijk in de schijnwerpers. Het leeuwendeel zit vaak veilig opgeborgen in depots die doorgaans niet toegankelijk zijn voor bezoekers. Bovendien zijn werken soms kwetsbaar en moeilijk te hanteren. Ook ander erfgoed, zoals audiovisueel materiaal, is vaak bedreigd omdat de dragers aftakelen of omdat de afspelapparatuur ontbreekt. Hoe kunnen deze collecties veiliggesteld worden voor de toekomst en tegelijkertijd een breder publiek bereiken? Het is geen gemakkelijk vraagstuk.

► **Digitalisering binnen de museummuren**
Collectiestukken van musea en erfgoedinstellingen kunnen vaak enkel ter plaatse bezichtigd worden. Digitalisering zorgt ervoor dat ze ook buiten de museummuren hoge ogen kunnen gooien. In Vlaanderen gebeurt er al heel wat op dit vlak. Organisaties in cultuur, media en overheid kunnen hiervoor bij meemoo aankloppen. Als Vlaams instituut voor het archief zetten ze zich in om archiefmateriaal van partners digitaal veilig te stellen, duurzaam te bewaren én toegankelijk en bruikbaar te maken. Zo brengen ze samen met hun partners het verleden tot leven en maken ze het klaar voor de toekomst.

Voor museumstukken schakelt meemoo professionele fotografen in die hoogwaardige fotografische reproducties van kunst- en erfgoedobjecten maken. Dit erfgoed wordt breder toegankelijk gemaakt via online platformen voor diverse doelgroepen: van onderzoekers tot het onderwijs. In het bijzonder is artinlanders.be de springplank voor beeldmateriaal van musea en erfgoedinstellingen.

Deze beeldbank zet ruim 21.000 kunstwerken uit Vlaamse collecties in de etalage, klaar om te bekijken en te downloaden voor persoonlijk gebruik of professionele doeleinden (op aanvraag).

Beeld, geluid en meer

Daarnaast legt meemoo zich toe op het digitaliseren, digitaal archiveren en ontsluiten van andere (bedreigde) dragers. De klemtoon ligt op audiovisueel materiaal, maar ook glasplaten en papieren erfgoed, zoals kranten, staan op de radar.

Via een proces dat 'digitale instroom' heet, krijgt ook reeds gedigitaliseerd of digitaal geboren materiaal een plekje in het meemoo-archiefsysteem. Vandaag herbergt dit archiefsysteem 6 miljoen objecten, goed voor ongeveer 19 petabyte. Voor musea gaat het om ruim 400 terabyte aan data, voornamelijk afbeeldingen en audiovisueel materiaal.

Een deel van dit materiaal wordt publiek ontsloten op kanalen van partners en de eigen

platformen. Zo kunnen geïnteresseerden op hetarchief.be grasduinen door de metadata van ruim een miljoen beeld- en geluidsfragmenten.

Over het muurtje

Digitaal archiveren is een werkwoord: het is een praktijk die in beweging is en vaak een specialistische expertise vereist. Daarom gaat meemoo op zoek naar antwoorden om te delen met de cultureelerfgoedsector. Niet alleen in Vlaanderen, maar over de grenzen heen.

Ook met de noorderburen slaan ze geregeld de handen ineen. Zo wordt er expertise uitgewisseld met het Nederlands Instituut voor Beeld & Geluid, en is de vertaling van <http://rightstatements.org/> het resultaat van een samenwerking met Nederlandse collega's Maarten Zeinstra en Maarten Brinkerink. Samen met DEN en Netwerk Digitaal Erfgoed (NDE) bouwde meemoo het Scoremodel Digitale Duurzaamheid.

Zelf aan de slag? Op projectcast.be vind je heel wat documentatie over de omgang met digitaal erfgoed. Voor tips over archiefzorg in de kunstensector kan je terecht op projecttracks.be. Meer info over meemoo vind je op www.meemoo.be. ◀

Tot nu toe gingen ruim 160 organisaties in cultuur, media en overheid in zee met meemoo. Tot deze contentpartners behoren niet alleen 35 erkende musea maar ook omroepen, erfgoedbibliotheken, archieven, podiumkunstenorganisaties, gesubsidieerde cultureelerfgoedinstellingen en archiefdiensten van overheidsinstellingen, steden en gemeenten. De omvang van deze samenwerking brengt heel wat schaalvoordelen met zich mee. Meemoo kan deze dienstverlening aanbieden dankzij de steun van de Vlaamse overheid.

Handige links

www.meemoo.be
www.artinlanders.be
www.hetarchief.be
www.projecttracks.be
www.projectcast.be
www.scoremodel.org



**Uw kunst hangt,
met de informatie
die staat.**

Presenteer uw collectie op
een interactieve manier.

Professionele kwaliteit in
alle beeldmaten.

Maatwerk of advies, bekijk
onze site of bel 046 2021102.

DIGITALE-INFOZUIL.NL



klinkaart

museum- en collectiemanagement

- museale bedrijfsvoering
- businessplannen
- begrotingen
- verzelfstandiging
- omvormen van *non-profit* naar *not-for-profit* organisatie
- exploitatieverantwoordingen
- projectmanagement
- vervangend management
- fondsenwerving

www.klinkaart.nl
aajscheffers@klinkaart.nl

+31 (0)6 41 26 66 91

Tensabarrier® professionele afscheidingspalen van

METHON
WWW.METHON.NL

Tel.: +31 (0)252 531230 E-mail: info@methon.nl

colofon

Museumpeil nummer 58 - najaar 2021
Museumpeil verschijnt met steun van de Museumvereniging
en het Vlaams Museumoverleg.

Redactie: Hilde van den Berg, Koeki Claessens, Tonia Dhaese, Annette Gaalman, Inge Geysen, Frédéric Jonckheere,
Evelien Masselink, Alexandra van Steen, Mirjam Verloop

Hoofredactie: Franklin van der Pols - **Eindredactie/beeldredactie:** Patrick De Rynck

Redactieadres: Museumpeil, Silodam 138, 1013AS Amsterdam, www.museumpeil.eu, redactie@museumpeil.eu

Abonnementen: Een jaarabonnement kost € 24,50 - Opgave via de website: www.museumpeil.eu - Abonnementen lopen per
kalenderjaar. Opzegging uitsluitend schriftelijk voor 1 december van het lopende kalenderjaar. De abonnementenadministratie
wordt verzorgd door SP-Abonneeservice, T: 02 588 87 45 (Vlaanderen) - T: 088-1102044 (Nederland)

Prijs voor losse nummers: € 14,50 - **Uitgever:** Stichting Museumpeil - **Advertenties:** Clientmatch, www.clientmatch.org,
T: +32(0)3-2935489, GSM: +32(0)495-697821

Vormgeving en druk: Antilope De Bie Printing, Duffel. ISSN1381-1088

Museumpeil

**museum
vereniging**

**Vlaams
Museumoverleg**

© Museumpeil

Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Niet altijd kunnen auteursrechtbehoudende op gebruikte afbeeldingen worden achterhaald. Indien u meent rechthebbende te zijn dan kunt u contact opnemen met het redactiesecretariaat. De redactie aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die direct of indirect het gevolg is van handelingen of beslissingen die gebaseerd zijn op informatie uit dit blad.

Tabloo

Opdrachtgever
NIRAS

Locatie
Dessel, België



NIRAS Jente Boone

Tabloo

Tabloo is een bezoekers- en ontmoetingscentrum over radioactiviteit en radioactief afval in Dessel, België. Het centrum neemt je mee op ontdekkingstocht door een onzichtbare wereld. Radioactiviteit gebruiken we in tal van toepassingen en is overal. In Tabloo wordt het onzichtbare, zichtbaar. In de tentoonstelling leren bezoekers wat dit allemaal nu eigenlijk is, waarvoor het gebruikt wordt en wat er gebeurt met het radioactief afval dat ontstaat. De bezoekers krijgen een unieke inkijk in de wereld van de bijzondere materie, het beheer ervan en het onderzoek naar nucleaire toepassingen.

Bruns fungeerde in het project als hoofdaannemer van de realisatie van de tentoonstelling en heeft het ontwerp van Bailleul Ontwerpbureau in nauwe samenwerking met CREATE.eu, Ata Tech en werkgroepen van Tabloo bestaande uit de lokale bevolking tot realisatie gebracht. De grootste uitdaging was de complexiteit van participatie. Bruns is de uitdaging aangegaan door goed in gesprek te blijven met elkaar om zo alle informatie van de tentoonstelling helder te krijgen. De intensieve samenwerking met alle betrokken partijen en de werkgroepen van Tabloo, heeft geresulteerd in een tentoonstelling waarin trots, betrokkenheid en kwaliteit het eindresultaat kenmerkt.

BRUNS

Lees het hele verhaal van Tabloo en ontdek ook andere projecten op www.bruns.nl.

Bruns B.V. • Rijksmonument De Ploeg • Riethovensedijk 20 • 5571 CR Bergeijk • Nederland • T +31 (0)497 57 70 27 • E info@bruns.nl • I www.bruns.nl

Rijksmuseum de Gevangenpoort

Opdrachtgever

Rijksmuseum de Gevangenpoort

Locatie

Den Haag, Nederland



Rijksmuseum de Gevangenpoort

Rijksmuseum de Gevangenpoort vertelt het verhaal van misdaad en straf van de 15e tot de 19e eeuw. De bezoekers worden uitgedaagd na te denken over de relatie tussen misdaad, berechting en straf. Volwassenen en kinderen ontdekken de eeuwenoude gevangenis van binnen. Ze maken kennis met de cipier, de beul en de rechter. Zelfs komen ze oog in oog te staan met een guillotine.

Bruns heeft passend voor de guillotine een geklimatiseerde buitenvitrine gerealiseerd. De vitrine is uitgevoerd in extra helder gelaagd glas. Tevens is de folie van het glas UV werend. Middels schuifdeuren heeft de vitrine een goede toegankelijkheid voor het personeel van Rijksmuseum de Gevangenpoort. De guillotine wordt aangelicht door LED spots op rail, zodat het collectiestuk in het donker ook goed zichtbaar is. De bodem van de vitrine is voorzien van een verwarmingselement, ventilatiesysteem en luchtvochtigheidsgraad controller.

Kortom een buitenvitrine waarin het collectiestuk, de guillotine, wordt tentoongesteld in optimaal behoud.

Lees het hele verhaal van Rijksmuseum de Gevangenpoort en ontdek ook andere projecten op www.bruns.nl.

Bruns B.V. • Rijksmonument De Ploeg • Riethovensedijk 20 • 5571 CR Bergeijk • Nederland • T +31 (0)497 57 70 27 • E info@bruns.nl • I www.bruns.nl

BRUNS