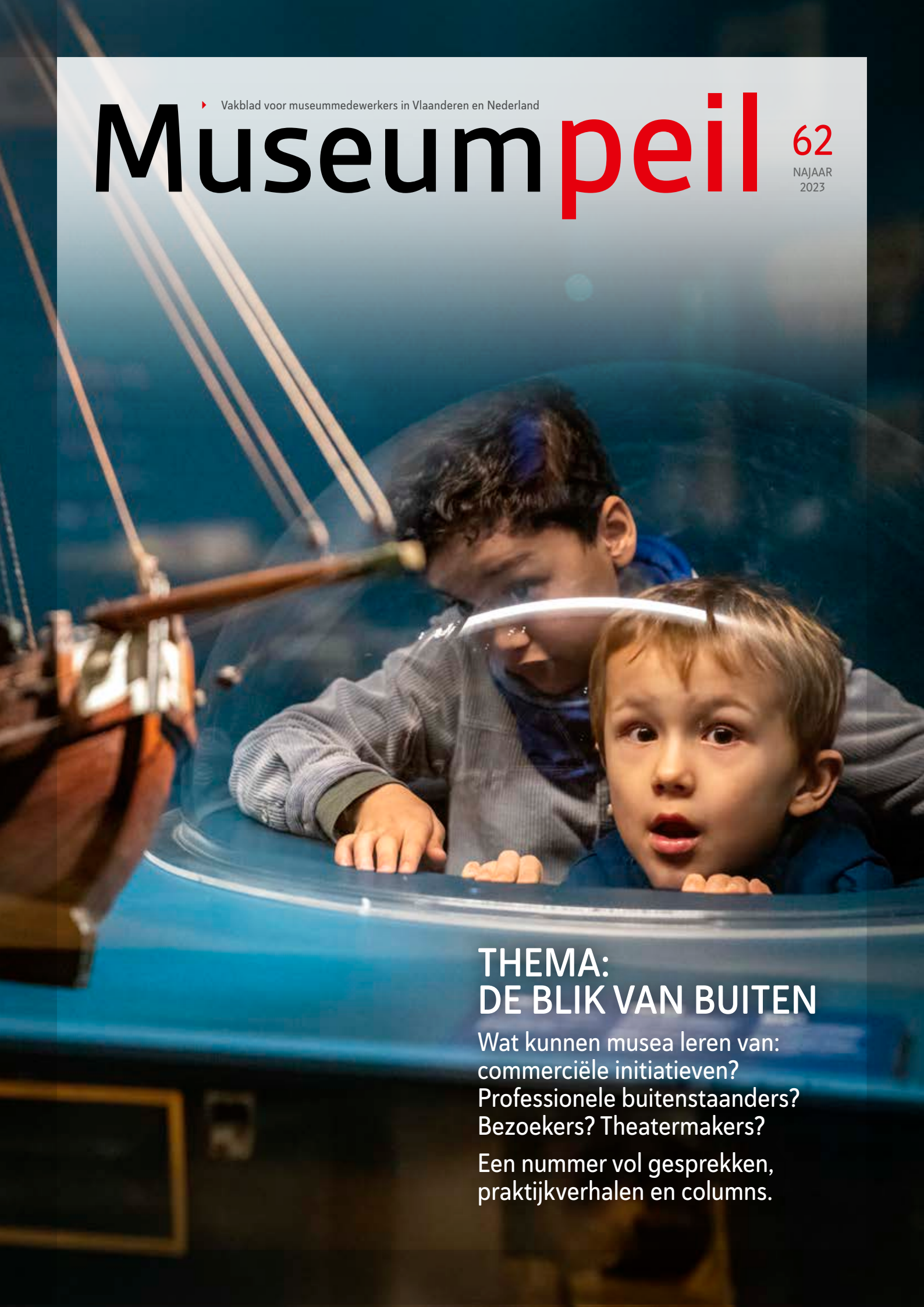


A photograph of two young children, a boy and a girl, looking through a telescope mounted on a ship. The boy is in the foreground, looking intently through the eyepiece. The girl is behind him, also looking. The ship's rigging and ropes are visible in the background, creating a sense of being on a vessel.

Museumpeil

► Vakblad voor museummedewerkers in Vlaanderen en Nederland

62

NAJAAR
2023

THEMA: DE BLIK VAN BUITEN

Wat kunnen musea leren van:
commerciële initiatieven?
Professionele buitenstaanders?
Bezoekers? Theatermakers?

Een nummer vol gesprekken,
praktijkverhalen en columns.

50
LUX

De standaard in
museale belichting

Lichtontwerp
en advies

www.50lux.nl • info@50lux.nl

Goede verhalen,
goed verteld...

verwonderen!



produceert beeldende audio &
verwonderende communicatie

Van audiotour tot tentoonstelling.
OORKAMERS laat uw verhaal leven.

Door goed naar uw verhaal te luisteren.
Met altijd uw unieke publiek voor ogen.

Wat is uw verhaal?

Hoor het graag. *I'm listening...* OORKAMERS.nl | +31624751437

Hulp nodig bij ontzamelen en herbestemmen?



MUSEUM
DEPOT
SHOP

heritage at home

Museum specialisten

Een mooi nieuw avontuur: **HAVENWERELD**, de ambitieuze experience van Port of Antwerp-Bruges.
De locatie is de historische droogdokkensite, op korte afstand van het centrum van Antwerpen.
In een te renoveren scheepsschroefwerkplaats en een nieuw gebouw, ontwerp door Atelier Kempe-Thill.
HAVENWERELD gaat een ca 2.000 m² interactieve ruimtelijke beleving worden met jongeren als hoofddoelgroep.
De uitgebreide creatieve competitie wonnen we definitief in het voorjaar. Geplande oplevering voorjaar 2026.
Een samenwerking met Heijmerink Wagemakers, IJsfontein, Podium en Mansveld.
Ruimtelijk en grafisch ontwerp van **MOXIE design**.



BRANDWACHT ENMEIJER.NL

☒ Decors ☒ Interieurs ☒ Tentoonstellingen



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

WIL JE OOK MEER BEZOEKERS
IN JOUW MUSEUM?



**MUSEA
MARKETING**

ONLINE MARKETING VOOR LEISURE & CULTUUR

- Google Grants • Google Ads • SEO
- Social media • 360° Virtuele Tours

www.museummarketing.nl

INHOUD

GESPREKKEN

► **6** Hoofdredacteur Franklin van der Pols neemt afscheid van zijn blad. Met een prikkelend stuk: een museuminsider kijkt met de blik van de outsider.

Franklin van der Pols

► **14** Tinker is al jaren een begrip in de museum- en andere werelden. Wat is de filosofie? Hoe pakken ze het daar aan? Wat zegt hun rijke ervaring?

Alexandra van Steen

► **18** Een inspirerend project, inspielen op de maatschappij, ruimte voor gevoeligheden...: de jury van de Erfgoedparel zwaaide met lof voor Streekmuseum Krimpenerwaard en het project met de Molukse gemeenschap. Een dubbelgesprek.

Evelien Masselink

► **24** Steven Engelsman neemt afscheid als voorzitter van Stichting Museumpeil en Tanja de Boer gaat op zijn stoel zitten. Samen hebben ze pakken museumervaring. Die ze graag delen.

Franklin van der Pols

► **29** Fonkelnieuw: het Automuseum in Buren, een project van de voormalige autodealer Henk Visscher. Hoe anders is de werking van dit privémuseum dan die van gesubsidieerde musea?

Alexandra van Steen

► **34** Verbeke Foundation in het Oost-Vlaamse Kemzeke: is het een museum? En waarom (niet)? Museumpeil sprak met oprichter en bezieler Geert Verbeke.

Tonia Dhaese

► **48** De Antwerpse stadsbrouwerij De Koninck vertelt haar verhaal, op de plek waar alles begon. Hoe doe je dat, zo'n bierexperience aan de vrouw en de man brengen?

Tonia Dhaese

► **50** Co van Nieuwenhuijzen, manager Sales & Tours sinds oktober 2021, over Royal Delft Museum, waar de onderdelen naadloos op elkaar inspielen: collectie, plek, workshops, shop en brasserie: 'Alles moet kloppen'.

Hilde van den Berg

► **54** Historium vertelt het verhaal van Brugges Gouden Eeuw. Zonder objecten. Pal op de markt. In een stad met spraakmakende musea. Waar interviewer en redacteur Björn Hinderyckx voor werkt.

Björn Hinderyckx

PRAKTIJKVERHALEN

► **10** Welke raad hebben mensen met een licht verstandelijke beperking voor musea om hen beter bij hun werking te betrekken? Jacques de Wit van Stichting Leer Zelf Online vat samen.

Evelien Masselink

► **23** Het unieke van musea? Objecten, natuurlijk! Maar meer en meer ook: kennis. En kennis delen. Wouter Beek geeft advies.

Annette Gaalman

► **38** Nederlands leren in het museum, als tweede taal of voor wie achterstand heeft? In een boeiend project deed Erfgoedhuis Zuid-Holland daar erg positieve ervaringen mee op.

Janneke van Es

► **42** *Iemand thuis?* is een verrassende tentoonstelling in het Antwerpse MAS over wat het rijke woord 'thuis' betekende en betekent. Het maken ervan was een bijzondere samenwerking.

Tonia Dhaese

SPREAD

► **32** De nieuwe Brugse 'Erfgoedfabriek' ging recent open, een state of the art-pand.

JONG TALENT

► **41** Floor van Heuvel werd na haar studies meteen junior conservator in het Drents Museum. Hoe ging dat? En wat zijn haar plannen?

Hilde van den Berg

PODCASTS

► **21** Ook musea doen mee met de podcast-hype. Enkele recente producten.

Hilde van den Berg

COLUMNS

► **9** Siebe Weide schreef een gastcolumn over maatschappelijk weten en meten. En over waarden.

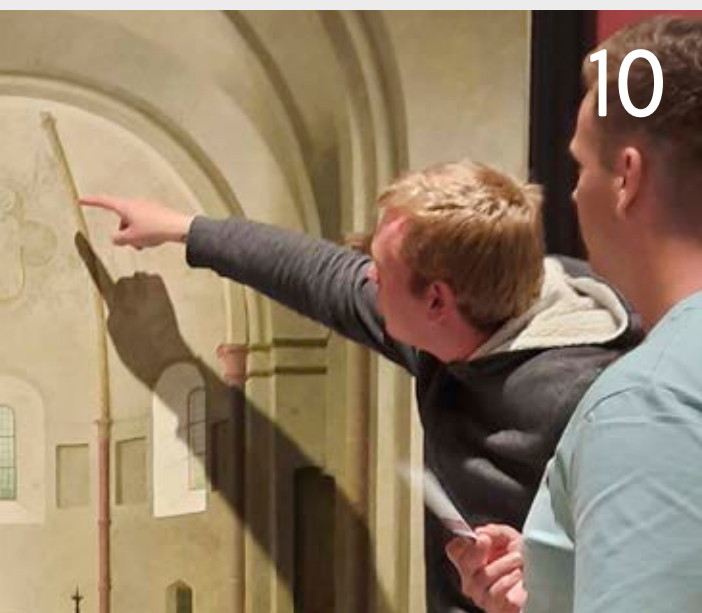
► **61** De Vlaamse museumsector kreeg goed nieuws: de Vlaamse subsidies gaan de hoogte in!

Patrick Allegaert



Op de cover

Zie p. 42
Foto: Jeroen Broeckx



10



24



42



50

BERICHT AAN ONZE LEZERS

► Het waren belangrijke maanden voor *Museumpeil* en voor de Stichting die dit blad uitgeeft. Eerst en vooral: we nemen afscheid van hoofdredacteur Franklin van der Pols. Kort en goed: Franklin heeft dit blad gered, samen met het bestuur en de redactie, en jarenlang op de sporen gehouden. Hij schreef ook tal van artikelen die stuk na stuk getuigen van een grote kennis en een diep inzicht in de Nederlands-Vlaamse museumwereld. We zien het als onze taak om zijn werk voort te zetten. Dat zal gebeuren onder leiding van de nieuwe hoofdredacteur, Marcel Barnard.

Tegelijk trad een nieuw bestuur aan. Steven Engelsman, Gerard Daalhuisen en Leon Smets namen afscheid als voorzitter, bladmanager en secretaris. Mede dankzij hen is *Museumpeil* wat het vandaag geworden is: een veelgelezen en gerespecteerd blad voor museummedewerkers in Nederland en Vlaanderen. Tanja de Boer is de nieuwe voorzitter van het bestuur, Lex Dekkers de nieuwe bladmanager en Jan Robert de nieuwe secretaris. Ada Vermeer-Janse blijft penningmeester en Carmen Willems en Peter Wouters blijven bestuursleden.



‘VOOR MUSEA IS BETROUWBAARHEID DE KERN’

Hoe houd je jezelf en je museum scherp? Hoe voorkom je bedrijfsblindheid? Door de blik van buiten in je museumbeleid te integreren. Franklin van der Pols helpt musea met een open blik naar de samenleving te blijven kijken en naar zichzelf. Een gesprek over blinde vlekken en *mystery guests*, maar ook over het richten van de blik van de bezoekers.

Franklin van der Pols

► *Je werkt al twintig jaar voor en met musea, toch beschreef iemand je laatst als een museuminsider met de blik van een outsider. Hoe kan dat?*

Franklin van der Pols: ‘Ken je de parabel van de vis en het water? Er zwemmen twee jonge vis-sen in een kom die een oudere vis tegenkomen. De oudere vis knikt naar hen en zegt: “Goede-morgen, hoe is het water?” De twee jonge vis-sen zwemmen nog een tijdje verder en uitein-delijk kijkt de een naar de ander en vraagt: “Wat is water?” Wat deze parabel niet verklaart, is hoe die oudere vis weet wat water is. De reden is dat hij op een of andere manier een keer buiten de vissenskom terecht kwam en er weer in werd teruggeplaatst. De boodschap: dat wat het meest voor de hand liggend is, is het moeil-jkst waar te nemen.’

‘Musea zijn mijn grote liefde, maar daarvóór heb ik lang in de wetenschapscommunicatie gewerkt en ook als interimmanager. Die achtergrond kleurt je blik: je leert organisaties als



Afscheidnemend hoofdredacteur van *Museumpeil* Franklin van der Pols in het Red Star Line Museum in Antwerpen.

verschijnsel te bekijken. Vakkennis combineren met een open blik is dé uitdaging voor musea en voor de mensen die er werken. Gek genoeg is daarvoor allereerst een heldere organisatiecultuur nodig: wat zijn de waarden van ons museum, hoe gaan we met elkaar om? Dat voorkomt veel onnodig gedoe en geruzie. Een heldere cultuur zorgt voor rust en een open

‘Vakkennis combineren met een open blik is dé uitdaging voor musea en voor de mensen die er werken.’

blik. Als je weet wie je bent, kun je nieuwsgierig zijn naar de blik van de ander. Ook de omvang van een museum is van belang. Hoe groter de organisatie, hoe meer de blik naar binnen gericht lijkt te zijn. Maar groot of klein, het is altijd van belang om de blik van buiten te koesteren. Bedrijven gaan failliet als ze niet goed op hun omgeving reageren. Voor musea geldt dat veel

minder. Je moet dus voor andere prikkels zorgen om kritisch naar jezelf te kijken.’

Mysterieuze gasten

Kun je wat voorbeelden noemen?

‘Organiseer structureel de blik van buiten door *mystery guests* in te zetten. Er zijn bedrijfjes die dit voor je kunnen doen. Met het Legermuseum waren we een van de eerste musea in Nederland die dat invoerden. De resultaten werden in het managementteam besproken. In eerste instantie wilde de directeur dit niet, maar als je de blik van buiten belangrijk vindt, dan moet je dat als directie ook tonen door je handelen: “Walk the talk”. Toch kom ik nog te vaak in musea waar de directie nooit achter de kassa of infobalie staat. Dat is jammer, want door dit wel te doen kun je veel leren over je bezoekers én toon je aan het frontoffice dat je hun werk waardeert. Ook voor musea geldt: de ontvangst bepaalt grotendeels het eendoordeel van je bezoekers.’

*Hoe vonden medewerkers het om door *mystery guests* te worden beoordeeld?*

‘Totaal onverwacht vonden ze het fantastisch. Niemand wist ooit wanneer de *mystery guests* waren geweest, totdat het rapport kwam. Ze waren enorm trots op de vaak goede beoordelingen. Hoewel ik ze ook vaak complimentjes gaf, vertelden ze me dat deze bezoekersoordelen hen meer deden, omdat het hele museum die kon zien.’

Wat kun je nog meer doen om de blik van buiten te integreren in je beleid?

‘Eigenlijk is het heel eenvoudig: plan momenten waarin je je routines doorbreekt. Het gaat vaak om simpele zaken, zoals eens per jaar samen je museum opruimen. Bijna elk museum kampt met ruimtegebrek, overal stapelen de dozen en andere zaken zich op. Vaak valt het je niet meer op, totdat een ander je erop attent maakt. Een ander simpel voorbeeld: als je een nieuwe medewerker aanneemt, plan dan na twee weken een informeel gesprekje. Wat valt hem of haar op? Ik weet nog dat ik bij mijn eerste bezoek aan het Legermuseum de routing onhandig vond. Toen ik er eenmaal werkte was ik het snel vergeten, tot ik als hoofd Publiek en Presentatie mijn maandelijkse middag op zaal had en meerdere bezoekers me de weg vroegen.’

‘Plan momenten waarin je je routines doorbreekt. Het gaat vaak om simpele zaken, zoals eens per jaar samen je museum opruimen.’

Onuitwisbaar

Voor jou is de blik van buiten dus de blik van de bezoeker?

‘Ja en nee. Het kan ook de blik van de leverancier of van een bruikleenvrager zijn. Het is de kunst je te kunnen verplaatsen, om door de ogen van stakeholders én shareholders naar je museum te kunnen kijken. Maar voor mij staat de bezoeker centraal. De meeste bezoekers komen naar een museum met weinig kennis, maar men is wel nieuwsgierig. Zij hebben al die open blik. Maar nu is de vraag: hoe richt je die blik?’

‘Het mooiste wat ik ooit heb meegemaakt was in een klein museum over de Wendat Indianen in Canada. Je begon je bezoek in een filmzaaltje met een introductiefilm en het laatste beeld van de film was het gereconstrueerde indianenkamp. Daarna ging het filmdoek omhoog en was er achter het scherm een grote opening waardoor je dit kamp zag liggen. Je kon door de opening terug in de tijd stappen. In Woody Allen’s *The Purple Rose of Cairo* stapt de hoofdrolspeler uit de film de zaal in. Nu kon je als bezoeker het tegenovergestelde doen, je stapte door het beeld de geschiedenis in. De historicus Johan Huizinga noemde dat “historische sensatie”, het gevoel direct contact te hebben met het verleden.

Je moet de blik van de bezoeker dus richten?

Ik bezoek veel musea, maar vaak kan ik me na afloop niets herinneren dat me echt aansprak. Mijn blik is overal overheen gegaan, maar nergens echt blijven plakken. Vaak vraag ik aan musea: wat is jullie *Mona Lisa* of *Nachtwacht*, dat wat je echt gezien moet hebben?’

‘Sommige musea hebben geen *Nachtwacht* nodig. Ik denk dan aan het Antwerpse Red Star Line Museum, dat gaat over emigratie. Daar is wat ze willen vertellen en hoe ze dat doen perfect georganiseerd. Bij de ingang van de opstelling staat een grote foto van een familie met koffers op weg naar Amerika. Gelukkig stond er een gids, anders waren we er voorbijgelopen. De gids vroeg: “Wat zie je?” Ja, mensen en koffers. “Kijk nog eens goed,” zei de gids. En toen zagen wij het: de foto was honderd jaar geleden op dezelfde plaats genomen als waar wij nu stonden. En dat gold ook voor de rest van het



Franklin van der Pols, aan wie dit blad en de Stichting Museumpeil veel verschuldigd zijn. Foto: Claudia Dohm

‘Weet je waar je je introductiefilm moet plaatsen? Op driekwart van de expositie.’

museum. De routing volgde exact de route die de landverhuizers moesten volgen, van de gesprekken met de artsen tot het verplichte douchen. Door de vragen van deze gids wisten we ineens wat we zagen, was onze blik en ook onze belangstelling gericht. Resultaat: een onuitwisbaar bezoek.’

Het juiste midden

Is dit niet contrair aan de wens van velen om zelf hun weg te mogen zoeken, om te kunnen dwalen? Moeten we niet meerdere verhalen op meerdere niveaus vertellen?

‘Mag ik het voorbeeld geven van het Amsterdam Museum? Tien jaar geleden maakten ze

“het DNA van Amsterdam”, een kleine tentoonstelling over dat wat Amsterdam en zijn inwoners kenmerkt. De geschiedenis in 45 minuten. In eerste instantie bedoeld voor toeristen, maar al snel bleek dat Amsterdammers het ook prachtig vonden. Niemand verplichtte je de expo te zien, maar het zette de rest van het museum wel in een kader.’

Maar dat richten van de blik kan toch ook met een introductiefilm of met een rondleiding?

‘Die zijn in mijn visie ter ondersteuning of verdieping, behalve als je het doet zoals in Canada. Weet je waar je je introductiefilm moet plaatsen? Op driekwart van de expositie, de

‘Je kunt alleen constructief van mening verschillen als je weet wat je gemeenschappelijk hebt. Juist musea kunnen hier een belangrijke rol vervullen.’

bezoekers hebben dan al veel gezien en zijn een beetje moe, dan willen ze wel verdieping. Plaats je de film aan het begin, dan loopt tachtig procent door.’

Is het museum er alleen voor kennisoverdracht of heeft het ook een maatschappelijke taak? Moeten musea niet vaker een standpunt innemen?

‘Voor mij is betrouwbaarheid de kern. Bezoekers moeten erop kunnen vertrouwen dat je de beste kennis van dat moment geeft. Mijn achtergrond ligt in de wetenschapscommunicatie, dus ik weet dat er altijd verschillende visies zijn. Het Gallo-Romeins Museum in Tongeren heeft dat goed opgelost. Ze vertellen een helder afgewogen verhaal, maar hier en daar in de basisexpo staan beeldschermen waar wetenschappers hun alternatieve visie op de geschiedenis geven. Je maatschappelijke rol pak je niet door een mening te verkondigen, maar door onderwerpen zo te behandelen dat je bezoekers zich een mening kunnen vormen.’

Het komt me voor dat je een voorkeur voor het midden hebt. Is het midden niet veilig en kleurloos?

‘Ik kan iedereen het boek *Polarisatie. Inzicht in de dynamiek van het wij-zij denken* van Bart Brandsma aanraden. Hij laat zien hoe radicalisering, het probleem van onze tijd, ontstaat. Hoe extremen elkaar oproepen en voeden. Je kunt alleen constructief van mening verschillen als je weet wat je gemeenschappelijk hebt. Juist musea kunnen hier een belangrijke rol vervullen. Het juiste midden kiezen is nu de moeilijkste en meest uitdagende maatschappelijke taak voor musea.’ ◀

Franklin van der Pols is cultuurhistoricus en adviseur strategie en ontwikkeling voor musea. Hij stond aan de wieg van het Nationaal Militair Museum in Soesterberg en van Museum Liberation Garden in Leopoldsborg. Daarvoor werkte hij in de publieksvoorlichting voor universiteiten en de overheid. Hij was medeoprichter en directeur van de Nationale Wetenschapsweek. De interviews in dit nummer zijn na acht jaar zijn laatste bijdragen als hoofdredacteur van Museumpeil.



Siebe Weide
is zelfstandig adviseur
in de cultuursector.

DE METING VAN DE MAATSCHAPPIJ

► **Ongekende tijden vragen om ongekende acties. Op dit moment is er veel ongekenks. Wereldwijde crises beuken tegen de landsgrenzen en klotsen tegen de dijken. Daarbinnen is alles te veel: PFAS, CO₂, stikstof, vluchtelingen, armoede, drugcriminel... Of te weinig: sociale woningen, zorg voor ouderen en jongeren, culturele- en biodiversiteit. Geen tijd voor halve maatregelen. Het is alle hens aan dek voor iedereen, ook voor musea.**

De vorige keer dat we even niet wisten wat ons overkwam, was de kredietcrisis van 2008. Die kwam vrij onverwacht, na een tijd van schier oneindige welvaartsgroei, waarin heel het land werd verbouwd, bijna elke stad wel een nieuw museum kreeg en het ondernemerschap hoogtij vierde, ook in de cultuursector. Opeens dreigde alles in elkaar te zakken. Wankelende banken werden halsoverkop genationaliseerd. Een grote sanering van de overheidsfinanciën volgde in 2012. Bezuinigingen alom. In het oog van die storm vroegen de musea zich af: hoe moeten we hiermee omgaan?

Het antwoord was: we moeten onze maatschappelijke waarden oppoetsen. De Museumvereniging muntte de vijf maatschappelijke waarden - kent u ze nog? - en ieder museum kon zich ermee wapenen in de strijd om lokale steun voor het eigen museum. Maar nog voor de inkt van de brochures droog was trok de economie weer aan en begon een groei van bezoekerscijfers die alle records brak. Musea waren snel weer back in business. Maatschappelijke waarden deden ze erbij, en best goed ook nog, maar de volle zalen en lange rijen voor de kassa domineerden het beeld. Zelfs blockbusters werden met een speciaal fonds gesubsidieerd.

Terug naar het Nederland van vandaag. Nu in Den Haag een geheel nieuwe politieke generatie aantreedt, die collectief afscheid neemt van het neoliberale tijdperk, zijn de maatschappelijke waarden weer *hot and happening*.

Iedereen lijkt een nieuw sociaal contract te willen tekenen met iedereen. Niet de markt, maar het plein is de plek waar nieuwe oplossingen voor nieuwe problemen worden gezocht. En nieuwe plekken zijn nodig, waar men elkaar niet als klant maar als mens kan ontmoeten. Waar boer en burger zij aan zij staan. Gouden tijden voor musea?

Of zal, zoals na de kredietcrisis de wolk van maatschappelijke waarden snel werd weggeblazen door de economische wind die opstak, of recent, na de onwerkelijke pandemie het zaak was zo snel mogelijk de loop er weer in te krijgen, zo ook straks, na de verkiezingen het voor musea toch weer gewoon zaak zijn zoveel mogelijk publiek te trekken en omzet te draaien? Ik vrees van wel.

Want ook voordat de inkt van de partijprogramma's droog is, zal het in de schier onmogelijke formatie van een nieuw kabinet compromissen regenen. Wat dan resteert voor cultuur is iets meer regio, wat vaker gratis toegang en wat meer volkscultuur. Alles fair pay en inclusief. Maar meer geld? Ga er maar niet van uit. Dat word je geacht zelf aan de kassa te verdienen. Uiteindelijk vindt daar de maatschappelijke meting plaats waar elke politicus gevoelig voor is. ◀

NAAR MEER TOEGANKELIJKE MUSEA

Jacques de Wit, Stichting Leer Zelf Online

‘Waarom kunnen we niet allebei met 50% korting naar binnen, in plaats van dat mijn begeleider gratis naar binnen mag? Dat voelt een stuk plezieriger.’ Dat was recent een opmerking van een ervaringsdeskundige in een sessie over sociale toegankelijkheid van musea. Ze vertelde over de stappen die musea kunnen zetten om het voor haar prettiger en begrijpelijker te maken. Want ze vindt het heel fijn om mooie dingen te zien en erover te leren. Wat kunnen musea leren van dit soort reflecties? Een gesprek met Jacques de Wit van Stichting Leer Zelf Online.

Annette Gaalman

► In de sessie van dit voorjaar over sociale toegankelijkheid stond de toegankelijkheid van erfgoedorganisaties voor mensen met een lichte verstandelijke beperking centraal. Volgens het Sociaal en Cultureel Planbureau hebben we het over ongeveer 1,1 miljoen mensen in Nederland, van wie er ca. 125.000 vanuit een zorgorganisatie hulp ontvangen. In deze groep - 6,4% van de Nederlandse bevolking - zijn heel wat mensen geïnteresseerd in musea, maar de drempel is voor hen vaak hoog. Onnodig hoog. Met kleine aanpassingen kunnen musea veel toegankelijker worden. Gelukkig zijn er ook heel wat voorbeelden van musea die ook een warm welkom willen bieden aan deze groep. Zij kunnen daarbij ondersteund worden door de stichting Leer Zelf Online.

Te ingewikkeld

De Stichting Leer Zelf Online spant zich in om de toegankelijkheid van de samenleving voor kwetsbare groepen te vergroten. Onlangs was ze in het nieuws met de ‘retoursticker van Steffie’, met daarop de vermelding: ‘Retour

afzender. Deze brief is te ingewikkeld voor mij. Stuur een versie in makkelijke taal.’ Een doeltreffende actie, die instanties en bedrijven wijst op hun onbegrijpelijke taal. De naam ‘Steffie’ verwijst naar de website Steffie.nl van Leer Zelf Online, waarin in animaties door ‘Steffie’ in eenvoudige heldere taal wordt uitgelegd wat online bankieren is, hoe je energie kunt besparen en ook wat een museum precies is. Meer dan zestig onderwerpen worden uitgelegd.

Leer Zelf Online richt zich niet alleen op de kwetsbare mensen zelf. De stichting biedt ook advies aan organisaties om beter toegankelijk te worden. Directeur is Jacques de Wit. Zijn missie is om de vele drempels weg te nemen die onze samenleving zo ontoegankelijk maken. Waarom worden zulke grote groepen mensen zomaar uitgesloten? Waarom zijn bijvoorbeeld brieven van de overheid vaak zo ingewikkeld, waarom wordt daar niet beter op gelet?

Te moeilijk, te druk, te veel

In ons gesprek hebben we het over musea. Want de blik van Jacques en zijn collega's, en zeker ook van de ervaringsdeskundigen zelf, kan enorm helpen om te gaan zien wat beter kan. Vaak hebben musea niet eens in de gaten dat mensen die wat minder zelfredzaam zijn zich in het museum niet erg op hun plek voelen.

Wat schort er dan precies?

‘Dat verschilt natuurlijk per museum. Maar wat je veel ziet: te moeilijke teksten, te drukke presentaties, te veel dingen die tegelijk om aandacht vragen. Vaak begint het al met de website. Die wil je natuurlijk eerst bekijken als je naar een museum gaat. Maar op veel websites is de praktische informatie ver weggestopt en ook nog eens moeilijk te begrijpen. Dat is niet echt een uitnodiging om naar het museum te komen. In Duitsland doen ze dat veel beter. Daar is het verplicht om op je website een

Websites van musea in Duitsland

Veel Duitse musea bieden op hun websites informatie in eenvoudige taal. Zoek je op ‘leichte Sprache’, dan vind je stevast een pagina waar wordt verteld waar het museum over gaat en hoe je de website kan gebruiken. Het taalgebruik is eenvoudig en helder, en ook de pagina is heel rustig vormgegeven, met grote letters en een duidelijk contrast met de achtergrond. Voorbeelden zijn het Deutsches Museum in München, de Staatliche Museen in Berlijn en Museum Folkwang in Essen.

Daarnaast bieden musea in Duitsland vaak rondleidingen of audiotours in eenvoudige taal. Zo heeft het Germanisches National Museum een ‘Kennelerntour “Das GNM in einer Stunde - Leichte Sprache”’.

Overigens hebben we ook in Nederland - net als in heel Europa - wetgeving hiervoor: het Besluit digitale toegankelijkheid overheid. Die wet geldt niet alleen voor overheden, maar ook voor publiekrechtelijke instellingen die voor het grootste deel door de overheid gefinancierd worden.

‘Juist musea zouden het hoog in hun vaandel moeten hebben om erfgoed en kunst ook voor mensen die niet hoog opgeleid zijn toegankelijk te maken.’



Foto door Steffie.nl

‘De musea die hier enthousiast aan deelnamen, waren vaak musea waar bijvoorbeeld een medewerker een familielid heeft met een lichte verstandelijke beperking.’

pagina te hebben met praktische informatie in makkelijke taal.’

‘En het is zo spijtig dat het in Nederland zo weinig gebeurt! Een hele grote groep mensen blijft daardoor buiten je bereik. Terwijl de samenleving al zoveel drempels heeft voor hen. Juist musea zouden het hoog in hun vaandel moeten hebben om erfgoed en kunst ook voor mensen die niet hoog opgeleid zijn toegankelijk te maken. En je zou toch zeggen: we hebben de Code Diversiteit en Inclusie. Er is nog een hele weg te gaan!’

Ervaringsdeskundigen in huis

Om die reden maakte Leer Zelf Online een filmpje over wat een museum precies is en wat je er kan verwachten. Om de drempelvrees een beetje weg te nemen. En vervolgens startte een nog mooier initiatief: de stichting vroeg een aantal ervaringsdeskundigen of zij musea zouden willen onderzoeken. Dat is inmiddels in volle gang: 45 ervaringsdeskundigen hebben 15 musea bezocht en verteld wat ze ervan vonden en wat beter zou kunnen. Dat deden ze aan de hand van de handleiding ‘Hoe

onderzoek ik een museum?’ die speciaal voor hun onderzoek gemaakt werd.

‘De musea die hier enthousiast aan deelnamen, waren vaak musea waar bijvoorbeeld een medewerker een familielid heeft met een lichte verstandelijke beperking. Zij zien de wijze waarop uitsluiting plaatsvindt scherper. Er is veel angst voor deze groep. Mensen met fysieke beperkingen, en mensen met dementie: daar hebben veel musea gelukkig inmiddels voorzieningen of speciale programma’s voor. Maar mensen met een lichte verstandelijke beperking, die bovendien vaak niet zichtbaar is, dat vindt men vaak ingewikkelder.’

Heel graag zou Jacques nog veel meer musea laten onderzoeken door ervaringsdeskundigen, want het levert zoveel op. Je krijgt als museum tips over wat te begrijpen was en wat niet en hoe je het interessanter kunt maken. Bijvoorbeeld door duidelijk te maken wat de meest bijzondere dingen zijn die je in dit museum kunt zien. Museum Helmond is zo’n museum dat ervaringsdeskundigen op bezoek had.

Welkom!

Maar wat betekent dit dan voor de behoeftes van andere bezoekers? Bijvoorbeeld voor hen die juist wel ondergedompeld willen worden in een intense beleving en blij worden van veel impulsen tegelijk?

‘Het hoeft elkaar helemaal niet uit te sluiten. Stel: je richt je als museum op familiebezoek, volwassenen met kinderen. Dat betekent dat je de verbinding probeert te maken met het leven van die specifieke groep en daarop aanhaakt. Maar binnen die groep zijn er natuurlijk heel veel verschillen in hoe men nieuwe dingen leert en ervaart. En daar houd je dan toch rekening mee? Je kunt dat doen door verschillende leerervaringen te bieden en bij binnenkomst in je museum goed uit te leggen hoe het museum precies is ingericht.’

Ervaringsdeskundigen op bezoek

Vijftien musea hebben inmiddels ervaringsdeskundigen op bezoek gehad. En een veel grotere groep, meer dan veertig musea, heeft aangegeven dat ze ook graag ervaringsdeskundigen ontvangen. Museum Helmond is een van de musea die ervaringsdeskundigen hebben onderzocht en waar ze hebben aangegeven wat beter kon. Het leuke van dit bezoek was: het museum werd heel goed beoordeeld! Dat was natuurlijk een mooie opsteker, in het bijzonder voor Rosie Lelivelt, coördinator Publieksactiviteiten bij Museum Helmond. Zij heeft zich de afgelopen jaren echt gericht op het realiseren van een brede toegankelijkheid. Daarvoor is het bezoek en de beoordeling van mensen met een beperking heel belangrijk: alleen van hen kun je echt te weten komen waar het nog aan schort. Daarom werkt Rosie met verschillende focusgroepen.

Een van de dingen die het museum heel goed doet is toegankelijke informatie brengen op de website. Zo heeft het een voorbereidingsboekje gemaakt dat je kan downloaden, waardoor je goed geïnformeerd naar het museum kunt komen.



Foto's van Steffie.nl



Foto's in eigen beheer van de Stichting.
Foto door Steffie.nl

‘Stel je mensen op hun gemak door aan te geven hoe groot het museum ongeveer is, of ze een kopje koffie of thee kunnen drinken en waar de wc's zijn?’

Wat zijn dan de dingen waar musea meer oog voor kunnen hebben, als het om het bieden van een fijne en zinvolle ervaring voor kwetsbare mensen gaat?

‘Dat zit hem ten eerste in de bejegening. Het is zo belangrijk dat museummedewerkers uitstralen dat je welkom bent en klaarstaan om je op een prettige manier te helpen. En verder heeft het heel veel te maken met informatie en communicatie. Stel je mensen op hun gemak door aan te geven hoe groot het museum ongeveer is, of ze een kopje koffie of thee kunnen drinken en waar de wc's zijn? Gebruik je makkelijke taal op de tekstborden, in rondleidingen en in audiotours? Vertel je helder wat je echt wil laten zien, wat je zo bijzonder vindt in je museum?’

Ontmoetingsplek

Een bezoek van een groepje ervaringsdeskundigen kun je als museum regelen via de website Naarenmuseum.nl van Leer Zelf Online. Daar vind je ook de musea die

ervaringsdeskundigen op bezoek hebben gehad of die zichzelf hebben aangemeld.

De missie van Jacques en zijn collega's gaat verder. Want een museum kan niet alleen een hele fijne vrijetijdsbesteding zijn voor mensen met een verstandelijke beperking, het is ook een prachtige ontmoetingsplek. Voor mensen met een verstandelijke beperking is het niet altijd makkelijk in contact te komen met nieuwe mensen. Daarom is het fijn om de mogelijkheid te hebben deel te nemen aan veilige, georganiseerde activiteiten. Dat kunnen ontmoetingsavonden zijn of samen een sportwedstrijd bezoeken. En een museum is ook een hele leuke ontmoetingsplek. Je kunt samen dingen bekijken, wat drinken en met elkaar praten over wat er allemaal te zien is. Daarom zou Jacques heel graag zien dat meer musea zich hiervoor openstellen.

‘Met de website en app ABCDate en ABCMaatje maken we mogelijk dat mensen met een lichte verstandelijke beperking samen op pad kunnen gaan en nieuwe mensen kunnen ontmoeten. Met z'n tweeën of met een groepje. Feesten en voetbalwedstrijden is niet wat iedereen leuk vindt. Juist een museum bezoeken vinden veel mensen een superleuke activiteit. Je hebt wat met elkaar te bespreken, want je ziet veel mooie dingen. Dus sta je hier als museum voor open? Sla dan de weg in om een fijne ontmoetingsplek te zijn!’ ◀

Aan de slag

De website Naarenmuseum.nl is een goede start. Daar kun je je als museum ook aanmelden voor een bezoek van ervaringsdeskundigen. De Stichting Leer Zelf Online werkt nauw samen met andere organisaties die zich ook inzetten voor een volwaardige deelname aan de samenleving voor kwetsbare mensen. Voorbeelden zijn de Stichting Prokkel en het Expertisecentrum Oefenen.nl. Verschillende trainingen worden aangeboden. Zo organiseert Erfgoedhuis Zuid-Holland in samenwerking met de stichting Prokkel eind november 2023 een cursus ‘Inclusieve communicatie in het museum’.

► **Meer informatie over het onderwerp:**
<https://www.leerzelfonline.nl/home/>

PROFESSIONELE BUITENSTAANDERS

Gesprek met Erik Bär, Tinker

Erik Bär is – samen met Stan Boshouwers – oprichter en partner van Tinker. Hij staat in voor de creatieve directie van de vele projecten van Tinker: over geschiedenis, cultuur, natuur, de samenleving: ‘Ik zie mezelf graag als regisseur.’

Alexandra van Steen



Erik Bär, medeoprichter van Tinker

► *Er werken bij Tinker veel verschillende mensen. Wie sturen jullie naar de eerste afspraak? Is dat anders bij een groot of een klein museum?*

Erik Bär: ‘Om eerlijk te zijn: wij kunnen selectief zijn in de keuze met welke opdrachtgever we in zee gaan. Dat heeft niet zozeer te maken met een grote of kleine organisatie. Maar wij moeten er echt in geloven. We doen dit nu ruim 31 jaar. Al die jaren ervaring hebben ons geleerd dat we alleen nog dingen doen waar we echt in geloven. Soms heeft dat te maken met een onderwerp, maar ook wel met het gevoel dat we bij de organisatie hebben en of zij die ambitie waar kunnen maken. We maken het wel eens mee dat de ideeën prachtig klinken als belofte, maar als we kijken naar wie het uiteindelijk moet gaan dragen, merken we dat het niet zal werken. En soms kijken we naar de maatschappelijke impact van een idee. Kunnen we daar iets bijzonders van maken? Dat zijn voor ons allemaal afwegingen. Kleine of grote klussen, we zijn gewoon streng. In het algemeen gaat er één van ons mee, iemand van de directie, en dan hangt het ervan af of het een opdracht is die heel ontwerpend is, of er een verhaal moet worden vormgegeven, of een projectleider wenselijk is.’

Moeilijke keuzes maken

Kun je een voorbeeld noemen waar je al snel merkte: dit gaat niet werken? En eentje waar het juist heel goed is afgelopen?

‘Ons profiel trekt avonturiers aan of mensen die denken dat ze dat zijn. Dat zijn twee heel verschillende dingen. Wij beginnen al vroeg in het proces. Soms is er bijvoorbeeld een hele vage

vraag of probleemstelling. Dat vinden we heel leuk. Je kunt klanten wel twee stappen verder krijgen, maar geen vijf. Laat ik een voorbeeld noemen waar het heel goed is gegaan. We hebben in Denemarken gewerkt met een groep lokale streekmusea. Met twee van de twaalf had de organisatie een duidelijke ambitie. De andere tien blijven zoals ze zijn en daar is niets mis mee. Wij hadden sterk het gevoel dat zij die ambitie met deze twee musea waar konden maken.’

‘We zijn ook nog naar een ander museum geweest in Denemarken: zelfde situatie, ook regionaal, vergelijkbare vraag. Tijdens het gesprek merkten we dat ze zo zoekende waren en nog zoveel met zichzelf bezig waren dat het naar onze mening niet zou werken. Als je daar echt iets goeds van wilde maken, waren er vijf stappen nodig. Wij hadden het gevoel dat zij die



‘Ons profiel trekt avonturiers aan of mensen die denken dat ze dat zijn. Dat zijn twee heel verschillende dingen.’

‘We willen geen eigen profiel, maar willen juist doen wat er op die plek of in dat museum nodig is. Dat kan heel verschillend zijn.’

niet zouden kunnen zetten. Dat zeggen we ook eerlijk: vraag iemand anders.’

Welk project in Nederland vind jij het meest geslaagd?

‘Ik ben zelf heel erg blij met het project Kamp Amersfoort (red.: een Nederlands concentratiekamp), geen museum maar een bezoekersplek. Het is een combinatie van een herinneringscentrum, het meest museale onderdeel, en een plek van bezinning. We hebben dat ook eigenzinnig kunnen vormgeven als een plek die uitnodigt tot reflecteren. Daar hebben we iets gedaan wat we normaal gesproken helemaal niet doen. Normaal zijn we echt van de fysieke ruimtes en ervaringen. Maar hier is een plek waar eigenlijk niks meer is. Dat gaf meteen de ruimte om iets anders te doen. We merkten zelf dat heel veel mensen zo’n plek bezoeken met een idee: “Ik zou zelf in een dergelijke situatie deze of deze keuze hebben gemaakt.” Terwijl je eigenlijk nooit weet hoe het is om keuzes te maken onder dat soort omstandigheden. Daar wilden we iets mee gaan doen. We hebben een experiment opgezet, een programma waarbij je met een groep ontdekt hoe moeilijk het is om

dat soort keuzes te maken. We werken met een VR-bril om je een andere ervaring mee te geven en waarbij je steeds onder druk wordt gezet om een keuze te maken. We merkten gaandeweg dat deze ervaring het beste zou werken met een VR-bril. Niet om mensen naar een andere plek te brengen, maar om ze in hun eigen wereld te brengen op die plek en tegelijkertijd in een groep. Die combinatie werkt heel goed.’

Slechte bezoeker

Maken jullie wel eens analyses van musea zoals mystery shoppers of guests?

‘Leuke vraag. Ja en nee. We hebben geen model om te kijken hoe alles in elkaar zit. Maar we doen het wel, alleen dan vrij intuïtief. Dat is toch een kwestie van de ervaring die we hebben opgebouwd. Waar we erg sterk op gericht zijn, is de vraag: wat is hier nodig? We willen geen eigen profiel, maar willen juist doen wat er op die plek of in dat museum nodig is. Dat kan heel verschillend zijn. Juist die verscheidenheid vinden we heel leuk en dat zorgt er ook voor dat we heel goed moeten kijken welke ingrepen nodig zijn, of juist helemaal niet: wat is dit voor een plek, wat gaat er goed en wat niet? We noemen ons zelf ook wel eens professionele buitenstaanders. Zeker in een eerste fase maak ik van mezelf graag een hele domme buitenstaander, een slechte bezoeker, die niets snapt. Heb ik de behoefte aan iets anders als ik hier rondloop?’

Testen jullie met doelgroepen?

‘Het denken in doelgroepen vind ik altijd lastig. Want eigenlijk geldt voor vrijwel elk project: we doen het voor gezinnen met kinderen, senioren,

schoolklassen en mensen met een speciale interesse voor het onderwerp. Kortom: iedereen. We testen vooral intuïtief. Alleen als we het zelf moeilijk kunnen beoordelen halen we er speciale testgroepen bij. Er is maar één van de twintig klanten die iets voor een heel specifieke doelgroep doet. Maar omdat het meestal voor een hele brede groep mensen is, kijken we wel altijd of er voor al die groepen die naar het museum komen iets interessants te vinden is in het nieuwe ontwerp.’

Bewaker van de content

Zien jullie een significant verschil tussen gesubsidieerde en privé gefinancierde musea?

‘Door de bank genomen wel, maar het hangt eerder af van degene die vooroploopt in de organisatie. De voorlopers zien we in beide musea. De gesubsidieerde musea moeten aan meer regels voldoen, hebben vaak een duidelijker organisatieprofiel en willen over het algemeen minder grote risico’s nemen. Sommigen vinden het superleuk om aan iets totaal nieuws te gaan beginnen en anderen moeten er niet aan denken. Hoe groter de organisatie is, hoe meer processchijven er zijn en dat kan soms vertragend werken.’

Is er een verschuiving opgetreden in de mensen die jullie nodig hebben: meer mensen voor de inhoud en de verhalen of juist meer pedagogen?

‘Wij hebben er altijd voor gekozen om alle ontwerpdisciplines en de contentmakers onder één dak te hebben. Ruimtelijk en grafisch ontwerp zit bij elkaar, dat is vrij standaard, maar ook media en audiovisueel ontwerp zitten onder één dak. Het geïntegreerde werkproces vindt hier plaats en dat vinden we heel belangrijk. Zo zijn we ook ooit begonnen. We werken



Flugt, een Deens museum over vluchtelingen. Foto Tinker



← Flugt, een Deens museum over vluchtelingen. Foto Tinker

‘Ook als wij de content zelf verzorgen hebben we constant een discussie met de curatoren omdat zij vaak meer willen vertellen dan goed is voor de meeste bezoekers.’

vanuit een idee en verhaal, en pas daarna komt het ontwerp. Dat is onze werkwijze. En tot slot produceren we ook veel van de dingen die we bedenken. Onze opdrachtgevers willen toch vaak het totale pakket, zodat ze zeker weten dat alles werkt en functioneel is: van de eerste vraag tot de levering, en dat is vrij breed, verzorgen we alles. Bij een goede ervaring hoeft er niet per se veel AV of media gebruikt worden. Maar toch neemt dat aandeel wel toe. Dat is in deze tijd bijna wel onvermijdelijk. We merken ook dat we minder doen aan contentontwikkeling. Onze klanten doen dit meer en meer zelf. Dat is significant anders dan een aantal jaren geleden. De vertaalslag maken van kennis naar publieksinformatie vergt wel een bepaalde manier van denken. Wij zijn daar door ervaring heel goed in.’

Krijg je niet veel frictie? Conservatoren willen soms veel te veel vertellen. Voor publieksinformatie levert dat een overkill op die niet gaat werken.

‘Dat is bijna standaard. We zullen altijd de rol blijven spelen van de bewaker van de content, ook als zij het zelf willen oppakken. Als wij het gevoel hebben dat het te veel is, dan zullen we dat aangeven. En ook als wij de content zelf verzorgen hebben we constant een discussie met de curatoren omdat zij vaak meer willen vertellen dan goed is voor de meeste bezoekers. Je denkt zelf altijd dat, als je een enorme passie hebt voor een onderwerp, dit ook interessant is voor een grote groep andere mensen, maar dat is niet zo.

‘Het mag ook wel eens zonder media...’

Merken jullie trends in het maken van nieuwe opstellingen?

‘Wij hebben onszelf nooit echt geprofileerd als een ontwerpbureau. Wij komen ook niet uit die discipline. We zijn afgestudeerd in AI. Destijds, en dan praat ik over 32 jaar geleden, hoorde je daar niemand over en nu is het voorpagina-nieuws. We zijn begonnen met het communiceren van ingewikkelde onderwerpen op een leuke manier. Langzamerhand zijn er steeds meer ontwerpdisciplines bijgekomen. Omdat we niet uit de vormgeving komen, zijn we altijd wat losser geweest en meer gericht op het overdragen van kennis door een ervaring of beleving. Wat in het Engels *experience* heet. Als je iets meer bezig bent met verhalen, ideeën en ervaringen, en minder met spullen en tekstbordjes, dan heb je vaak ook meer te maken met media en audiovisuele middelen. We zien dat de hele museale sector steeds meer die kant op beweegt: meer content, meer ervaring en meer beleving.’

‘We hebben een paar jaar geleden een boek geschreven en dachten na over hoe we ons vak zouden definiëren. Toen hebben we toch maar gekozen voor *experience design*. Met lichte twijfel of de mensen dit niet te rigide op zouden vatten. In het algemeen zie je wel dat tentoonstellingen inrichten meer in de richting van *experience design* beweegt. Wij proberen daar een bepaalde balans in te houden. Hoe meer de markt die kant opweegt, hoe meer wij de neiging hebben “het mag ook wel een keer zonder media”.



Met name alle digitale media, zoals VR, AR en snufjes, daar zijn we dan minder van. Het gevaar bestaat dat het alleen nog maar gadgets zijn. Juist de combi met ruimtelijke vormgeving, grafische elementen en sterke verhalen met een goede inhoud, daar geloven we meer in.’

‘We zien dat de hele museale sector steeds meer die kant op beweegt: meer content, meer ervaring en meer beleving.’

Ik doel met name op de concurrentie die musea aan willen gaan met de game-industrie. Hoe kijk jij hiernaar?

‘Op het gebied van games en sociale media is het gewoonweg moeilijk om het daarvan te winnen. Dat moet je ook niet willen. Misschien wel ten eerste vanwege de kosten. Het ontwik-



Kamp Amersfoort. Een nieuw museum waarin de geschiedenis van de plek voelbaar wordt – de beklemming, het onrecht en de angst. Een plek die raakt. Van nummers tot personen met een naam. Foto Tinker



Tirpitz Museum is een museum in Blåvand (Jutland). Het is gebouwd in een oude bunker, waaraan het zijn naam dankt, en brengt tentoonstellingen over de Atlantikwall, de westkust van Denemarken en de barnsteencollectie.

kelen van een game vergt miljoenen voor zelfs de simpelste game. Op een plek zijn, zoals een museum, doet ook iets met de beleving en de ervaring.'

Als een goed geregisseerde film

Sluiten de opleidingen nog aan bij de mensen die jullie nodig hebben?

'Nee, niet goed. Hele jonge mensen, onder de dertig plus, hebben we momenteel vrijwel niet in dienst. Dat is wel iets dat mij opvalt. Ruimtelijke ontwerpers zijn voor ons heel moeilijk om te vinden. Een brede goede opleiding voor tentoonstellingsvormgever bestaat nog steeds niet. En ook met interaction design, AV en media zijn er geen goede opleidingen voor ons vak. Er zijn wel AV-opleidingen, maar die leiden op voor schermontwerp, niet voor immersief AV-gebruik. Het is dus erg beperkt.'

Hoe lang gaat een opstelling mee?

'Dat ligt een beetje aan de hoeveelheid techniek. Hoe meer media, hoe actueler en hoe sneller de veroudering, zowel technisch als maatschappelijk. Een vrij tijdloos ontwerp dat ruimtelijk en qua verhaal goed in elkaar zit, kan zonder probleem tien jaar staan. Maar zit er veel techniek in, dan moet er vaak na vijf jaar weer vervanging of vernieuwing plaatsvinden.'

Zie je daarin een bepaalde trend?

'De klassieke collectietentoonstellingen met een tekstbordje zie je steeds minder vaak. Soms, als de collectie hoogstaand is, heb je ook niet meer nodig. Maar in het algemeen werken steeds meer musea vanuit een goed verhaal. Verhalen spelen een steeds grotere rol. We zien meer vrijheid en ruimte voor andere en meer



In de BBC Earth Experience in Londen stappen bezoekers letterlijk de natuur in. Foto Tinker

'Wij zijn gewend om vanuit visitors journey te werken. Wanneer mag het rustiger worden, wanneer moeten we spanning toevoegen?'

scenografische elementen. Daarbij speelt de korte spanningsboog ook mee. Voor kinderen zeker, maar ook voor volwassenen.'

'Wij zijn gewend om vanuit visitors journey te werken. Wanneer mag het rustiger worden, wanneer moeten we spanning toevoegen? Er moet een mooie flow in zitten. Mensen hebben steeds meer nodig om bij de les te blijven. Is dat jammer? Misschien hoort het gewoon bij de tijd. Bezoekers willen over het algemeen graag naar een tentoonstelling waar de ervaring en beleving uniek is. Highs en lows moeten elkaar afwisselen, eigenlijk net als in een goed geregisseerde film. Wij zijn ook een grote fan van hands-on-ervaringen in een museum. Fysiek ter plekke zijn en meedoen zijn ook belangrijke items in onze ontwerpen. Vergelijk het met een film die je kunt bekijken op je telefoon en diezelfde film in een bioscoop.'

'De maatschappij verandert snel en dit betekent dat de bezoeker andere verwachtingen heeft. Je moet dus van buiten naar binnen denken in plaats van andersom. Maar de publieke sector heeft gelukkig ook een rol die inhoudt dat je niet altijd met alle hypes mee hoeft te gaan.'

'Leisure en entertainment, film en theater zijn zaken die een grotere rol zullen gaan spelen.'

'Onze rol in de museale sector is om die net wat spannender en creatiever te maken, om wat meer vanuit de bezoeker en wat vrijer te denken. In de commerciële sector is voor ons maatschappelijke relevantie juist belangrijk. We werken nu met Moon Eye Productions en de BBC samen om de BBC-natuurdocumentaires voor een groot publiek toegankelijk te maken door middel van experiences over de hele wereld. Het gaat hierbij niet alleen puur om iets te verkopen, maar om het verhaal en de kennis

van die natuurdocumentaires aan een groot publiek over te dragen.

Spannend veld en spanningsveld

Heb je nog tips voor musea die met een heldere blik naar hun inrichting willen kijken?

'Het belangrijkste is: doe echt iets dat bij je past. Ook al ben je klein: past het bij mijn aard en zijn? Dat komt ook terug in wat ik eerder vertelde. Het heeft geen zin om iets te proberen te zijn wat je niet bent, wat je niet aankunt en wat je niet wil zijn. Dicht bij jezelf blijven. En dat kan betekenen dat Tinker voor jou niet de beste partner zal zijn. Zoek dan uit wie wel jouw samenwerkingspartner kan zijn.'

Hoe kijk je naar de toekomst?

'In het algemeen: ik denk dat de extremen wat meer naar elkaar toegroeien. De grote jongens, de musea met een collectie van hoge kwaliteit, die blijven een beetje doen wat ze nu ook doen. De grote attractieparken blijven er ook en bouwen steeds wildere achtbanen en nieuwe ervaringen. Daartussen zit een spannend veld dat steeds meer over elkaars grenzen gaat kijken. Leisure en entertainment, film en theater zijn zaken die een grotere rol zullen gaan spelen. Dit gaat steeds meer in elkaar overlopen. Dat is een goede ontwikkeling, omdat daar hele spannende en nieuwe dingen uit voort kunnen komen.'

'Ik denk ook dat, als ik kijk naar Tinker, we nu nog een aantal dingen willen gaan doen die we nog nooit eerder hebben gedaan en die een echte maatschappelijke bijdrage gaan opleveren. Het is ook voor ons leuk om nog wat vrijer te kunnen werken en meer dingen te doen waarvan we eerst dachten dat die niet mogelijk waren. In die zin vind ik het leuk om dat spanningsveld op te blijven zoeken en die creatieve ruimte te kunnen benutten.' ◀

<https://tinker.nl/projecten/tirpitz-museum-denemarken>



MOLUKSE KRIMPENAREN

Bekroond project van het Streekmuseum voor de Krimpenerwaard en de Molukse gemeenschap

Het lijkt vanzelfsprekend: een streekmuseum presenteert de lokale geschiedenis. Maar waar veel van deze musea vol staan met ploegen, zand-, zeep- en sodabakjes uit grootmoeders tijd en daarmee het verhaal van weleer vertellen, komt de recentere geschiedenis er vaak bekaaid vanaf, terwijl die zoveel mogelijkheden geeft! Het Streekmuseum voor de Krimpenerwaard ging en gaat ermee aan de slag.

Evelien Masselink

► Dat er zoveel meer kansen zijn, had het museum al langer door: onder leiding van de vorige directeur werd de lokale voetbalvereniging uitgenodigd om ter gelegenheid van haar honderdjarig bestaan zelf een tijdelijke tentoonstelling in te richten en op te treden als gastcurator. Dat smaakte naar meer. Omdat Krimpen een grote Molukse gemeenschap heeft, werd contact met deze inwoners gelegd en werd er gepraat en koffiegedronken. Het resultaat: de prachtige tentoonstelling *Istori-Istori Maluku*, waar het museum en de Molukse vrijwilligers ook nog eens de Erfgoedparel mee

wonnen. Tijd voor een gang naar Krimpen en voor een gesprek met de twee sleutelfiguren.

Uitgestoken hand

Aan Hilde van den Berg, directeur van het Streekmuseum (en ook redacteur van *Museumpeil*), de vraag hoe het tot deze tentoonstelling kwam? 'Nou, mijn voorganger Kim de Vries had in 2018 al een ontmoeting met Molukse inwoners in Krimpen aan de IJssel gehad en bij haar afscheid en de overdracht werd ik voorgesteld aan Nico Haliwela. In 2021 lag het plan voor een tentoonstelling wel in schets op tafel, maar de uitvoering

moest wachten omdat het museum nog dicht was vanwege coronabeperkingen. We bleven wel actief voorbereiden, we vroegen subsidie aan en ontvingen die van de J.E. Jurriaanse Stichting, de Van Cappellen Stichting en de Gemeente Krimpen aan den IJssel. Zo konden we op 1 april 2022 de tentoonstelling *Istori-Istori Maluku* openen.'

Nico Haliwela is een Molukse inwonervan Krimpen aan den IJssel. Hoe was dat voor jullie? Wilden jullie al langer als Molukse gemeenschap in Krimpen aan de IJssel zichtbaar zijn?

— Bij de expo hoorden ook Molukse Festivals met optredens. Muziek is een essentieel deel van het Molukse erfgoed.

Nico: 'Ja, natuurlijk, we zijn Molukse Krimpenaren, maar we hebben een heel andere cultuur en achtergrond dan de Krimpenaren. Ik was er voor mijzelf al veel langer mee bezig, met een project over Indonesië en Nederland, via het Ministerie van WVC in 1988. Maar toen ik met pensioen ging wilde ik er meer aandacht aan besteden. Nederland heeft driehonderd vijftig jaar daar gezeten, wij zijn hier nu zeventig jaar en nog steeds wordt er op scholen best weinig aandacht aan gegeven. Het is voor ons allemaal heel erg belangrijk dat we ons immaterieel erfgoed en onze verhalen op onze eigen manier kunnen vertellen. En dan bedoel ik ook dat we dat zelf mogen doen. Daarom was ik zeer verheugd over de hand die het museum uitstak.'

Feestelijk

Kreeg de Molukse gemeenschap carte blanche? Ze mochten zelf een tentoonstelling maken?

Hilde: 'Ik merkte al snel dat ze liever niet uitgebreid wilden vertellen over de begintijd, met de

'Live koken brengt de ontmoeting, het verhaal en de uitwisseling van culturen zo gemakkelijk op gang, dat was een enorme bonus.'

Hilde van den Berg

'Het is voor ons allemaal heel erg belangrijk dat we ons immaterieel erfgoed en onze verhalen op onze eigen manier kunnen vertellen.'

Nico Haliwela

aankomst op de kade vanaf 1951, de tijdelijke opvang in de kampen en de koele ontvangst in Nederland. Wat ze heel graag wilden onderstrepen, was het delen van de cultuur en aspecten die minder aan bod kwamen, zoals immaterieel erfgoed, met de tradities rond feesten, eten en muziek. Ze hebben zich hier gevestigd en dit is hun leven. Naast muziekinstrumenten en voedsel en alle rituelen daaromheen kwamen ook kleding en manier van geloofsbeleving aan bod bij de tentoonstelling.'

Nico vult aan: 'Je wilt het historisch belang van de Molukkers naar buiten brengen. Er was een Molukse studente, Rianne Tomasouw, die aan de Erasmus Universiteit afstudeerde op *oral history*. Haar scriptie was een prachtige basis om van te vertrekken. Toen werd ook de projectnaam *Istori-Istori Maluku* bedacht, waarin het dubbel noemen het meervoud aangeeft. Hiermee konden we echt onze eigen geschiedenis vertellen, met de presentatiemogelijkheden die het streekmuseum biedt. Uiteraard was ik niet de enige die meedacht. De gemeenschap is actief, er zijn veel vrijwilligers, onder wie bijvoorbeeld Evelin Hiarij van de Stichting Tjari Dana in Krimpen. Die verzorgt voor Molukse en Nederlandse feesten en speciale gelegenheden de catering, waarbij de opbrengst naar het onderhoud van de Molukse Kerk in Krimpen gaat. Kijk, als je over onze cultuur praat, dan hoort daar eten bij. En het was heel fijn dat deze lokale cateraar die onze keuken

van huis uit kent op speciale momenten bij het museum ook de catering wilde verzorgen.'

Hilde: 'Zo kreeg de opening, waar de hele Molukse gemeenschap voor was uitgenodigd, een extra feestelijk tintje, maar dat koken ter plekke was ook een geweldige aanvulling op de drie speciale festivals die tijdens de zes maanden dat de tentoonstelling te bezichtigen was, werden georganiseerd. Er kwamen heel veel mensen op af; de meesten kwamen voor het eerst in het museum. En omdat eten zo belangrijk is in de Molukse cultuur, kwamen er kookworkshops bij het museum. Live koken brengt de ontmoeting, het verhaal en de uitwisseling van culturen zo gemakkelijk op gang, dat was een enorme bonus.'

Tweeculturig

Nico: 'De tentoonstelling *Istori-Istori Maluku* had als thema de Molukkers in Krimpen aan den IJssel sinds 1962, de Molukse cultuur en het Molukse immaterieel erfgoed. Tijdens de tentoonstelling zijn drie Molukse festivals gehouden met artiesten, muziek en eten. Die gaven ook een geweldige mogelijkheid om extra's te organiseren, zoals lezingen in het museum over de thema's die ik noemde. Na de tentoonstelling worden de lezingen en de overige activiteiten gecontinueerd in het Streekmuseum Krimpenervwaard, in samenwerking met de Molukse gemeenschap en vrijwilligers.'

Hilde: 'Die aandacht voor muziek wil ik ook graag benadrukken. We kregen instrumenten in bruikleen en Yopi Abraham, een bekende kunstenaar die al eerder instrumenten ontwierp en vervaardigde, maakte een nieuwe versie van een Molukse trommel (*tifa*) met motieven uit het wapen van de gemeente Krimpen erop. De openingshandeling was het in gebruik nemen van die trommel, die nu in onze collectie is opgenomen. Krimpen heeft ook een eigen *tifa*-groep. Uiteraard verzorgden zij de muziek bij de opening, maar dat deden ze ook bij andere bijzondere evenementen later in de expositieperiode. De Molukse muziek heet overigens *lagu lagu* en is dé Molukse wijze om aan *oral history* te doen, verhalen vertellen.'

Moluks eten was een van de blikvangers tijdens de festivals.





Advertentie Istori-Istori Maluku

‘Ik ben er trots op dat wij er in onze eigen regio zoveel aan hebben kunnen doen. De Nederlanders leerden zo echt meer over de Molukse cultuur.’

Nico Haliwela

Nico: ‘Cultuur zit in ieders bloed. Maar wij zijn tweeculturel opgegroeid. En de jongere Molukkers die hier zijn geboren voelen ook nog steeds die dubbele identiteit. Ook al ben je hier opgegroeid en opgevoed, je blijft altijd Moluks. Dat verhaal, dat wil je doorgeven.’

Aandacht voor gevoeligheden

Kunnen we van een succes spreken?

Nico: ‘Wat ons betreft zeker. De aandacht voor Istori-Istori Maluku was enorm. Onze geschiedenis was niet eerder op die wijze naar buiten gebracht. Dit jaar was er ook een grote tentoonstelling in Drenthe, *Menyala*, met aandacht voor de komst van de Molukkers, omdat nu het zo’n zeventig jaar geleden is. Maar ik ben er trots op dat wij er in onze eigen regio zoveel aan hebben kunnen doen. De Nederlanders leerden zo echt meer over de Molukse cultuur. Ze waren oprecht geïnteresseerd nu wij de kans kregen om ons verhaal te doen. En zo kun je door de dialoog ook aandacht geven aan mogelijke gevoeligheden, door het op zo’n mooie en positieve manier bespreekbaar te

maken. Daarom is deze aanpak een zeer inspirerend voorbeeld. Ik hoop oprecht dat het educatief materiaal dat werd ontwikkeld langduriger ingezet zal worden in het onderwijs.’

Hilde: ‘We kregen ineens in ons museum spullen die we nooit eerder hadden gehad. Dat is leuk qua beschrijving en tentoonstellingsinformatie. Je leert een nieuwe cultuur kennen, ook met de vrijwilligers in het museum. En de Molukse inwoners in Krimpen, die voelden zich gehoord! Dat kregen en krijgen we nog steeds terug. Het is een veel belangrijker aspect dan “veel verkochte kaartjes” wat mij betreft. Daarnaast was ik natuurlijk blij met de aandacht die de gemeente zelf gaf, in de vorm van een royale subsidie waardoor we een prachtige huisstijl voor deze tentoonstelling konden laten maken en, zoals gezegd, een nieuw instrument konden “bestellen”. Overigens gaat het museum straks de vaste presentatie anders inrichten. Dan wil ik daar zeker ook een vaste plek voor de Molukse gemeenschap in Krimpen voor inruimen.’ ◀

Erfgoedparel

De win-winsituatie van dit project viel ook buiten Krimpen op. Directeur Hilde van den Berg nomineerde de Molukse vrijwilligers voor de Zuid-Hollandse Erfgoedparel, een prijs die tweejaarlijks in Zuid-Holland wordt uitgereikt aan een museum dat echt een verschil heeft gemaakt, samen met vrijwilligers. En al was de concurrentie aanzienlijk, de tentoonstelling en samenwerking met de Molukse gemeenschap won de juryprijs.

Uit het Juryrapport:

De jury heeft veel waardering voor de wijze waarop de vrijwilligers in dit project grote mate van zeggenschap hebben gehad. Zowel de regie als de deskundigheid is bij de doelgroep gelegd, met als resultaat een goede dialoog tussen vrijwilligers en instelling. Hierdoor ontstond alle ruimte voor het betrekken van een nieuwe lokale erfgoedgemeenschap. De jury is nieuwsgierig of dit project verder doorwerkt in het collectiebeleid van de instelling en in de betrokkenheid vanuit de Molukse gemeenschap bij het museum (red.: dat gebeurt dus, er komt opvolging).

Winnaar

De jury heeft unaniem Streekmuseum Krimpenerwaard als winnaar gekozen omdat het project op overtuigende wijze aan alle selectiecriteria voldeed. Het museum heeft met dit inspirerende project en de terughoudende eigen rol een voorbeeld gecreëerd voor hoe een

erfgoedinstelling in kan spelen op de maatschappij, nieuwe verhalen kan vertellen, én ruimte kan geven aan achterliggende gevoeligheden. Deze aanpak is dan ook een heel inspirerend voorbeeld voor anderen.

Zowel Hilde van den Berg als Nico Haliwela en zijn Molukse mede-inwoners en vrijwilligers zijn verguld met de prijs. ‘Het is een erkenning,’ zegt Nico, ‘en dat betekent ongelooflijk veel voor onze gemeenschap.’



Overhandiging van de Erfgoedparel aan directeur Hilde van den Berg

VAN GOGH EN DE WEG NAAR WERELDROEM

Van Gogh Museum Amsterdam

► Het Van Gogh Museum in Amsterdam beschrijft deze podcast als volgt: 'Ruim 130 jaar geleden kende bijna niemand Vincent van Gogh, vandaag is hij wereldberoemd. Hoe kan dat? Radiomaker en Van Gogh-fan Frank van der Lende gaat in zes afleveringen op zoek naar antwoorden.' Het resultaat is een podcast voor mensen die geïnteresseerd zijn in het werk van Vincent van Gogh, en vooral in hoe dat werk zo beroemd is geworden. De podcast begint in het

jaar van zijn dood en vertelt over de weg naar de wereldbekendheid die Van Goghs oeuvre heeft afgelegd. Met ongeveer 30 minuten per aflevering en zes afleveringen in totaal gaat de podcast niet helemaal de diepte in, maar hij geeft een interessante blik op hoe de waardering van kunst is veranderd door de jaren heen. Ook de conservator van het Van Gogh Museum en de directeur-conservator van het Van Gogh Huis in Zundert komen aan het woord, net als

andere experts. Het resultaat: een dynamische en afwisselende podcast die voor de juiste luisteraar zeker van toegevoegde waarde is. Voor wie Van Gogh al uitgebreid heeft bestudeerd en onderzocht, is er waarschijnlijk weinig nieuwe informatie. ◀

Te beluisteren op Spotify en Apple Podcasts



Scan deze code met de Spotify app.

EEN EEUW VAN VERWONDERING

Museum Plantin-Moretus Antwerpen

► 'De tentoonstelling *Een eeuw van verwondering. 500 jaar nieuwsgierigheid en innovatie* confronteert de nieuwigheden van toen met de innovaties van nu. In een reeks van vier afleveringen laten historici, wetenschappers en filosofen hun licht schijnen over vijf eeuwen nieuwsgierigheid: tot zover de website van Museum Plantin-Moretus in Antwerpen. In eerdere afleveringen gaat Geerd Magiels, de curator van deze tentoonstelling, in gesprek met één of twee gasten over wetenschapsgeschiedenis. Onder meer Geert Vanpaemel en Sven Dupré komen aan het woord in deze podcast,

die vrij diep ingaat op onderwerpen die in populaire media minder vaak aan bod komen. Het resultaat is een bijna academische podcast, waardoor luisteraars die op zoek zijn naar meer vermakelijke (kunst)historie(s) nog weleens kunnen afhaken. Desondanks blijft dit een goede manier om wetenschapsmusea op de kaart te zetten voor een publiek dat mee is. ◀

Te beluisteren via de website van het museum en via Soundcloud



Scan deze QR-code met je camera om naar de website te gaan.



Museum Aan De Stroom, Antwerpen

In nauwe samenwerking met internationale lichtontwerpers hebben we een groot scala aan modulaire LED-armaturen ontwikkeld, waarvan de specificaties en toepassingsmogelijkheden perfect zijn af te stemmen voor het gebruik in musea, science centers en galerieën. Want verlichten is een kunst.



Focus Micro Series

- > 1 Watt zoom spot serie met extreem compacte afmetingen
- > Zoom bereik van 6° - 90°
- > 2700K, 3000K, 3500K, 4000K, CRI tot >95
- > Rail, schroef & magneet montage
- > Extensie mogelijkheden van 0 tot 90 cm
- > Mains Dim, 1-10V dimbaar, DALI, Magno Dim, Casambi & DMX512



Focus GIII Series

- > 3 Watt compacte zoom spot serie
- > Zoom bereik van 10° - 70°
- > Rail & schroef montage
- > 2700K, 3000K, 3500K, 4000K, CRI tot >95
- > Extensie mogelijkheden van 0 tot 120 cm
- > Mains Dim, 1-10V dimbaar, DALI, Magno Dim, Casambi & DMX512
- > Individuele adressering & programmering



Jade Zoom Series

- > 20-35 Watt zoom spot serie
- > Zoom bereik van 9° - 58° (Bridgelux) | 11° - 67° (Xicato)
- > 2700K, 3000K, 3500K, 4000K & Tunable White CRI tot >98
- > 2700K-6500K Tunable White, CRI tot >98
- > Rail, schroef en roset montage
- > Local Dim, DALI, Casambi, DMX512 & Wireless DMX

MUSEA OP HET WEB

Wat is belangrijk in de digitale wereld?

Wat is nu precies het unieke van musea, behalve dat ze objecten hebben die een bezoek waard zijn? Volgens Wouter Beek, directeur van Triply en gastonderzoeker bij de Knowledge Representation and Reasoning (KR&R) onderzoeksgroep van de Vrije Universiteit, is dat in de eerste plaats: kennis over die objecten en de context waarin ze zijn gemaakt, gebruikt, gevonden en verzameld. Op die kennis wordt in deze tijd om twee redenen een dringend beroep gedaan. Zijn advies met de blik van de buitenstaander: focus in het digitale domein op die kennis en het delen daarvan!

Annette Gaalman

▶ Maar wat zijn dan die redenen van het beroep dat op musea wordt gedaan? Dat zijn in de eerste plaats de steeds betere technische mogelijkheden om data uit verschillende bronnen te integreren. Dat levert waardevolle en ook nieuwe kennis op. Dit speelt in allerlei maatschappelijke domeinen. Een van de voorbeelden is hoe het Kadaster hier gebruik van maakt. Door actuele informatie uit verschillende bronnen te verbinden is het mogelijk van een bepaald gebouw of perceel snel veel te weten te komen. Ook in het erfgoedveld groeit de behoefte aan data-integratie, zowel voor publiektoepassingen als voor onderwijs en onderzoek.

Door de toepassing van Linked Data is het mogelijk om die kennis goed vast te leggen en om de voorwaarden te scheppen voor de integratie van data. Vandaar de Nationale Strategie Digitaal Erfgoed en de samenwerking in het Netwerk Digitaal Erfgoed. Door leveranciers van de in de museumsector gebruikte collectie-informatiesystemen wordt de nodige functionaliteit steeds meer toegepast. Dit maakt het nog eenvoudiger om kennis op een duurzame manier te borgen en te verbinden.

Nieuwe definitie

Daarom is het advies aan de musea om niet langer 'applicatie-centrisch' te werken, maar



Wouter Beek, Triply BV

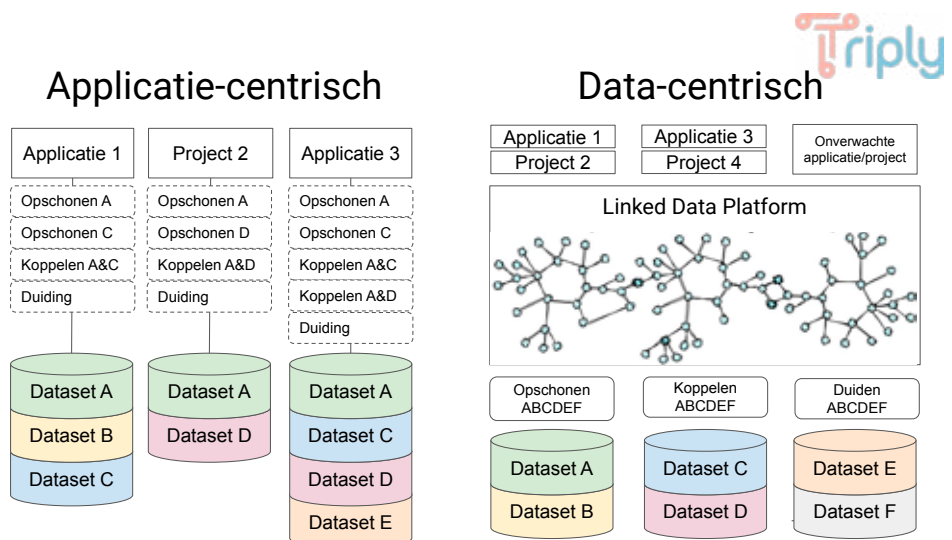
'data-centrisch', zoals dat in de afbeelding is uitgewerkt. In de data zit de waarde van musea. Door daarop te focussen in het digitale domein kunnen data van musea van betekenis zijn voor tal van toepassingen, ook in samenwerking met andere organisaties.

Deze visie van Wouter Beek sluit naadloos aan bij een ontwikkeling die in de musea zelf plaatsvindt. Onlangs is de Nederlandse vertaling gepubliceerd van de nieuwe museumdefinitie die vorig jaar op het ICOM-congres in Praag met een grote meerderheid werd aangenomen. Benoemde de vorige definitie 'studie, educatie en genoeg' nog als doelen van het museum, dan is dat nu geworden: 'educatie, genoeg, reflectie en kennisuitwisseling'. Kennisuitwisseling vindt plaats binnen de muren van het museum, maar het begrip krijgt in de digitale wereld een hele nieuwe dimensie, doordat over de grenzen van collecties en organisaties heen kennis kan worden verbonden en gedeeld. ◀

'Kennisuitwisseling krijgt in de digitale wereld een hele nieuwe dimensie, doordat over de grenzen van collecties en organisaties heen kennis kan worden verbonden en gedeeld.'

Duurzaam borgen

Reden twee: de museumsector – en niet alleen de museumsector – heeft op dit moment te maken met een relatief grote uitstroom van gepensioneerde deskundigen. Een deel van hun kennis is nog niet goed geborgd. En wat maakt een organisatie nu juist uniek en relevant? Niet alleen de objecten, maar ook de informatie over die objecten die alleen bij jouw organisatie te vinden is.



▶ Meer informatie over het onderwerp:

Kijk op <https://triply.cc> of mail naar wouter@triply.cc

Over NDE-compatibel werken, zie: <https://netwerkdigitaalerfgoed.nl/versnellen-2023/>

OVER MUSEALE RUIMHARTIGHEID EN SAMENWERKING

Gesprek met Tanja de Boer en Steven Engelsman

Het is weer druk in het Kröller-Müller Museum. De groepen Japanners zijn terug, maar we komen ook Nederlanders in fietsoutfit tegen. Wat is er mooier dan fietsen door het park en genieten in het museum? We slalommen door de bezoekers naar de kamer van Tanja de Boer, hoofd Collectie en Onderzoek, waar ook Steven Engelsman op me wacht. Tanja is de nieuwe voorzitter van Stichting Museumpeil, Steven nam net afscheid.

Franklin van der Pols



↑ Tanja de Boer, hoofd Collectie en Onderzoek in het Kröller-Müller Museum, volgt Steven Engelsman op als voorzitter van de Stichting Museumpeil.



↑↑ Steven Engelsman

► Tanja en Steven lopen al lang mee in de museumwereld, zowel nationaal als internationaal. Tijd voor een gesprek over kansen en uitdagingen, over de relatie met de politiek, over opleiden en samenwerken. En: hoe staan de Nederlandse musea ervoor in vergelijking met de rest van Europa?

Wie is Tanja de Boer? Wat vindt ze belangrijk?
'Ik ben een collectiemens. Presentatie is superbelangrijk en je kunt niet zonder marketing, maar ik ben van de collectie en met name van collectiebeheer, dat is mijn tak van sport. Ik ben opgeleid als kunsthistoricus en heb gewerkt bij een museum, de erfgoedinspectie, de Koninklijke Bibliotheek en nu sinds vijf jaar bij het

mooiste museum van Nederland. Deze plek midden in een Nationaal Park is uniek. De samenwerking tussen binnen en buiten, tussen natuur, architectuur en cultuur is ons fundament. Zo was het ook bedoeld door Helene Kröller-Müller. Zij heeft in de jaren 1930 deze plek uitgekozen. Haar droom was een heel groot museum, maar toen ging het niet meer zo goed met de firma Müller & Co. Ze heeft haar collectie aan het Rijk geschonken en er is een veel kleiner museum gebouwd. In de jaren 1970 is het uitgebreid, maar inmiddels is de behuizing alweer te krap. De publieksvoorzieningen zijn niet meer van deze tijd. In 2025 hopen we te kunnen uitbreiden. De hoofdentree gaat helemaal veranderen en er komen nieuwe ondergrondse tentoonstellingszalen met daglicht, nieuwe publieksvoorzieningen en nieuwe depots. De nieuwbouw is een ontwerp van de Japanse architect Tadao Ando.'

Genoeg werk en toch zei je direct ja voor het bestuur van Museumpeil.

Tanja: 'Omdat ik het van belang vind om samen te werken en kennis te delen. Om te kunnen leren van Nederlandse en Vlaamse collega's.'





Het Acropolis Museum in Athene, klaar om de Elgin Marbles te ontvangen. Foto Louis Dalibard

Verharding

Steven Engelsman, wat zijn de belangrijkste uitdagingen voor musea?

‘Voor mij is de belangrijkste uitdaging de teruggave van collecties. Dat komt deels doordat ik eerst heb gewerkt als directeur van Museum Volkenkunde in Leiden en daarna van het Weltmuseum in Wenen. Hun enorme collecties zijn eigenlijk het erfgoed van anderen, die daar ook toegang toe willen hebben. Teruggeven was vaak nog niet eens de meest prangende vraag. We hebben daarom in Europa veel initiatieven genomen om de samenwerking tussen musea te bevorderen, met name door een ruimhartig bruikleenbeleid. Dat was heel succesvol.’

Maar van wie is de collectie?

Steven: ‘Als je die discussie niet hoeft te voeren, doe het dan niet. De eigendomsdiscussie leidt vaak tot een verharding van de standpunten. Denk aan de Elgin Marbles, de Parthenonfriezen in het British Museum. Toen ik samenwerking begon te zoeken adviseerde de toenmalige directeur van het British Museum: “Begin er niet aan, want dan willen ze die spullen terug.” Mijn antwoord was dat we dat verlangen voor

konden zijn door ruimhartig toegang tot de collectie te geven. Maar de discussie is gekanteld na de toespraak van president Macron in Ouagadougou in 2017. Hij zette teruggave hoog op de politieke agenda.’

‘Wat je samen met de collecties doet, dat moet voor musea het belangrijkste criterium zijn.’

Steven Engelsman

‘De grote uitdaging voor volkenkundige musea in Europa is nu om een nieuwe start te maken met de musea waar die collecties aan worden teruggegeven. Dat is niet eenvoudig. Toch zullen we naar wegen moeten zoeken om samen te werken. Ik denk dat het verzamelen van nieuwe collecties voor hen een bijzaak is geworden. Goed zorgen voor de oude collecties en daar iets mee doen, dat is nu hun hoofdtaak. En investeren in publieksactiviteiten. Niet door oude spullen op te poetsen of weer eens een ander verhaal neer te zetten, maar door andere mensen erbij te halen. Juist

uit landen waar je je collectie aan teruggeeft. Door hen naar je toe te halen en bij jou actief te laten zijn.’

Op reis

Frankrijk heeft onder Napoleon veel kunst uit Vlaanderen en Nederland geroofd. Moet die ook worden teruggegeven?

Steven: ‘Musea moeten niet met elkaar juridisch in gevecht gaan. Musea zijn *au fond* instellingen die samen met andere musea mooie exposities willen maken en daarvoor collecties gebruiken. Mijn pleidooi is: zoek projecten om samen te werken en mooie inhoudelijke dingen te doen. Wat je samen met de collecties doet, dat moet voor musea het belangrijkste criterium zijn.’

Tanja: ‘Stevens pleidooi voor meer samenwerking spreekt mij enorm aan. We hebben vele duurzame vriendschappen met andere musea en intensief bruikleenverkeer. Dat is sowieso een mooi voorbeeld van geslaagde samenwerking, maar ook heel arbeidsintensief. En er is een tekort aan bekwaame, goed opgeleide registrars.’

‘Je wilt een museum zijn waar iedereen zich welkom kan voelen, en daar hoort bij dat je staf een mix is van verschillende herkomst.’

Tanja de Boer

‘We proberen daar heel ruimhartig in te zijn. Vanzelfsprekend kan niet alles risicoarm reizen. Sommige objecten kunnen hier niet weg, maar als het even kan sturen we ze op reis. Ook naar kleine musea. Dat is echt een enorme verandering, de tijd dat de conservator als een cerberus voor zo’n collectie lag is voorbij. We hebben nu het motto: liever elders in de vitrine dan bij ons in depot.’

Musea en de politiek

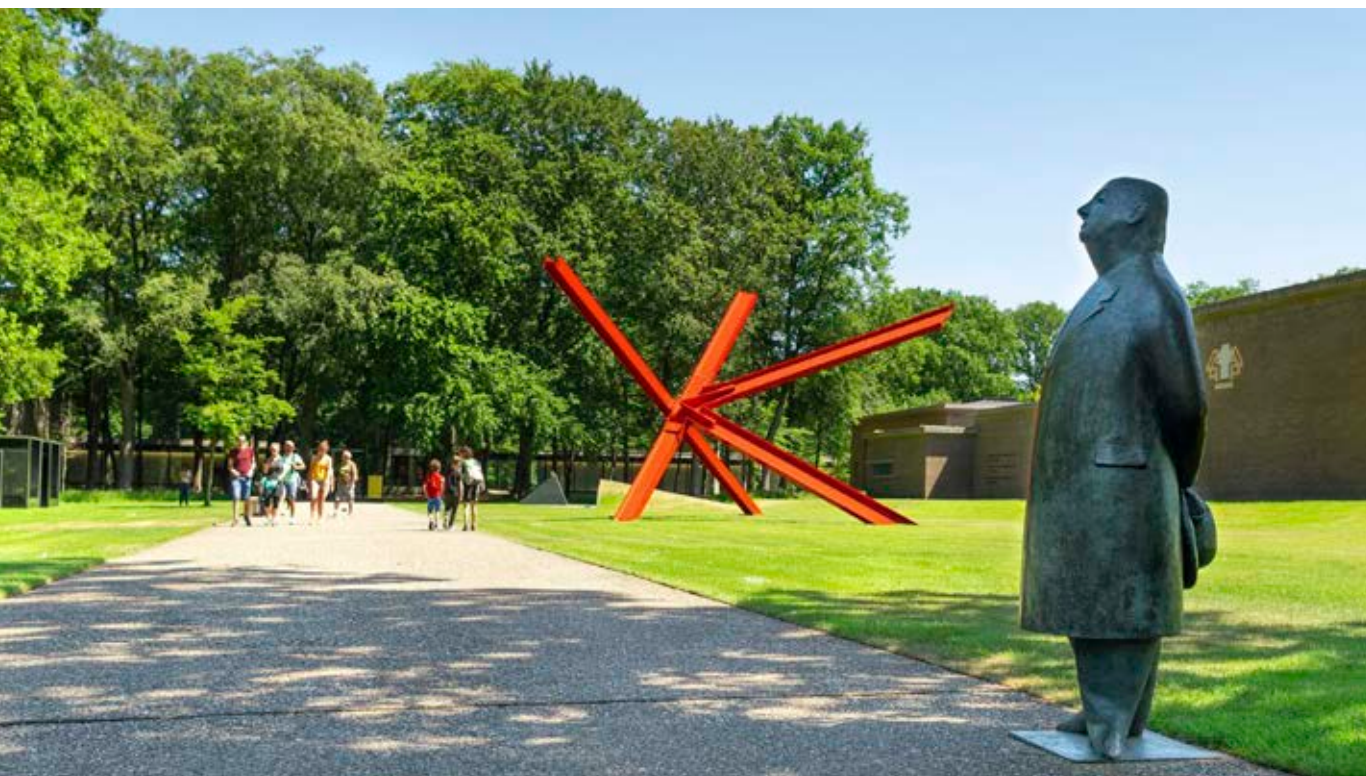
Altijd een heikel punt: de verhouding van musea met de politiek... Hoe zien jullie die?

Steven: ‘De verzelfstandiging van de rijksmusea heeft goed gewerkt. De politiek is betrokken en verantwoordelijk, maar op enige afstand. Musea zijn nu stichtingen met Raden van Toezicht van een hoog kaliber. Er gaat wel eens wat mis, maar juist dan blijkt hoe goed dit systeem

de overheid. De hoogte van de stijgende toegangsprijzen zal een van de gespreksonderwerpen moeten zijn.’

We hebben het over de grote, nationaal gesubsidieerde musea. Maar wat betekent dit voor meer lokale musea?

Tanja: ‘Als we het hebben over de relatie tussen overheid en musea, denk ik dat de politieke bemoeienis met stedelijke musea groter is, maar ook hier zie je dat gemeentebesturen kiezen voor betrokkenheid op afstand via een stichting. Hoewel, ik moet ineens denken aan de documentaire *White balls on walls* over het Stedelijk Museum in Amsterdam. In de begin-



De ingang van het museum in zomerse tijden. Foto: Marjon Gemmeke

Zijn er naast samenwerking en ruimhartig bruikleenverkeer nog aandachtspunten voor musea?

Tanja: ‘Diversiteit en inclusie blijven belangrijk. Je wilt een museum zijn waar iedereen zich welkom kan voelen, en daar hoort bij dat je staf een mix is van verschillende herkomst. Dat is hier op de Veluwe iets lastiger te realiseren dan in de grote steden. Voor ons is het ook écht een probleem dat je best veel geld kwijt bent om hier binnen te komen. Je moet twee kaartjes kopen, voor het park en voor het museum. Voor een gezin is dat een fors bedrag. Naast diversiteit in afkomst speelt voor ons dus ook inkomensdiversiteit. Mensen met een kleinere beurs moeten ook van ons museum kunnen genieten.’

werkt, zowel voor de politiek als voor de musea. Als ik naar onze directe bureaus Duitsland en België kijk, zie ik een enorme bureaucratie. Ik was een tijd als adviseur in Duitsland actief. De bemoeienis van de politiek is er enorm, evenals de traagheid van handelen. Kortom, Nederland onderscheidt zich van de buurlanden doordat we de neoliberale verleiding en ook de bureaucratische klem hebben omzeild. We kunnen hierdoor makkelijker het gesprek aangaan met

scène geeft de wethouder aan de museumdirecteur de opdracht om inclusiever en diverser te worden. Vanzelfsprekend natuurlijk, maar ik vond het eerlijk gezegd vrij schokkend dat de wethouder publiekelijk de directie op het matje riep.’

Musea, bibliotheken, archieven

Tegenwoordig wordt erfgoed erg breed gedefinieerd. Musea, archieven en bibliotheken

‘Nederland onderscheidt zich van de buurlanden doordat we de neoliberale verleiding en ook de bureaucratische klem hebben omzeild.’

Steven Engelsman



Bezoekers in de beeldentuin van het Kröller-Müller Museum. Foto Wieneke Hofland

worden hierdoor onder één noemer gebracht. Zijn de verschillen niet groter dan de overeenkomsten?

Tanja: 'Als erfgoedinspecteur heb ik veel erfgoed bezocht. Daarnaast heb ik lang gewerkt in de KB, de Nationale Bibliotheek van Nederland. Er zijn duidelijke verschillen tussen musea, bibliotheken en archieven. De laatste twee zijn doorgaans veel beter in hun informatiebeleid. Ze waren veel sneller in de digitalisering en ontsluiting van de informatieve waarde van collecties. Bij musea heb je naast de informatieve waarden ook historische en esthetische waarden. Bibliotheken en archieven zijn dus anders, maar uiteindelijk gaat het er toch om informatie zo toegankelijk mogelijk te maken. Je wilt dat iedereen bij je spullen kan, daarvan kan genieten of van kan leren, of er onderzoek naar kan doen. De ontsluiting, of dat nou boekenverzamelingen zijn, archivalia of beeldende kunst, is extreem belangrijk.'

Steven knikt instemmend en vult aan: 'Je ziet vaak dat musea hun collecties online willen brengen, maar dat alles dan volledig en compleet moet zijn. Bij Volkenkunde wilden ze ook eerst alle informatie gevalideerd hebben. Ik zei: "Wanneer denk je dat je het gevalideerd hebt? 200.000 stuks? Dat gaat nooit lukken!" We doen het onmiddellijk online. Als er fouten in zitten, worden ze hersteld. En als er meer informatie komt, voegen we die toe.'

Ontroerend

Hoe ver ga in de toegankelijkheid? In Rotterdam hebben ze nu een open depot. Bij het Centraal Museum in Utrecht kon je een tijdlang schilderijen uit het depot opvragen, die je in een apart kamertje mocht bekijken.

Tanja: 'Je moet je collectie zoveel mogelijk tonen, door veel te wisselen op zaal. Ik ben persoonlijk niet zo'n fan van open depots. Wat niet wegneemt dat, als mensen iets willen zien, ze

'Ik vond het eerlijk gezegd vrij schokkend dat de wet-houder publiekelijk de directie op het matje riep.'

Tanja de Boer

die gelegenheid moeten krijgen. Dat is in een museum een stuk lastiger dan in een bibliotheek. Bij de KB gingen dagelijks tientallen meters boeken naar de leeszaal. Die infrastructuur hebben de meeste musea niet. Een verzoek, van specialisten of anderen, moet dus een goede reden hebben.'

'Een poosje geleden kregen we zo'n bijzonder verzoek. Een van onze vaste bezoekers was buitengewoon gehecht aan een schilderij, dat helaas niet meer op zaal hing. Hij vertelde ons dat hij dit heel graag nog een keer wilde zien. Hij was erg ziek en wist niet of hij nog lang zou leven. Het werk werd toen door onze restaura-



Het gesprek met Tanja en Steven vond plaats in het Kröller-Müller Museum. Jonge bezoekers in de Van Gogh Galerij. Foto: Wieneke Hofland

‘Voor mij is het elke keer weer verrassend hoeveel mensen een speciale band hebben met een bepaald kunstwerk.’

Tanja de Boer

tor voorbereid op een bruikleen. Het lag uitgerijkt in het restauratieatelier. We hebben die meneer uitgenodigd en onze restaurator heeft hem van alles over het schilderij verteld. Dat was een ontroerende bijeenkomst. Voor mij is het elke keer weer verrassend hoeveel mensen een speciale band hebben met een bepaald kunstwerk.’

Er is de eis tot maatwerk. Tegelijk zie je dat de politiek musea wil clusteren. Ik denk aan de samenvoeging van de volkenkundige musea in Nederland en aan het MAS in Antwerpen. Ook voor Rotterdam wordt zo’n clustering als optie genoemd. Is dat wenselijk?

Steven: ‘De samenvoeging van de volkenkundige musea is een beetje uit nood geboren, omdat het Tropenmuseum in Amsterdam gesloten dreigde te worden. Maar ik begrijp je vraag: wat is de optimale omvangsgrootte? Ik geloof niet in de musea van honderden mensen. Tussen de honderd en tweehonderd medewerkers is oké, maar daarboven moet je ophouden, want dan nemen de organisatieproblemen exponentieel toe. Het Kunsthistorisches Museum in Wenen of het British Museum bijvoorbeeld zijn onbe-

weeglijke molochs. Hoe groter musea zijn, hoe minder ze bereid zijn tot samenwerking.’

Wensen voor musea

Tanja knikt en vult aan: ‘Samenwerken doen we het liefst alleen. Want we zijn toch ook een beetje concurrenten. Samenwerken lukt alleen als je het samen gezellig hebt, met begrip voor elkaars standpunt. Ik heb zelf meegewerkt aan Van Gogh Worldwide. Dat is een initiatief van het Van Gogh Museum, het RKD-Nederlands Instituut voor Kunstgeschiedenis en het Kröller-Müller Museum om één platform te maken voor alle gegevens over alle werken van Van Gogh. Drie instellingen met een andere cultuur. Dat was echt wennen en soms lastig. Maar de sleutel tot succes was, naast ons geloof in het platform, ons uitgangspunt dat samenwerken ook leuk moest zijn.’

Steven: ‘Ook intern moet het leuk zijn om samen te werken. De sleutel voor goed management in een museum is de samenwerking tussen de afdelingen en de medewerkers. Dat het prettig werken is en dat als er ruzies ontstaan je die snel oplost. Je moet geen veenbranden

hebben, van die onderhuidse spanningen. Dat vreet energie en sloopt een organisatie.’

Jullie zijn allebei gepokt en gemazeld in het museumvak. Hebben jullie nog wensen?

Tanja: ‘Naast een goede opleiding voor registrars zou ik graag de mobiliteit van medewerkers tussen musea willen vergroten, zeker voor de kennis over en de omschrijving van collecties. Het is ongelooflijk belangrijk dat je op andere plekken gaat kijken. Medewerkers die ergens anders mogen rondneuzen of werken, komen met een nieuwe blik terug. Het is verfrissend voor jezelf en voor de organisatie. We moeten met zijn allen ervoor zorgen dat die mobiliteit echt goed op gang komt en blijft draaien.’

‘Het is ongelooflijk belangrijk dat je op andere plekken gaat kijken.’

Tanja de Boer

Steven: ‘Daar sluit ik me graag bij aan. Voor mij zit het ook in de bereidheid om kennis te delen. Om naast je eigen museumbelang ook het grotere geheel te willen zien. Ik hoop dat naast de Museumvereniging ook instellingen zoals OPEN, en ICOM in Nederland en Vlaanderen, ons blad *Museumpeil* gaan steunen. Zoals Tanja aangeeft: van kennis delen word je rijker.’ ◀

‘BELEIDSPLAN? ZIT IN MIJN HOOFD’

Gesprek met Henk Visscher, Automuseum in Buren

Een industrieterrein bij een (schijnbaar) doodgewone buitenwijk in Buren, Gelderland. Op een lommerrijke plek tussen rivieren en fruitbomen ligt mijn plaats van bestemming. Het stadje Buren heeft niet meer dan 3500 inwoners, maar herbergt drie musea: het door vrijwilligers gerunde Oranjemuseum, het door defensie gesubsidieerde Marechaussee Museum en op dit industrieterrein het fonkelnieuwe Automuseum, een privémuseum, dat open is van donderdag tot en met zondag. Ik ben er op een dinsdag.

Alexandra van Steen



Henk Visscher (links) en zijn broer Chris

► De buitenzijde verraaft niets van de spectaculaire binnenkant, die ik pas te zien krijg als de vriendelijke gastheer en eigenaar Henk Visscher de deuren openzwaait en de lichten ontsteekt. Nog maar een dag geleden verstuurd ik hem m'n mail met het verzoek voor een interview en vandaag al kan ik bij hem en in zijn museum terecht. 'Je bent meer dan welkom!' De andere musea die ik gemaild heb, hebben nog niets laten weten. Is dit het eerste verschil tussen een privé-museum en de gesubsidieerde sector?

Gezellig ouwehoeren over de Peugeot 405

Het Automuseum in Buren is op 9 december 2022 geopend. Vanuit het niets heeft Henk dit pand gekocht en zijn imposante verzameling in drie grote hallen tentoongesteld. Het gaat voornamelijk om Franse oldtimers, maar ook Opel en een collectie bromfietsen zijn vertegenwoordigd. Nadat hij zijn activiteiten als eigenaar en algemeen directeur



‘Het scheelt natuurlijk ook dat de beslissingen die genomen moeten worden niet over allerlei managementlagen heen hoeven.’

van zijn dealerbedrijf had beëindigd, kon Henk niet zomaar niets doen en besloot hij zijn verzameling te delen met het publiek. Op zijn kantoor ligt een flinke stapel kranten en bladen die al over zijn museum hebben geschreven. Tweede opmerkelijk feit: er is niet één tijdschrift over musea of cultuur bij. In het jongste nummer van *Autoweek Classic* schrijft Michiel Willebrands: ‘In het Louman museum in Den Haag, 170.000 bezoekers per jaar, duik je in de totale autogeschiedenis. In Buren kun je gezellig ouwehoeren over die Peugeot 405 of de Simca 1100. Twee verschillende werelden, op hun eigen manier geweldig leuk. We boffen toch maar met twee zulke unieke musea in het kleine Nederland.’

Beleidsplan? Businessmodel!

De ICOM-definitie van musea is volledig toepasbaar op het Automuseum. Winst hoeft Henk niet te maken, vertelt hij mij, maar de kosten van het pand, licht en verwarming moeten natuurlijk wel opgehoest worden. Als ik hem vraag naar een beleidsplan, denkt hij niet lang na: ‘Het zit allemaal in mijn hoofd.’ Een businessmodel heeft hij wel. Naast de toegangskaartjes

is er de mogelijkheid om auto's te huren, ruimtes te gebruiken voor bijeenkomsten en evenementen te organiseren. Veel grote evenementen organiseert hij zelf. Maar een beleidsplan voor het museum, zodat het kan blijven voortbestaan, nee, daar heeft hij nog niet over nagedacht. Het is wel een wens, maar ja, de tijd... ‘Het is allemaal nogal snel gegaan,’ legt hij uit.

We praten over de voordelen van erfgoedhuizen en de museumvereniging. Onderwijl typt hij een mail naar Erfgoed Gelderland, een van de ondersteunende organisaties voor musea en historische verenigingen in Nederland, om lid te worden. Dit is een derde opmerkelijk verschil. Een ondernemer als Henk schakelt snel en ziet meteen kansen. Het scheelt natuurlijk ook dat de beslissingen die genomen moeten worden niet over allerlei managementlagen heen hoeven. Net zo voor het contact met de museumvereniging. Hij heeft er eerder wel al naar gekeken, maar concludeerde dat het proces, ‘een erkend museum worden’, toch wat meer voeten in de aarde heeft dan een simpel formuliertje invullen. ‘Kun jij dat niet voor me regelen?’



‘De Citroën heb ik net opgemeten of de kist erin past. Hij wordt morgen gebruikt als speciaal verzoek tijdens een begrafenis.’





Walhalla voor de liefhebber

Een bedrijfsplan heeft hij dus wel. Tijdens het gesprek komt een liefhebber een gehuurde auto terugbrengen. 'Kijk,' zegt Henk, 'dat is een onderdeel van het bedrijfsplan. Sommige auto's kunnen verhuurd worden. Dat levert geld op, waarmee ik weer zaken kan betalen voor het museum.' Hij neemt me mee naar een mooie ruimte boven de hallen, waar de auto's glimmend staan te pronken. 'Geen paaltjes en hekjes, je kunt alles aanraken,' zegt Henk. 'We hadden laatst blinden op bezoek. Die zie je genieten als alles aangeraakt mag worden.' Museummen hebben daar beleidsplannen voor, vragen subsidie aan, regelen speciale rondleidingen en toeteren het van de daken! Kijk eens hoe inclusief we zijn. Bij Henk is het een van de normaalste zaken van de wereld.

We kijken naar de hal beneden. Links staat een prachtige witte Citroën ID 20 Familiale met de achterklep omhoog. 'De Citroën heb ik net opgemeten of de kist erin past. Hij wordt morgen gebruikt als speciaal verzoek tijdens een begrafenis. En ja, dan moet je wel zeker weten of de kist erin past.' De ruimte waar we naartoe lopen verhuurt Henk voor presentaties of vergaderingen. Op tafel ligt een prachtig antiqua-

risch boek uit de jaren 1920. Aan de wand staan boekenkasten vol met boeken over Simca Citroën en Peugeot, maar ook over de regio, Buren en oranje en veel meer.

Op mijn vraag of dit ook toegankelijk is voor bezoekers knikt Henk enthousiast. 'Ze mogen hier de hele dag lezen en kijken, geen probleem. Er is zelfs een uitgebreid brochure- en tijdschriftenarchief. Een walhalla voor de liefhebber van klassieke auto's. Maar natuurlijk

De vrijwilligers, zestig in totaal, die zo nu en dan het kantoor inlopen, stralen van plezier.

ook belangrijk voor het behoud van dit papieren erfgoed. Dit geldt ook voor de prachtig vormgegeven posters die de ruimtes sieren, de speciale foto's die Erwin Olaf heeft gemaakt van de modellen en de indrukwekkende tijdlijn die bij binnenkomst op de muur te zien is. Hierin zie je de modellen mee evolueren met de tijd én zie je ook hoe de auto's veiliger zijn geworden: het aantal verkeersslachtoffers wordt genoemd. Een mooie vorm van educatie die meteen te zien is zodra je binnenkomt.

Platte organisatie, trotse vrijwilligers

Als we weer terug zijn in het kantoor, laat hij me beelden van een recent verjaardagsfeestje zien op zijn telefoon. Een geanimeerd gezelschap danst vrolijk op muziek uit de jaren 1950 en 1960 tussen de auto's. 'Dat kan hier ook ge-

woon,' zegt Henk. 'Dit levert namelijk weer wat op zodat we het museum kunnen blijven exploiteren.' Onmiddellijk denk ik aan de Nachten van de Musea die, volledig gesubsidieerd, plaatsvinden in diverse steden. Daar zie je ook mensen dansen tussen de collectie. Het gaat daar om projecten die tot stand komen na diverse vergaderingen en met uitgebreide beleidsplannen, bedoeld om 'andere doelgroepen' te trekken. Als ondernemer, vertelt Henk, behoort dit 'gewoon' tot zijn businessmodel.

De vrijwilligers, zestig in totaal, die zo nu en dan het kantoor inlopen, stralen van plezier. Op mijn vraag hoe het museum maatschappelijk ingebed is in de plaats Buren, vertelt Henk dat alle vrijwilligers supertrots zijn om hier te werken. Voor hen is het een stukje zingeving. Ze ontvangen de mensen en kunnen trots vertellen over de modellen die te zien zijn. Er zijn er die de auto's poetsen en klaarmaken voor de verhuur. Ook Henk zelf is vaak te vinden in het museum en haalt ook al eens een lapje over de wc-bril als dat nodig is: 'Van mijn vrouw geleerd.' Een 'platte' organisatie waar iedereen telt en iedereen meewerkt.

Kansen zien

En ja, er zijn nog genoeg wensen. Die registratie als erkend museum, een stukje educatie, wat meer multimedia om de bezoekers te verwennen met informatie die nu door de vrijwilligers wordt gegeven. En er staat al een uitbreiding op het programma voor een verdieping Datsun sportauto's uit de jaren 1970 en nog een nieuwe expohal.

Als ik naar buiten loop, komt de ondernemer van sleepauto's uit Buren, de overbuurman van het museum, mij tegemoet. We kennen elkaar als stadgenoten allang. Henk noemt hij een top-ondernemer die heel goed is in... 'anderen aan het werk zetten', vul ik in. Henk ziet als ondernemer snel kansen die het museum verder kunnen helpen. Maar hij erkent ook dat sommige museumtaken nog vreemd voor hem zijn.

Zou het niet zinnig zijn als de musea die volledig op vrijwilligers draaien, zij die volledig gesubsidieerd zijn én privémusea zoals het Automuseum eens de koppen bij elkaar steken, om van elkaar te leren? Bijvoorbeeld in Buren, waar je ze alle drie samen hebt?

Ongetwijfeld levert zo'n blik van buiten iets op. Voor alle musea. ♦



Naam?

Erfgoedfabriek

Functie?

Erfgoeddepot: nieuwe hub voor roerend (Museum Brugge), onroerend (Raakvlak) en immaterieel erfgoed (Kostuumatelier) van Brugge en omstreken

Depotruimte?

7.355m² aan depot- en facilitaire ruimtes:

- ▶ 6 geklimatiseerde depotruimtes voor Museum Brugge, in totaal 2.796 m²
- ▶ 2 depotruimtes voor Raakvlak (waarvan 1 geklimatiseerd), in totaal 1.005 m²
- ▶ 11 facilitaire ruimtes, waaronder bureaus en vergaderzalen, een anoxiekamer en quarantaineruimte, een fotostudio, wasplaats Raakvlak, educatieve ruimtes Raakvlak, opslag scenografie, koelcel
- ▶ Kostuumatelier met naaiatelier, verhuurafdeling en stockruimte

Opdrachtgever?

Facilitair Beheer (Stad Brugge)

Bouwheer?

Stad Brugge

Budget?

€ 2,5 miljoen: aankoop gronden en gebouw
 € 9,8 miljoen: verbouwing, ereloon, beveiliging, etc
 € 1,5 miljoen: depotinrichting

Architect?

Architectenbureau Claeys-Haelvoet

Hoofdaannemer?

Verstraete Team

Uitvoering interieur?

Bruynzeel Storage Systems

Duurzaamheid? Energielabel? Van waar komen de materialen? Hergebruik?

- ▶ EPB berekening: E-Peil 99 (industrie)
- ▶ Hergebruik van dragende structuur voormalige kaarsenfabriek, met nieuw dak, nieuwe vloerplaat en geïsoleerde buitenschil.
- ▶ HVAC-systeem (noodzakelijk voor stabiele temperatuur en relatieve luchtvochtigheid)
- ▶ Aangesloten op het warmtenet van IVBO.
- ▶ Zonnepanelen op het dak
- ▶ Drie grote regenputten met opslag- en recuperatiecapaciteit voor 60.000 liter regenwater.
- ▶ Elektriciteit en regenwater beschikbaar zowel voor gebruik binnen het gebouw als voor andere stadsgebouwen en -diensten.





DE VERBEKE FOUNDATION

Sponsored by nature

Een themanummer van *Museumpeil* over commercie, museale privé-initiatieven en de blik van buiten: in een gesprek met Geert Verbeke van de Verbeke Foundation komt het allemaal aan bod.

Tonia Dhaese

Verbeke Foundation?

Geert Verbeke runde een transportbedrijf in Kemzeke in het Waasland (Oost-Vlaanderen) en verzamelt al meer dan 35 jaar, samen met zijn echtgenote Carla Lens, moderne en hedendaagse kunst. Ze verkochten het bedrijf, maar behielden het terrein en de gebouwen. Hun collectie omvat ondertussen 7000 werken: collages en assemblages, creaties van bio-artiesten en indrukwekkende buiteninstallaties. Sinds 2007 stellen ze die tentoon op een site van 12 hectare en met 20.000 m² overdekte gebouwen.

De Foundation is geen commerciële instelling. 'We hebben wél commercie nodig om kunst te kunnen blijven aankopen en tentoonstellingen te kunnen bouwen.'

► Hijskranen en bulldozers

'Een verzamelaar is verplicht om tentoon te stellen,' zegt Geert Verbeke. 'De kunstenaar heeft het werk niet voor zichzelf of alleen voor de verzamelaar gemaakt. Je moet het aan de mensen laten zien.' Dit typeert de man. Ik zal nog markante uitspraken horen en lezen van een geëngageerd kunstverzamelaar die zich anarchist, dadaïst en surrealist noemt. 'Idealist' kan er ook nog wel bij, geeft hijzelf toe.

Vorig jaar vierde de stichting haar vijftienjarig bestaan met de overzichtstentoonstelling *Sans dieu, sans maître, sans roi et sans droits* (Zonder god, zonder meester, zonder koning en zonder rechten). De woorden zijn van E.L.T. Mesens, veelzijdig kunstenaar, galeriehouder en promotor van de surrealistische beweging in België. In de uitzonderlijke collagecollectie van de Foundation zijn er tientallen collages van zijn hand. 'Mijn leven is ook een collage,' zegt Verbeke, wiens eerdere jobs en ervaringen mooi samenkomen in zijn verzamelpassie voor kunst. Zo komt zijn ervaring als ondernemer van een transport- en overslagbedrijf goed van pas bij het beheren van een kunstsitatie waar hijskranen en bulldozers onontbeerlijk zijn en grote werken geregeld getransporteerd moeten worden.



Geert Verbeke is geen museummens. Of beter: geen klassiek museummens. Ik geef hem met enige schroom het recente nummer van *Museumpeil*. Hij begint er onmiddellijk geïnteresseerd in te bladeren en bij de pagina's 54-55 wijst hij op de enorme lichtinstallatie *Reversed Landscape* van Gijs Van Vaerenbergh die nu in het Kunstmuseum Den Haag hangt. 'Dit werk werd ons ook aangeboden na de expo,' zegt hij, 'maar voor ons was het te gepolijst, te clean. Het paste niet in onze collectie.'

Wc-rol

Wat is de visie van Verbeke? Wat is er zo specifiek aan de Verbeke Foundation? Is de stichting



De dinosaurus van Geert Verbeke



Geert Verbeke bij *Trace and forget* van Daddy Tshikaya. De metalen constructies, de stenen en de locomotieven behoren tot de installatie die in 2022 in residentie is gemaakt. Foto: Tineke Schuurmans

een museum? We nemen er de (nieuwe) museumdefinitie van ICOM bij. 'De Verbeke Foundation is een permanente instelling, zonder winst-oogmerk, in dienst van de samenleving.' Check!

De Foundation is geen commerciële instelling. 'We hebben wél commercie nodig om kunst te kunnen blijven aankopen en tentoonstellingen te kunnen bouwen,' verduidelijkt Verbeke. De stichting ontvangt geen overheidssubsidies. Het verdienmodel: evenementen organiseren voor bedrijven en particulieren. Je kan met z'n tweeën overnachten in de *CasAnus* van Atelier Van Lieshout, een gigantische replica van een dikke darm met anus, en in *Blob VB3*, een reuzengrote druppel die dmvA-architecten ontwierpen als compacte woon- en slaapruiimte. Het is een succesformule. Binnenkort kan het ook in de gigantische wc-rol van Lode Van Pee, die twintig jaar in het Design Museum van Gent stond. Uiteraard brengen ook de bezoekers (50.000 per jaar) geld in het laatje. Een kaartje (voltarief) kost 13 euro. Als toegangsticket krijg je een klein rond stickertje met daarop de tekst 'sponsored by nature'. Voor die prijs kan je gerust drie à vier uur ronddwalen in de binnen- en buitenruimtes.

'Zoals een museum staat ook de stichting in dienst van de samenleving: Verbeke vindt het zijn plicht om zijn collectie te tonen aan het publiek.'

Kapel-met-populieren

Zoals een museum staat ook de stichting in dienst van de samenleving: Verbeke vindt het zijn plicht om zijn collectie te tonen aan het publiek.

'Een museum is gericht op het onderzoeken, verzamelen, bewaren, interpreteren en tentoonstellen van materieel en immaterieel erfgoed'. De Verbeke Foundation publiceert regelmatig boeken over de collectie (ondertussen zijn dat er meer dan veertig) en laat onderzoek uitvoeren op bepaalde deelcollecties, vooral op de 'levende kunst' of bio-art. Kunstenaar Martin uit den Bogaard laat bijvoorbeeld zien dat ook dode wezens – of een afgesneden menselijke vinger – voortdurend veranderingen ondergaan. Hij vertaalt dat proces in geluid en diagrammen op scherm. Verbeke heeft iets met de dood. Leven en dood horen samen, er is zelfs leven in dode dingen.

De Foundation bewaart en toont materieel erfgoed. Het bewaren gebeurt op twee manieren.

Bij de collages en alle objecten die binnen worden getoond is er aandacht voor de klimatologische omstandigheden. De werken buiten horen in de natuur en veel assemblages evolueren zelfs mee met die natuur. De Baudelokapel van Marinus Boezem is daar een indrukwekkend voorbeeld van. In deze Gentse kapel stond twaalf jaar lang een enorme steiger die de spanten en het dak ondersteunde. Na restauratie werd de constructie verplaatst naar Kemzeke, toevallig ook de plaats waar de oorspronkelijke Baudelo-abdij stond. Tussen de steigers zijn populieren geplant en de bodem is bedekt met scherven zwarte leisteen die afkomstig zijn van het dak van de kerk. De plattegrond van de kapel is in een betonnen fundering zichtbaar gemaakt. Het is een groeiende en wonderbaarlijke sculptuur geworden.

Twee keer per jaar wordt een tentoonstelling georganiseerd. Daarvoor zijn er geen vaste criteria. Soms is dat een tentoonstelling over kunstenaars uit de collectie maar het kan evengoed gaan over



La Lumière Cistercienne Baudelo-Gent van Marinus Boezem. Foto: Picarus

Kunst en natuur: goede voorbeelden

Insel Hombroich bij Düsseldorf is voor Geert Verbeke een goed voorbeeld van een museum: een organisch geheel van kunst en natuur. Ook daar wordt geen uitleg gegeven bij de kunstwerken; zelfs de namen van de kunstenaars worden niet vermeld. En er is Museo Vostell Malpartida in een uitgestrekt natuurlandschap in het Spaanse Extremadura. Beide musea waren voor Verbeke een inspiratiebron bij zijn opzet.

‘Het Middelheimmuseum vind ik ook een zalige plek met een magnifieke collectie, maar ik mis er wel een binnenruimte. Het nieuwe Collectiepaviljoen is zeker een goede zaak. Maar waarom verhuist het M HKA niet naar het Middelheim?’ En dan volgt een interessant weetje: ‘In 1969 opperde Léon Stynen al om een onuitgevoerd museumproject van Le Corbusier in het Middelheimpark neer te zetten.’ (Het Musée à Croissance Illimitée uit 1939. Kort na het leggen van de eerste steen werden de bouwwerken stopgezet omdat het park tot groene zone werd uitgeroepen, red.) ‘Had men dat toen maar gebouwd: een museum van Le Corbusier!’

‘Waarom wordt er in musea toch zoveel weggegooid? Is dat duurzaam ondernemen?’

andere kunstenaars. Altijd ligt de nadruk op collage, assemblage, natuur en omgeving.

Ethisch en professioneel

‘Musea zijn openbaar toegankelijk en inclusief en bevorderen diversiteit en duurzaamheid.’ Ook voor Verbeke is dit belangrijk en bovendien is recyclage hier een sleutelwoord. Check dus.

Hergebruik komt al tot uiting in de vele assemblages en installaties. De meubels en voorwerpen in de loodsen en in de bijzondere cafetaria zijn gemaakt van gerecycleerd materiaal. De kachels zijn oude druktanks van een schip, er staan tweedehandsstoelen van Friso Kramer uit de jaren 1960 en de tafels zijn gemaakt van oude houten containervloeren. En het oogt nog mooi ook.

De stichting heeft negen medewerkers: Verbeke en echtgenote, twee curatoren, een collectiebeheerder, een tekstschrijver/lay-outer, een sociale media-manager, een technisch mede-

werker en een onthaalmedewerker. Daarnaast doet Verbeke een beroep op enkele vrijwilligers en studenten, meestal voor de cafetaria. De Verbeke Foundation werkt en communiceert ethisch en professioneel, zoals dat ook van musea wordt verwacht. Het participatieve aspect is hier weliswaar minimaal. Er is de enthousiaste vrijwilligersploeg, maar Geert Verbeke beslist over de meeste zaken zelf. Ik pols of zijn echtgenote niet meebeslist. Nee, hij baseert zich op zijn jarenlange ervaring en buikgevoel. Het is goed zo, hij houdt van die onafhankelijkheid en vrijheid. Ik vermoed dat Carla Lens de stille kracht is achter haar gedreven man.

De museumdefinitie sluit af met ervaringen die musea bieden. Een bezoek aan de Foundation zorgt zeker voor een verscheidenheid aan ervaringen op het vlak van educatie, plezier en reflectie. Kennisdeling is er in mindere mate. De bezoeker moet vooral de kunst beleven en verwonderd worden.

De Verbeke Foundation is dus geen 100% museum, maar dat is van geen belang voor Verbeke. Hij toont zijn verzameling, hij deelt wat hij mooi vindt en wil de mensen vooral verwonderen. En hij legt een link tussen kunst, cultuur en natuur.

Verbazing en verwondering

Wanneer ik vraag of Geert Verbeke adviezen heeft voor traditionele musea, is het antwoord kort en krachtig: ‘Ik moet geen adviezen geven aan musea!’ Maar af en toe, tussen de regels, hoor ik toch enkele suggesties. ‘Waarom wordt er in musea toch zoveel weggegooid? Oude granieten sokkels kunnen toch gerecupereerd worden? Is dat duurzaam ondernemen?’ In de Verbeke Foundation staan nu de oude sokkels van het KMSKA opgesteld, een nieuw (kunst-)werk midden de natuur. Het stemt tot nadenken en is ook bijzonder om te zien. ‘In de transportsector werkte ik met minimale winstmarges, daar



Spoodopname van René Van Daele, als signalisatie van de toiletten. Foto: Tineke Schuurmans →

Wc-rol van Lode Van Pee. Foto: Tineke Schuurmans ⇐

‘In de transportsector werkte ik met minimale winstmarges, daar heb ik veel uit geleerd. Voor ik een euro uitgeef, moet ik dat goed overwegen.’

heb ik veel uit geleerd. Voor ik een euro uitgeef, moet ik dat goed overwegen. Ik kan me geen werken veroorloven met spectaculaire prijzen.’ Hij kent Fernand Huts goed, het zijn beiden verzamelaars, maar daar houdt de vergelijking volgens Verbeke op. ‘We hebben wel op dezelfde dag een skelet van een dinosaurius gekocht, dat is waar. Al kostte mijn dinosaurius een pak minder,’ zegt hij lachend. De dinosaurius van Fernand Huts zal te zien zijn in de Boerentoren in Antwerpen, de dinosaurius van Verbeke is te zien op een enorme sticker op een trailer.

‘Een museum moet de mensen verwonderen,’ zegt hij nog. En inderdaad, als je op de site rondloopt, val je van de ene verbazing in de andere. De oranje ronde tuigen zijn geen UFO’s die zijn gestrand in het Waasland, hoor ik nu, maar gerecupereerde reddingcapsules van een boorplatform. *The Miele Space Station*, een hoekig ruimtetuig-achtig voorwerp, is gemaakt van deuren

van oude wasmachines van Miele. Een voorbeeld van circulair ontwerpen van Césaire Peeren.

Er valt nog veel meer te vertellen over de Verbeke Foundation. Op het internet vind je verschillende artikels ‘en soms is er ook een negatieve recensie. Van *De Witte Raaf* bijvoorbeeld, ‘*De Zwarte Kraai*,’ grapt Verbeke. ‘Daar kan men op bestelling negatieve recensies laten publiceren.’ De man zit niet om een boude uitspraak en een kwinkslag verlegen. De toiletten worden aangeduid met ‘Spoedopname’ in grote letters (uit het AZ Groeninge in Kortrijk). En op een bord met opschrift ‘Unesco Werelderfgoed’ heeft Verbeke ‘*pending*’ boven de woorden geschilderd.

Aan de balie ligt ook een foldertje van Fabriek Noord in Antwerpen. In mei openden de Verbeke Foundation en Dennis Van Mol een kunst-ruimte en galerie in het vroegere cultureel-

sociaal platform van de kunstenaars Walter Goossens en Christine Teller. Samen met de kunstenaars en met galerie arrière-Garde is er nieuw leven gebracht in Fabriek Noord. Voortaan worden er verkoopstentoonstellingen georganiseerd met vaak een link naar de Foundation.

Terwijl we het gesprek afronden, krijgt Geert Verbeke telefoon. Ik luister niet, maar hoor hem zeggen: ‘Ga je morgen mee naar Gent, naar dat klein gebouwke? Ja, met die grote partij glas. Met een klein bulldozerke en met nappen zouden die glaspartijen eruit gehaald kunnen worden.’ Bij het verschijnen van dit artikel zal blijken of Geert Verbeke het glazen paviljoen in Gent (in het Vleeshuis) – want daar ging het over aan de telefoon – op de kop heeft kunnen tikken. Als dat het geval is, krijgt het op zijn site een tweede leven. ◀

→ Oranjerie-cafeteria. Foto: Tineke Schuurmans

↓ In afwachting... Foto: Tineke Schuurmans



▶ Meer weten?

<https://www.verbekefoundation.com/>

De wintertentoonstelling loopt van 19 november 2023 tot en met 21 april 2024. Kunstenaars zijn onder andere Pieter Celie, Servaas, Dre Peeters, Paul Panhuysen, Henri B. Defauw, Tjibbe Hooghiemstra (collectie Verbeke Foundation), Géraldine de Bellaing en Hans Overvliet en Koen Deprez.

BEVLOGEN LESSEN NEDERLANDS IN HET MUSEUM

Een museumbezoek is niet voor iedereen vanzelfsprekend. Voor veel mensen die het Nederlands nog niet machtig zijn of een taalachterstand hebben, is het museum een plek waar zij helemaal geen verbinding mee voelen. Musea zijn er voor iedereen, maar ze worstelen met een doelgroep die ze niet kunnen bereiken. Veertig klassen met NT2- of NT1-cursisten brengen de komende periode een bezoekje aan Zuid-Hollandse musea in het kader van het project *Sprekend Erfgoed*, opgezet door Erfgoedhuis Zuid-Holland. Daarin worden taallessen gecombineerd met museumbezoeken.

Janneke van Es, Erfgoedhuis Zuid-Holland



Nederlands leren in het museum. Foto Fred Ernst

► Taaldocenten en museummedewerkers werken in het project *Sprekend Erfgoed* samen om drie tot vier passende taallessen in het lokale museum te organiseren. De lessen zijn voor cursisten die het Nederlands leren als nieuwe taal (NT2) en voor mensen die Nederlands als moedertaal hebben, maar laaggeletterd zijn (NT1), twee doelgroepen voor wie de drempel om een museum te bezoeken erg hoog ligt. Er zijn best veel talige elementen in musea en bovendien is zo'n museum voor veel

deelnemers een nog onbekende omgeving.

In 2021 deed Erfgoedhuis al een pilot van dit project met vier musea in Dordrecht, Sliedrecht, Leiden en Vlaarding. Dat bleek een succes.

Educatoren waren enthousiast: 'Er komt met dit project een doelgroep binnen die normaal niet zo makkelijk de weg vindt naar de musea.' Ook taaldocenten zagen een meerwaarde, omdat ze taal direct kunnen koppelen aan

Taaldocenten zagen een meerwaarde, omdat ze taal direct kunnen koppelen aan voorwerpen, kunst, objecten en thema's die vaak gerelateerd zijn aan de lokale geschiedenis.



voorwerpen, kunst, objecten en thema's die vaak gerelateerd zijn aan de lokale geschiedenis. Daarnaast deden de deelnemers van de cursus contacten op bij de vrijwilligers die vanuit het museum deze lessen ondersteunen. Zo kwamen lokale musea en nieuwe Nederlanders in elkaars netwerk. Daar komen op termijn misschien wel nieuwe bezoekers, vrijwilligers en ideeën uit voort.

Tijd voor een vervolg! Inmiddels doen 21 musea verspreid over Zuid-Holland mee aan *Sprekend Erfgoed*. Erfgoedhuis Zuid-Holland werkt samen met o.a. Stichting Vluchtelingenwerk Nederland en NLtraining, waardoor er aan ieder museum een enthousiaste taaldocent wordt gekoppeld.

Betrokkenheid

Om het project te laten slagen zijn museumbezoeken een onderdeel van de reguliere lessen. Bij NT2-cursisten vinden ze plaats tijdens de taallessen, een onderdeel van hun inburgeringsprogramma. De NT1-cursisten gaan naar het museum als onderdeel van de lessen die zij vrijwillig volgen, of na een oproep van de bibliotheek. Cursisten hoeven niet, naast een vaak druk lesprogramma en hun persoonlijke verplichtingen, mee met een buitenschools uitstapje. De betrokkenheid ligt daardoor veel hoger. Nog belangrijker is dat de museumbezoeken de reguliere lessen verrijken.

Voor een groot deel van de doelgroep is geld misschien wel een van de hoogste drempels voor een museumbezoek. In veel gevallen bieden deelnemende musea vrijkaartjes aan na afloop van de lessen of reikt de taaldocent andere mogelijkheden aan voor een gratis muse-

umbezoek. Zo kunnen de cursisten met familie of vrienden een tweede bezoek aan het museum brengen.

'In het museum is er ook ruimte om aandacht te besteden aan de "gevoelskant" van taal.'

Er is ook bewust gekozen om niet slechts één les in het museum te laten plaatsvinden, maar een reeks van drie à vier lessen. Cursisten moeten vaak wennen aan een nieuwe omgeving en door meerdere bezoeken aan hetzelfde museum te brengen kunnen alle onderwerpen rustig behandeld worden. Dat is ook prettig voor de museummedewerkers en taaldocenten. De meeste betrokkenen vanuit de musea hebben geen ervaring met deze doelgroep. Voor hen biedt dit project een kennismaking met de doelgroep en een leermogelijkheid voor het goed begeleiden en rondleiden van NT2- of NT1-cursisten.

Samenwerking en enthousiasme

De samenwerking tussen de taal- en museumdocenten is een van de facetten die dit project zo waardevol maakt. Ieder dragen zij vanuit hun expertise bij om de lessen tot een succes te maken. Het Erfgoedhuis doet de coördinatie en brengt de partijen met elkaar in contact. De taaldocenten en museummedewerkers zijn verder vrij in de vormgeving van de lessen. Dit resulteert in mooie lessen die afgestemd zijn op het niveau van de groep en de museumcollectie.

Dit is niet enkel een manier om nieuwe doelgroepen in het museum te krijgen. De muse-

umbezoeken bieden ook een mooie aanvulling op de reguliere taallessen. NT2-docent Marjolne van Hooft gaf lessen in Museum Gouda. 'De reguliere lessen zijn heel functioneel,' gaf Van Hooft aan na afloop van de lessenreeks. 'De cursisten leren daar wat ze nodig hebben om te functioneren in de maatschappij. In het museum is er ook ruimte om aandacht te besteden aan de "gevoelskant" van taal.'

Van alles mogelijk

Niet alleen de grote en bekende musea doen mee in dit project. In ieder museum zijn wel aanknopingspunten te vinden voor mooie taallessen en in kleine streekmusea valt net zoveel te ontdekken als in de grotere musea. Vaak worden thema's behandeld die in de gewone taallessen aan bod komen. Dit werd bijvoorbeeld mooi zichtbaar toen nieuwe inwoners van Sliedrecht in het Nationaal Baggermuseum voor het eerst in aanraking kwamen met de bijzondere baggerindustrie.

Onderwerpen als wonen, religie, feest of natuur worden gekoppeld aan de museumcollectie. In Museum Gouda werd in de eerste les bijvoorbeeld aandacht besteed aan het onderwerp 'kennismaking'. De cursisten maakten kennis met de stad en het museum. Omdat er altijd wel aanknopingspunten te vinden zijn, kunnen in bijna ieder museum cursisten met diverse taalniveaus terecht.

Ook bevatten de lessen vaak een niet-talig element. Tijdens zulke opdrachten kunnen de cursisten andere talenten laten zien. Hierdoor worden ze minder geconfronteerd met hun taalachterstand en kunnen ze eerder zichzelf zijn. Iemand is bijvoorbeeld nog niet zo goed in Nederlands, maar kan heel mooi tekenen. Een ander laat iets van zichzelf zien door muziek te delen.

De taal-museumduo's werken met veel bevoegdheid aan de lessen. Er is bij alle partijen een flinke dosis creativiteit en flexibiliteit nodig, maar vaak kan er met heel weinig al veel gedaan worden. Zo kan bestaand lesmateriaal dat doorgaans wordt ingezet voor schoolklassen, met enkele aanpassingen geschikt gemaakt worden voor de volwassen doelgroep. Soms vormt het museum zelf al een onderwerp voor een les.

Een les Eritrees

In de pilot werden tijdens de laatste les in een reeks in Museum Vlaardingen de rollen omgedraaid. Er zaten veel Eritrese cursisten in de



Nederlands leren in het museum. Foto Fred Ernst

projectgroep en van hen kregen de taaldocent, de museumdocent en medewerkers van Erfgoedhuis Zuid-Holland een lesje in hun taal, Tigrinya. Ook zijn meerdere lessenreeksen afgesloten met een feestelijke bijeenkomst, waarop iedereen gerechten meebracht uit zijn of haar cultuur. De lessen aan de hand van de museumcollectie brengen mooie gesprekken teweeg en bieden ruimte voor cultuuruitwisseling. Mede hierdoor leren niet alleen de cursisten nieuwe dingen: iedereen leert van elkaar.

‘Dat ik dit nog mag meemaken op mijn leeftijd; nooit gedacht dat ik een voet over de drempel van een museum zou zetten.’

Nooit meegemaakt

Niet alleen mensen die het Nederlands nog moeten leren doen mee. In Nederland hebben 2,5 miljoen volwassenen moeite met lezen, schrijven en/of rekenen. Ook voor deze mensen, die het Nederlands vaak wél als moedertaal hebben, kan een museumbezoek ingewikkeld zijn. Dit is tevens een groep die moeilijk te vinden en bereiken is vanwege het taboe rond laaggeletterdheid. Daarom is het des te mooier dat er naast NT2-cursisten ook NT1-cursisten mee kunnen doen aan dit project. In Museum De Lakenhal in Leiden, dat zich onder meer richt op de geschiedenis van de stad, is een lessenreeks verzorgd voor NT1-cursisten. Ook hier werden de lessen gegeven aan de hand van verschillende thema's en werden ze afgesloten met een creatieve opdracht.

De laatste les stond in het kader van het Leidens Ontzet, een belangrijke gebeurtenis uit de Leidse geschiedenis die ieder jaar groots gevierd wordt op 3 oktober. Een aantal cursisten was voor deze lessen nooit eerder in een museum geweest. Dat was voor hen dus al een bij-

zondere ervaring. Zo vertelde taalcursist Cees na zijn eerste bezoek: ‘Dat ik dit nog mag meemaken op mijn leeftijd; nooit gedacht dat ik een voet over de drempel van een museum zou zetten.’ Daarnaast was het voor de cursisten heel leuk om historische objecten te zien die samenhangen met het verhaal van de stad waar ze vaak al jaren wonen.

Gouden combi

Tijdens dit project leren de betrokken partijen elkaar kennen, leren ze van elkaar en werken ze aan lesplannen die ook in de toekomst nog gebruikt kunnen worden. Momenteel wordt dit project gefinancierd met een subsidie van het Fonds voor Cultuurparticipatie, Fonds1818 en

VSBfonds. Door middel van de subsidie die Erfgoedhuis Zuid-Holland heeft ontvangen kunnen de uren voor de voorbereiding van de lessen worden vergoed, waardoor het ook voor de musea en taalscholen haalbaar is om mee te doen en iedereen de ruimte heeft om er de nodige aandacht aan te besteden.

Het mooiste zou natuurlijk zijn als dit niet bij een eenmalig project blijft. Daarom werkt Erfgoedhuis Zuid-Holland aan een duurzame borging. Met medewerking van gemeenten, musea en taalscholen wordt erop ingezet dat ook na de looptijd van het project taallessen in musea worden aangeboden. Want erfgoed en taal, het blijkt een gouden combi te zijn. ◀



Taalles NT1 in Museum De Lakenhal in Leiden. Foto: Resi van der Ploeg

Bekijk ook...

- ▶ <https://www.erfgoedvrijwilliger.nl/verdieping/musea-sluiten-mensen-uit-met-moeilijke-teksten/> - ‘Musea sluiten mensen uit met moeilijke teksten’ - Wil je meer weten over toegankelijk taalgebruik in musea? Lees dan deze tekst over de ervaringen van Micky en Danielle in het museum, geschreven in B1-niveau.
- ▶ www.welkominhetmuseum.nl - VluchtelingenWerk Nederland, het Prins Bernhard Cultuurfonds en de Vriendenloterij hebben een initiatief opgezet waarmee een gratis bezoek aan verschillende musea mogelijk wordt gemaakt voor vluchtelingen.
- ▶ <https://www.amsterdam.nl/sociaaldomein/nederlandse-taal/programma-stad-taal/> - *Sprekend Erfgoed* is niet het enige project dat taallessen en museumbezoeken combineert. In Amsterdam wordt een vergelijkbaar programma aangeboden.

VAN STAGIAIRE NAAR JUNIOR CONSERVATOR

Floor van Heuvel volgde aan de Rijksuniversiteit Groningen de bacheloropleiding Kunst, Cultuur en Media en vervolgens de master Kunstgeschiedenis. Zij werkt intussen in het Drents Museum in Assen, en wel als junior conservator.

Hilde van den Berg



Foto: Sake Elzinga

► Wat is je achtergrond?

‘Na mijn bacheloropleiding, die breder was dan kunstgeschiedenis en ook over educatie en beleid ging, volgde ik de master Kunstgeschiedenis. Die was ‘transhistorisch’ gericht, wat betekent dat je leert over alle kunsthistorische periodes en je niet heel sterk specialiseert in één periode. Aan

de ene kant vind ik het fijn dat ik zo breed ben opgeleid, aan de andere kant zie ik nu ook mensen om mij heen die heel gespecialiseerd zijn. Dat is ook handig.’

Je werkt nu bij het Drents Museum, hoe ben je daar terechtgekomen?

‘Om mijn master af te ronden moest ik stage lopen. Dat heb ik een halfjaar lang bij het Drents Museum kunnen doen. Ik heb daar meegewerkt aan de tentoonstelling *Op reis met Vincent - Van Gogh in Drenthe*. Dat was heel leuk om te doen. Ik keek bijvoorbeeld naar bruiklenen en deed onderzoek. We hebben toen een aquarel van Van Gogh gevonden die in het nieuws is geweest omdat het lange tijd niet bekend was waar het stuk zich bevond. Het was bijzonder om zo’n bijdrage te kunnen leveren, door een aquarel als het ware “terug te vinden”. En nu hangt het werk er gewoon, nadat het al bijna tachtig jaar niet meer op een tentoonstelling te zien is geweest. Dat is ongelooflijk.’

‘Een paar maanden na mijn stage kreeg ik een tip dat het Drents Museum op zoek was naar een nieuwe junior conservator Beringer Hazewinkel. Vanuit de Rijksuni-

versiteit Groningen mochten ze een aantal kandidaten aandragen voor die functie en daar zat ik bij. Ik was heel blij, maar ook zenuwachtig. Ze kenden mij al bij het Drents Museum, waardoor het wat persoonlijk zou aanvoelen als ze me zouden afwijzen. Meer dan bij andere sollicitaties in ieder geval. Maar ik dacht: doe ik het niet, dan word ik sowieso afgewezen. En toen werd ik gebeld dat ik de baan kreeg!’

‘Conservator zijn is leuk omdat het zo divers is.’

‘Wat houdt je functie precies in?’

‘De functie wordt mogelijk gemaakt door de Stichting Beringer Hazewinkel. Het Groninger Museum en het Drents Museum hebben allebei een functie die wordt gesubsidieerd door de stichting om jonge kunsthistorici twee jaar lang bij een museum ervaring op te laten doen. Het is ook wel echt de bedoeling dat de functie na twee jaar naar iemand anders gaat. Het is soms wel lastig om te weten dat je tijd maar beperkt is, maar het is heel mooi dat iemand anders straks ook deze kans krijgt. De werkzaamheden verschillen een hoop van dag tot dag. Soms doe ik onderzoek en schrijf ik artikelen, soms ben ik echt bezig met praktische zaken. Momenteel zijn we bezig met de nieuwe collectiepresentatie, dus daar wordt hard aan gewerkt. Zo komen er meerdere audiopunten. Soms voel ik mij dan een soort audioproducer: ik maak plannings en bereid de interviews voor.’

Hoe ziet je toekomst eruit?

‘Dat vind ik een lastige vraag, omdat ik uiteenlopende interesses heb. Ik zou veel dingen willen proberen om te kijken of het iets voor me is. Ik ben nog jong, er liggen veel opties open. Het liefst zou ik nog om me heen willen kijken en meer ervaring opdoen, om dan uiteindelijk hopelijk op een plek terecht te komen waar ik iets kan bijdragen en waar ik gelukkig kan zijn. Conservator zijn is leuk omdat het zo divers is. Daardoor kan ik op veel verschillende vlakken ervaring opdoen. Dat is ook zeker een mogelijkheid voor de toekomst.’ ◀



IEMAND THUIS? OVER HET MEE-MAKEN VAN EEN MAS-TENTOONSTELLING

Het MAS en theatergezelschap Studio ORKA bouwden in 2020-2022 samen met tien Antwerpse gezinnen aan de langlopende familietentoonstelling *Iemand thuis?*. Ze sprokkelde verhalen in scholen, kunstacademies, woonzorgcentra... De expo toont op een speelse manier hoe 'thuis' voor iedereen anders is. Ook Recht-Op deed mee, een Antwerpse vereniging waar mensen in armoede het woord nemen, net als das Kunst, een cultuureducatieve vereniging die ook met kwetsbare gezinnen werkt. Een heel participatieve expo dus, met veel betrokken niet-museummen. Museumpeil sprak met een gezin, Studio ORKA en das Kunst.

Tonia Dhaese



— † Klasbezoek aan *Iemand thuis?*. Foto: Jeroen Broeckx

► Super en leuk

We beginnen bij een doelpubliek van de expo: het gezin. Angela, Jonny en hun kinderen Oliver (13 jaar) en Maya (10 jaar) gaven samen met negen andere gezinnen inhoudelijke input. Hoe hebben zij de samenwerking met het MAS ervaren?

Angela: 'We zijn een jaar lang elke maand naar het MAS gekomen. Eerst alleen, dan met twee andere gezinnen en later met alle gezinnen samen. Daar praatten we over wat "thuis" voor ons betekent. Ze vroegen ons ook om objecten uit de collectie te linken aan bepaalde thema's, zoals "bescherming" of "thuisrituelen." De begeleiding door de curatoren was super.'

Oliver: 'Het was tof om ook dingen te kunnen doen. We hebben bijvoorbeeld uitgetest hoe je het best een "thuisbeschermer" kan maken, dat was met plasticine. We hebben ook een gidsenopleiding gevolgd en ik was Instagram-reporter!' Maya: 'En ik heb mijn klasgenootjes rondgeleid in de tentoonstelling, dat was leuk.'

Bezochten jullie eerder al musea?

Jonny: 'Ja, we bezoeken wel af en toe een kindvriendelijk museum of een ander museum wanneer er iets bijzonder wordt georganiseerd. Het was de eerste keer dat we achter de schermen konden meewerken als co-curator.' Jonny en Angela merken wel op dat een museumbezoek voor veel mensen niet evident is, om financiële redenen. Jonny heeft ook nog deze tip: 'Zet verder in op onlinebezoek, met een virtuele rondleiding bijvoorbeeld. Mensen die willen en kunnen, komen daarna wel naar het museum.'

Studio ORKA: wennen aan anders werken

Het theatergezelschap werd in 2004 opgericht door vormgevers Martine Decroos en Philippe Van de Velde. Tot eind 2022 maakte Studio ORKA voorstellingen voor kinderen én volwassenen, met als handelsmerk de betoverende decors van Philippe en de bijzondere locaties. Studio ORKA viel verschillende keren in de prijzen, met eind 2022 nog 'postuum' de Ultima

'Ik heb mijn klasgenootjes rondgeleid in de tentoonstelling, dat was leuk.'

voor Podiumkunsten (Vlaamse cultuurprijs, red.). Studio ORKA en het MAS ontwikkelden samen de thema's en verhaallijnen. Studio ORKA stond in voor de scenografie, interviews, luisterverhalen, het speurboekje en videoclips.

Martine: 'Het was niet de eerste keer dat we met een museum samenwerkten. Deze keer waren we vroeger dan anders betrokken in het proces en ontwikkelden we mee *from scratch*. Dat was een bijzondere en interessante ervaring. Door van in het begin samen te werken ondervonden we hoe onze eigen werking erg verschilde van de museumwerking. Voor theatermakers is alles kneedbaar tot op het einde, bij het maken van een expo moet er veel meer vastgelegd worden, het voelt hermetischer. We zijn heel blij met het resultaat, al was het wel wennen en aanpassen.'

Wat was er zo bijzonder aan de samenwerking?

Martine: 'Onder andere dat we een inzicht kregen in de collectie en de voorwerpen mee konden selecteren. We hadden nooit gedacht dat de objecten zo bepalend zouden zijn: dat voel-

De scenografie werkt met diverse sferen om het begrip 'thuis' te duiden.



de soms beperkend. Omdat je natuurlijk rekening moet houden met de gevoeligheid van erfgoed.'

Philippe: 'Zo kreeg ik op een moment de vraag om te vertrekken van objecten uit de verschillende deelcollecties: een Afrikaans beeld, een scheepsmodel, speelgoed... Dat was voor mij een heel nieuwe manier van werken: zoeken naar de juiste speelse drager binnen een bepaald kader, zonder dat de objecten te hard op elkaar inspeelden. Ze moesten hun eigen verhaal behouden. Bij ORKA zouden we een voorstelling rond "thuis" maken zonder objecten, of misschien met enkele objecten van bij mensen thuis.'

Martine: 'Het voorbereiden van een tentoonstelling verloopt helemaal anders dan het maken van een theatervoorstelling. Wij doen eerst research rond het thema en bij het maken van onze voorstellingen groeit alles simultaan: vorm, inhoud, scenografie. Wat de objecten betreft: je hebt zeker musea waar het object anders benaderd wordt. Ook vanuit de col-

'Voor theatermakers is alles kneedbaar tot op het einde, bij het maken van een expo moet er veel meer vastgelegd worden, het voelt hermetischer.'

lectie, maar soms krijg je als kunstenaar meer vrijheid in de relatie tegenover het voorwerp. Ik denk aan het Grimm museum in Kassel. En het GUM in Gent levert enorme inspanningen om de collectie te "relativeren". Ik bedoel daarmee dat ze de objecten in een ander kader durven plaatsen. In deze expo gebeurt dat ook waar de voorwerpen gelinkt worden aan verzonnen luisterverhalen. Dat werkte voor ons bevrijdend, en ik denk ook voor de bezoeker.'

Boomwortel in de expo? No way!

Martine: 'De verschillen maken het uiteraard ook boeiend! Het was een complex proces waarin twee levels op elkaar afgestemd werden.

De voorbereiding verliep bovendien in volle coronatijd! Tijdens de Zoom-vergaderingen leerden we de objecten kennen aan de hand van kleine thumbnails! Als ik daaraan terugdenk...' (lacht)

Philippe: 'Het was ook belangrijk om met je vragen bij de juiste mensen te komen. In een museum zijn er zoveel functies. Iedereen heeft zijn eigen specialiteit en verantwoordelijkheid. Dat was ik niet gewoon. En er zijn beperkingen waar je niet onderuit kan en die zeer bepalend zijn: beveiliging, bewaring, omgaan met de voorwerpen... Het museum moet ook nog rekening houden met het eigen beleid en vaak ook met dat van de overheid. De vrijheid die je als theatermaker hebt, is vrij uniek. Gelukkig maar.'

Martine: 'Ieder werkt op zijn terrein: de scenografen beschermen hun scenografie, de tekstschrijvers hun teksten, de collectiebeheerder de collectie... Op een bepaald moment vallen alle puzzelstukjes op hun plaats en valt de stress van de deadline weg, en dan zie je "Wow,



Klasbezoek aan *Iemand thuis?*.
Foto: Jeroen Broeckx

Ontroering

Het speelse en poëtische van ORKA is zeker nog aanwezig. Ik denk dat het voor de bezoekers niet wringt dat hier twee verschillende werelden samenkomen, integendeel.

Martine: 'De expo is heel mooi geworden en je voelt ook dat het publiek echt opgetogen is. De scenografie is speels en heeft een grote intimiteit, het theater werd geïntegreerd in de tentoonstelling, er zijn veel verhalen en het doe-boekje is gekoppeld aan een fictief verhaal. Wat opvalt, dat lees je ook in de pers, is dat de mensen vooral praten over de belevenis, de liedjes, de verhalen... De voorwerpen verdwijnen soms op de achtergrond. Ik vind het moedig van het MAS dat we – voor zover dat haalbaar was – ons ding hebben kunnen doen.'

'Bezoekers die geen boodschap hebben aan "room with a view" of de zotte humor van Ilse (actrice Ilse De Koe, red.) en die meer diepgang willen, komen ook aan hun trekken. We bereiken dus een heel divers publiek door deze gezamenlijke aanpak. Wat de tentoonstelling volgens mij uniek maakt is de emotionele laag. Het thema "thuis" leent zich daar natuurlijk ook toe. Ilse en ik hebben een jaar lang interviews gedaan met kinderen en ouderen die niet in een thuissituatie wonen. De mensen van het MAS waren erg ontroerd toen we hen die interviews toonden. Ze hebben die emotionele laag enorm gewaardeerd.'

'In een museum zijn er zoveel functies. Iedereen heeft zijn eigen specialiteit en verantwoordelijkheid. Dat was ik niet gewoon.'

het is mooi geworden". Daar ben ik fier op, dat het met zoveel verschillende achtergronden gelukt is.'

Philippe: 'Wie de expo binnenkomt, ziet het wortelhuisje, een huisje gemaakt uit een boomstam. Dat heb ik gemaakt van een boomwortel die ik in mijn tuin heb uitgegraven. Het was eerst niet denkbaar om die boomwortel in de expo te tonen. Door daarover verder te praten heeft het MAS alles gedaan om dat huisje toch te kunnen tonen. Het hout werd behandeld en museumproof gemaakt. Heel fijn dat ze dat gedaan hebben.'

'Mijn origineel ontwerp was zodanig expressief en creatief dat het uiteraard budgettair hertaald moest worden. Dat wisten we van in het begin. Veel zaken, zoals soclage, verlichting enzovoort zijn niet meteen ons vakgebied. Ik ben het gewoon theaterdecors te ontwikkelen op locatie. Dan leg je andere accenten. Het spreekt voor zich dat je de nodige aan-

passingen moet gaan doen binnen een museale context. Het was dan ook een zoektocht voor Exponanza om een ontwerp uit te tekenen waar wij ons ook weer goed bij voelden. Ik vind dat ze daar deels in geslaagd zijn, ook al mis ik hier en daar nog de poëzie van het oorspronkelijke ontwerp. Het is altijd moeilijk een ontwerp los te laten, hé. Gelukkig is er een goed compromis uit de bus gekomen.'



Ontwerptekening voor de expo. →
©Philippe Van de Velde



Het project *Thuis in de stad*, in de wandelboulevard van het MAS. Foto: Clara Luyckx

Museumbezoek? Onhaalbaar

Hoe keken de gezinnen naar die samenwerking met het museum?

Clara: 'Zij vonden het super. Emilie kende al veel gezinnen. Dat maakte het voor iedereen ook makkelijker, en zeker wanneer er een taalbarrière was. Om het traject te doen slagen was het wel heel belangrijk dat we bij de gezinnen thuis konden komen en dat de mensen zich voor de andere workshops niet ver moesten verplaatsen. Ze konden makkelijk te voet naar BLOC 2030 en ze hadden geen verplaatsingskosten.'

Zijn ze daarna ook naar de tentoonstelling komen kijken?

Clara: 'Absoluut, vele gezinnen waren aanwezig bij de opening en waren heel trots en blij om het resultaat te zien. De meesten zullen wel niet meer terugkomen. Een museumbezoek is voor veel mensen in armoede onhaalbaar. Zelfs 2 euro is voor hen vaak te veel... Het MAS en de andere Antwerpse musea bieden wel gratis toegang voor mensen met een A-kaart met kansentarieef, maar niet alleen het financiële houdt hen tegen, ook de tijd die het hen kost om naar een museum te gaan. Mensen in armoede besteden veel tijd aan heel praktische zaken en doen alles ook superlokaal. De ouders hebben ook een moeilijke relatie met kunst. Ze zijn niet opgegroeid met kunst en zeker niet in de context van een museum. Het blijft stroef om die mensen naar een museum te krijgen.'

Hoe kijk jijzelf terug op het traject met het MAS?

Clara: 'Ik vond het een heel toffe en waardevolle samenwerking met Recht-Op, het MAS en de gezinnen. Ik vrees wel dat het een eenmalig project was. Mensen in kwetsbare situaties zijn geen prioriteit voor musea en de Luchtbal is een van de armste wijken van Antwerpen. Het is heel fijn dat er een brug gelegd is tussen het MAS en die mensen, en dat de kinderen met een iPad hebben kunnen tekenen en met kinderen van andere leeftijden hebben samengewerkt. Ze hebben kunst leren inzetten als een tool. De gezinnen hebben veel meegenomen uit het traject. Emilie en ik gaan nog altijd naar Luchtbal voor andere projecten en veel deelnemers aan het traject "Thuis in de stad" komen nog altijd samen in BLOC 2030. Het is een toffe groep kinderen.' ◀

<https://mas.be/nl/iemandthuis>

'Om het traject te doen slagen was het wel heel belangrijk dat we bij de gezinnen thuis konden komen en dat de mensen zich voor de andere workshops niet ver moesten verplaatsen.'

das Kunst: trots en blij

Ten slotte praat ik nog met Clara Luyckx van das Kunst: 'das Kunst zet in op allerlei skills bij kinderen, tieners en jongeren en we willen bij onze activiteiten vooral drie dingen bevorderen: samenwerking, verbeeldingskracht en flexibiliteit. Heel belangrijk is dat we vooral samenwerken met kinderen en jongeren in de stad die in een kwetsbare situatie verkeren, zoals ook Recht-Op doet. Tijdens de week hebben we een gratis aanbod op plekken waar veel mensen in een kwetsbare achtergrond wonen, zoals in bepaalde wijken op Linkeroever of de wijk Luchtbal in Antwerpen.'

Wat heeft het MAS precies gevraagd aan jullie?
Clara: 'Ik ben gecontacteerd door Emilie Legon van Recht-Op. De stad Antwerpen had

een projectoproep gelanceerd: "Thuis in de stad". Je moest expertise hebben met werken rond beeldende kunst en werken met kwetsbare doelgroepen. Ik ben grafisch ontwerper en was enkele jaren daarvoor bij das Kunst terechtgekomen. Door die expertise ben ik mee in het project gestapt. Emilie en ik hebben met dertig gezinnen in Luchtbal nagedacht over wat er nodig is om je thuis te voelen op de plek waar je woont. We hebben workshops gegeven bij de gezinnen thuis en ook in BLOC 2030, het cultureel centrum in het vrij kleine Luchtbal, vlakbij de gezinnen. Het resultaat van dat traject is dan getoond in de wandelboulevard van het MAS, als introductie bij de expo: een grote print met digitale tekeningen van dingen die je huis tot een thuis maken.'

MAS

“... ondertussen beseftte ik dat ik anders was dan de anderen, ik werd door de anderen op een negatieve wijze gedefinieerd als Jood en ik vroeg me af waarom.

-Natan Ramet

STAD IN OORLOG

Antwerpen, 1940 - 1945

EXPO

VANAF 08.09.2023

© Kazerne Dossin, KD_00017_VI - 0287



Vlaanderen
verbeelding werkt



EEN PLEZANT ANTWERPS VERHAAL

Stadsbrouwerij De Koninck

België is een bierland. Eén land in Europa voert nóg meer bier uit en dat is... Nederland. Dat meldt toch Eurostat, de statistische dienst van de EU. Belgen zijn trots op hun bier en Antwerpenaren op hun 'Bolleke', het bekendste bier van Stadsbrouwerij De Koninck. Het is genoemd naar het bolvormig glas waarin je het schenkt. Museumpeil sprak in de gezellige bar met Marie-Anne Lipkens, manager van de Vlaamse bezoekerscentra van Duvel Moortgat, en Robby Lancel, manager Marketing & Communicatie op de site De Koninck. Tot 1995 werd hier gebrouwen. Dat verklappen de authentieke moutmolen en de koperen kookketel.

Tonia Dhaese

► Wat voorafging: Brouwerij De Koninck werd opgericht in 1833 en in 2010 overgenomen door Brouwerij Duvel Moortgat in Puurs, bij Antwerpen. Onder andere het bottelproces verhuisde naar Puurs. Daardoor kwam er veel ruimte vrij op de site in Antwerpen, die verbouwd werd en opengesteld voor het publiek. In 2015 werd hier een interactieve tour

gelanceerd, 'het plezantste avontuur van 't Stad'. Bezoekers komen er alles te weten over Antwerpen als bierstad, de Belgische bieren, en het brouwproces.

Samenwerking

Robby Lancel: 'Nu gebeurt het brouwproces in de grote brouwzaal, die je als bezoeker ook te zien krijgt. Dat is de charme van deze plek: je ziet hoe we nu nog brouwen, maar je wordt ook helemaal ondergedompeld in de geschiedenis van de brouwerij, op de plek waar vroeger alles gebeurde: brouwen, bottelen... Aan de overkant van de straat bevond zich in 1833 de afspanning *De Hand*, daar is de geschiedenis van de brouwerij begonnen.'

'Op onze site focussen we op het gastronomische en het ambachtelijke, niet alleen van het bier brouwen. Er is hier ook een ambachtelijke kaas-speciaalzaak (Only Cheese van kaasaffineurs Van Tricht), een slagerij (Butcher's Store), een chocolatier (Jitsk) en een bakker (The Bakery). We merken dat toeristen dat erg waarderen: de aandacht voor het authentieke en het lokale.'

Marie-Anne Lipkens: 'Jaarlijks komen hier 60.000 bezoekers. Daar zijn ook de mensen bij die hun tour in de brouwerij combineren met een andere "experience". We werken daarvoor samen met onder meer Antwerp by Bike, The Park Playground, City Golf en Old School Camino. De mensen die zich ingeschreven hebben voor een VR-beleving van The Park, of voor een fietstocht, golfspel of rondrit met een Honda Camino, eindigen allemaal hier in de brouwerij.

De laatste hole van het golfspel is hier buiten, in de binnenstraat.'

'Wij bieden geen museum-bezoek of brouwerijbezoek, maar een totaalervaring.'

Hier wordt het verhaal verteld. Afspanning De Hand bevond zich rechts, aan de overkant van de straat (niet te zien op de foto)!





Proevertjes voor, tijdens en na

Inzetten op beleving en interactie, gastronomie, het authentieke van de plek en samenwerking zijn dus de ingrediënten van jullie succesformule.

Robby: 'Zeker! Bij het ontwikkelen van de tour hebben we er ook voor gezorgd om een zo ruim mogelijk publiek aan te spreken en zeker niet alleen bierkenners: toeristen, maar ook Antwerpenaren, families, vriendengroepen, collega's, jong en oud. Het gaat niet alleen over bier, ook over de geschiedenis van Antwerpen en van het bier in Antwerpen.'

Marie-Anne vult aan: 'En over de bierglazen en het brouwproces. Dat wordt heel visueel en met een vleugje humor – maar wel correct – verteld.'

Robby: 'Wij bieden geen museumbezoek of brouwerijbezoek, maar een totaalervaring. De twee bierproevertjes – voor en tijdens de tour – zijn een bewuste commerciële keuze: vroeger kregen bezoekers hun proevertjes in de bar, na de tour. Op zaterdagmiddag zorgde dit voor een overvolle bar, mensen moesten te lang wachten en hadden geen zitplaats. Door de bezoekers al tijdens hun tour een degustatie te geven komen achteraf enkel degenen die bewust een extra biertje willen drinken. Dat is voor iedereen een goede oplossing. En, wat ook fijn is: ze mogen hun glas in de tour meenemen.'

Dat is wel anders in de musea!

Robby: 'Ik ken mensen in de museumwereld. Wanneer zij nadenken over een nieuwe activiteit of een nieuw product, vragen zij zich af of het meer bezoekers zal opleveren. Wij vragen ons

'We zijn gelegen in een woonwijk en de meeste burens kennen ons wel, maar we willen dat iedereen ons leert kennen.'

ook af of het op termijn ook winst zal opleveren. Wij moeten commercieel zijn. Onze tickets kosten 16 euro in voltarief, wat vergelijkbaar is met gelijkaardige experiences.'

Marie-Anne: 'We hebben hier vijf zalen – twee bars, de binnenstraat, het brouwershuis en de moutkelder – waar we events kunnen organiseren. Dat brengt uiteraard ook geld in het laatje. En er zijn overnachtingsmogelijkheden in de buurt.'

Overlast

Met hoeveel mensen werken jullie hier?

Marie-Anne: 'Met negen, en in het brouwteam zijn ze met elf. We werken ook met jobstudenten, niet met vrijwilligers. We werken heel intens samen met onze partners, ook met de ambachten hier op onze site. Zo organiseren we bijvoorbeeld wekelijks bier- en foodpairing-sessies: "Meet the Crafts". Samen met de collega's van hotel Yust en projectontwikkelaar Triple Living organiseerden we in oktober voor de eerste keer een buurtfeest, het Boomgaardfeest (Brouwerij De Koninck is gevestigd in de Boomgaardstraat, red.). We zijn gelegen in een woonwijk en de meeste burens kennen ons wel, maar we willen dat iedereen ons leert kennen. We vinden het belangrijk dat we goede vrienden blijven.'

Robby: 'Soms bezorgen we hen wat overlast, dat gebeurde vroeger meer, toen hier nog een bot-



↑ Interactieve tour: midden in een bollekesglas leer je meer over bierglazen. © De Koninck

— Het parcours is interactief. © De Koninck

telarij was. Af en toe is er geuroverlast door het brouwproces, al vinden we dat zelf geen vervelende geur. (lacht) Wanneer de burens iets dwarszit, nemen ze contact op met Sven, onze meesterbrouwer.'

Jullie communiceren vooral via sociale media?

Marie-Anne: 'Ja, vooral Instagram en Facebook, en we plaatsen onze filmpjes ook op TikTok! We zitten regelmatig met een kleine ploeg rond de tafel om nieuwe dingen uit te denken en te communiceren via sociale media. We lanceren ook vaak nieuwe gadgets voor in de shop. En op 1 april bedenken we altijd een leuke grap. We lanceren regelmatig tijdelijk een nieuw biertje op kleine schaal, dat wordt dan alleen hier getapt.' 'Onze Winterkoninck bijvoorbeeld wordt gelanceerd bij het begin van het winteruur en onze Lost in Spice is er vanaf het zomeruur.'

Godsgeschenk

Jullie vinden het belangrijk om origineel te blijven. Er is in elk geval leven in de brouwerij!

Robby: 'Ja, en tegelijk houden we bijvoorbeeld ook de Antwerpse traditie van Verloren Maandag in ere (de eerste maandag na Driekoningen, red.): de bakker hier maakt een heleboel worstenbroden, met vlees, charcuterie en kaas van op onze site.'

Marie-Anne: 'Dan is er ook nog het Bollekesfeest, een initiatief van de stad. De naam is een godsgeschenk voor ons. En tijdens "Achterwerk", onze vrijdagse afterworks, organiseren we vaak een "tap take over": dan tappen we exclusieve bieren. Of we organiseren die avond stand-up comedy, een silent disco, een boardgame night... en nu in november een "Winterkoninck darts".' ◀

► **Meer info**

<https://www.dekoninck.be/nl>

‘IN EEN MUSEUM MOET ALLES KLOPPEN’

Begin augustus reis ik op een maandagochtend af naar het fabrieksmuseum voor Delfts aardewerk: Royal Delft Museum. Het museum is zeven dagen per week open en vanochtend is het druk. In de rij voor de kassa hoor ik Engelse, Duitse en Franse gesprekken. Geen wonder dat de audiotour in acht talen beschikbaar is. In de brasserie van het museum tref ik Co van Nieuwenhuijzen, sinds oktober 2021 manager Sales & Tours.

Hilde van den Berg

► Hoe is het Royal Delft Museum ontstaan?

‘Begin 17de eeuw ging men in Nederland Chinees porselein importeren. Dat was destijds verfijnder, dunner en de decoraties waren meer gedetailleerd dan op het wat grovere Europese aardewerk. In Delft zijn we toen op een andere manier klei gaan mengen, om het meer op het Chinese porselein te laten lijken. We zijn ook oosterse decoraties gaan maken in het blauw. Wanneer door problemen in China de import stagneerde, creëerde dat in Delft een ware boost op aardewerkgebied, waardoor er op een gegeven moment maar liefst 32 fabrieken actief waren. Maar toen in Europa de porseleinproductie begon en Wedgewood een witbakkende klei ging gebruiken, konden de plateelbakkerijen nog maar moeilijk concurreren wat prijs en kwaliteit betrof.’

‘In de 19de eeuw was De Porceleyne Fles nog de enige overgebleven fabriek. Vanaf de tweede helft van de eeuw slaagde men erin met een witbakkende klei een product te vervaardigen dat over de gehele wereld een goede naam verkreeg. Ook werd er in die tijd hoogwaardige bouwkeramiek gemaakt, onder meer voor het Vredespaleis. Zo groeide De Porceleyne Fles weer uit tot een bloeiend bedrijf.’

Collectie, fabriek, winkel

Vanaf wanneer kun je dan spreken van toeristische belangstelling voor Delfts aardewerk?

‘Na de Tweede Wereldoorlog, eind jaren jaren 1950 en 1960, begon het toerisme op gang te komen vanuit het buitenland naar Nederland. Daar speelde De Porceleyne Fles, wat de meeste mensen nu kennen als Royal Delft, op in. Eind

‘De meest onverwachte zaken hebben invloed op onze bezoekersaantallen. Meestal herstelt zich dit binnen een paar maanden.’

jaren 1950 werd er een winkel geopend en in de jaren 1970 startten de eerste schilderdemonstraties. Vanaf begin jaren 1990 kon ook de fabriek bezocht worden. In de loop van de jaren werd de beleving verder uitgebreid en werden er nieuwe zalen toegevoegd: Royal Delft Experience, heette het toen. Op een gegeven moment zijn we ook gestart met workshops. Dit alles maakte dat de bezoekersaantallen, zowel van binnenlandse als buitenlandse bezoekers, behoorlijk stegen. Onze bezoekers waren en zijn geïnteresseerd in de geschiedenis van het pro-

duct en het productieproces. Na het bewonderen van de collectie en de fabriek kopen ze vaak nog wat in onze winkel.’

‘Sinds 2021 zijn we een geregistreerd museum en zijn we aangesloten bij de Nederlandse Museumvereniging. We hebben in 2021 en 2022 de tentoonstellingszalen uitgebreid en verbouwd om het verhaal van Delfts Blauw nog beter te kunnen vertellen. Er wordt ook aandacht geschonken aan de bloeiperiode van het Delfts aardewerk, de andere plateelbakkerijen en de



Royal Delft

MAV techniek

Al ruim 23 jaar de AV specialist voor musea

Van technisch ontwerp tot installatie. MAV Techniek verzorgt voor u een passende audiovisuele oplossing.



In Royal Delft kunnen bezoekers een workshop Delfst Blauw beschilderen volgen.

ontwikkeling van De Porceleyne Fles. Bijzonder blijft dat de fabriek een vast onderdeel van het bezoek is.'

Internationale marketing

Hoe ziet jullie bezoekerssamenstelling eruit?

'Bij de individuele bezoekers vertegenwoordigen Nederlanders ongeveer 20% tot 40%, afhankelijk van het seizoen. Als we naar de groepsbezoeken kijken, ligt het accent op buitenlandse bezoekers. Waar zij vandaan komen is ook weer seizoensafhankelijk. Amerikanen komen vooral op cruiseschepen en dat gaat eigenlijk het hele jaar door. Dit voorjaar hebben we mede door de Vermeer-tentoonstelling in Amsterdam veel Fransen mogen verwelkomen; die komen voornamelijk in april en begin mei. Italianen komen juist meer in juli en augustus, Duitsers en Engelsen het hele jaar door. Het verschilt dus per nationaliteit.'

'Om de groepen te kunnen ontvangen werken we samen met diverse touroperators. Over het algemeen gaat het om een wat ouder publiek. Zij reizen met touringcars. We proberen opgenomen te worden in de programma's van de uiteenlopende reisorganisaties. Want als ze in Nederland zijn, hoort een bezoek aan Royal Delft Museum er natuurlijk wel bij. Hiervoor gaan we naar internationale beurzen. De internationale marketing op het gebied van Delfts Blauw doen we in principe zelfstandig, omdat wij de enige fabriek in Delft zijn. Er zijn nog wel enkele ateliers in Delft, maar op beurzen zijn wij echt de enige die Delfts aardewerk vertegenwoordigen.'

Risico's spreiden

In hoeverre is de bezoekerssamenstelling veranderd door de jaren heen?



Verhuur, verkoop en installatie van AV apparatuur voor uw vaste of tijdelijke tentoonstellingen.

Bel voor advies met +31 (0)20 - 33 13 657
of mail naar info@mavtechniek.nl



Een van de Delftse museumzalen



Rembrandts 'Nachtwacht', in Delfts Blauw

'Wees je bewust van je keuzes, informeer ook eens bij andere musea en laat je inspireren door hoe zij het doen.'

'Als museum moet je je niet focussen op één groep. Denk bijvoorbeeld aan de gevolgen van 9/11, toen bleven de Amerikanen weg. Of aan de aswolk boven IJsland. De meest onverwachte zaken hebben invloed op onze bezoekersaantallen. Meestal herstelt zich dit binnen een paar maanden, maar tijdens de coronapandemie duurde het, zoals we allemaal weten, veel langer. We hebben hiervan geleerd dat we risico's moeten spreiden. Daarom zijn we ons ook meer op de Nederlandse bezoekers gaan richten. Na de verbouwing en uitbreiding is de interesse van de Nederlandse bezoeker toegenomen. Daarbij is Delfts Blauw ook weer hipper, het mag weer! Mede door de Museumkaart is de drempel lager en ontdekken mensen uit Delft en de regio ons ook weer. We doen allerlei campagnes met abri's en spotjes op televisie om Nederlanders te enthousiasmeren voor een bezoek aan ons vernieuwde fabrieksmuseum.'

Creatief met Delfts Blauw: workshops!

Jullie krijgen geen structurele subsidies. Kun je daar iets meer over vertellen?

'We zijn sinds 2021 officieel een museum en dus onderzoeken we natuurlijk wel of subsidies tot de mogelijkheden behoren. We organiseren nu

ook elk jaar twee wisseltentoonstellingen. Onze museumdirecteur houdt zich daar voor een groot deel mee bezig. Op dit moment moeten we zelf onze inkomsten genereren. Dit betekent scherp budgetteren en met een zakelijke blik naar de kosten kijken. Waarschijnlijk is ons budget iets beperkter dan bij andere musea met vergelijkbare bezoekersaantallen.'

'We investeren in de toekomst en willen het Nederlands Cultureel Erfgoed, wat Delfts Blauw is, voort laten leven bij huidige en toekomstige generaties. Dit kost tijd. In Nederland is men gewend om gelijk tot zaken te komen. In andere landen zul je eerst het vertrouwen moeten winnen en geleidelijk een relatie op moeten bouwen. Als dat vertrouwen er eenmaal is, ontstaat de samenwerking. Die is dan heel bestendig, omdat je al echt een relatie hebt opgebouwd.'

'Naast het bezoek aan het museum bieden we ook workshops aan en verhuren we zalen voor uiteenlopende bijeenkomsten. Workshops zijn voor ons heel belangrijk. We organiseren er vijf à zes per week. Groepen kunnen ze daarnaast ook los boeken, op andere tijdstippen. Je kan bijvoorbeeld een eigen tegel schilderen. Dat is zowel populair bij mensen uit Nederland als uit het buitenland. Je hebt daarin de traditionele workshop, die Nederlanders over het algemeen volgen: schilderen met kobaltoxide. Dat dient daarna geglaazuurd en gebakken te worden om

het beroemde blauw naar voren te laten komen. Voor buitenlandse bezoekers, die niet in de gelegenheid zijn om iets later op te komen halen, hebben we een workshop waarbij je je werkstuk gelijk mee kan nemen. Daarnaast hebben we themaworkshops die aansluiten op de wisseltentoonstellingen en speciale workshops voor ouders en kinderen. Onze workshops blijven in ontwikkeling en we willen nog meer diversiteit gaan aanbieden. Daarnaast is er onze Brasserie 1653: een bezoek aan het museum wordt vaak met een high tea, lunch of koffie met gebak gecombineerd.'

Bewust van je keuzes

Wat zijn jullie ambities voor de toekomst?

'Voor corona hadden we jaarlijks ongeveer 123.000 bezoekers, daar komen we dit jaar waarschijnlijk weer op uit. Het streven is om over een paar jaar naar 200.000 bezoekers te groeien. Verder organiseren we dus elk jaar twee mooie wisseltentoonstellingen, waarmee we herhaalbezoeken willen creëren. We kijken ernaar uit bezoekers opnieuw te mogen ontvangen en telkens weer te verrassen en te interesseren met deze tijdelijke exposities. En als museum blijven we natuurlijk werken aan onze collectie om die verder te verfijnen en uit te breiden.'

Heb je tips voor musea die zich willen verdiepen in toerisme?

'Ik vind zelf altijd dat je het als museum eerst zelf op orde moet hebben. In ons geval was het belangrijk om het verhaal over Delfts aardewerk nog beter tot z'n recht te laten komen. Dat is ons gelukt. Verder moet alles gewoon kloppen: van de ontvangst bij een receptie tot aan de rondleidingen, van de winkel tot aan een bezoek in de brasserie. Wees je bewust van je keuzes, informeer ook eens bij andere musea en laat je inspireren door hoe zij het doen, hoe zij het zien en aanpakken.' ◀



IT, daar is voor ons geen kunst aan.

**Van digitaal cultureel erfgoed tot
klimaatregulering – IT is aanwezig
in elk museum en archief.**

Een technische uitdaging of digitaal
probleem? Voor elk museum of archief
vinden wij een passende IT-oplossing.
Wij creëren graag de juiste
infrastructuur, zodat systemen in
de lucht blijven en IT nooit de
beperkende factor wordt.

088 472 3426
info@justspark.com

‘HIER KRIJGEN MENSEN GEEN KANS OM ZICH TE VERVELEN’

Stijn Boone, Historium

Op de markt van Brugge, in een tot de verbeelding sprekend neogotisch gebouw dat ooit bedoeld was als gouverneurswoning, bevindt zich Historium, dat met een immersieve beleving – sfeerschepping, storytelling, innovatieve technologie met onder meer VR... – een beeld ophangt van Brugges Gouden Eeuw. Voeg daarbij de gotische toren (145 trappen) en je snapt waarom Historium in alle ‘top 10 things to do’ in Brugge prijkt.

Björn Hinderyckx



Stijn Boone ©Jan Darthet

‘Alles wat we doen en tonen, zoals de pigmenten in de Van Eyckzaal, moet juist zijn.’



Historium, op de Brugse markt

► Sinds de oprichting in 2006 als Museum of History evolueerde Historium – de naam sinds 2012 – tot een belevenismuseum. Al hoeden ze zichzelf voor deze omschrijving. General manager Stijn Boone ontvangt ons voor een gesprek in het café met de toepasselijke naam Duvelorium, het enige echte Duvel-café ter wereld.

Stijn, ik werd ontvangen in een middeleeuwse sfeer en nu zitten we in het Duvelorium-gedeelte. Wat een stijlbreuk!

Stijn Boone: ‘Ah, we vliegen er meteen in?’ (lacht) ‘Ik wil daar direct op antwoorden! De keuze om het Duvelorium-gedeelte ruimer te zien dan het middeleeuwse parcours dateert van bij de opening in 2012, maar is nog steeds mijn visie:



Het Duvelorium in Historium



als je het horecaluik in dezelfde belevenis wil steken, trek je enkel dat publiek aan. De keuze en ambitie was om het ruimer te zien en te werken met een bekende naam. Diverse spelers hadden interesse. Wij wilden een merk dat kwaliteit én innovatie kon bieden. Dat matcht perfect met Duvel Moortgat. Het recentste voorbeeld is de Duvel op tap die hier gelanceerd is: dat toont

‘Er is van ons uit een enorme vraag naar samenwerking met de meer traditionele instellingen, maar het commerciële plaatje moet ook wel kloppen.’

hun vertrouwen in ons concept en geeft hen, maar ook ons, een fantastische *marketing value*.’

‘We krijgen vaak de vraag: waarom kies je daar niet voor een Brugs product? Ik snap dat. Om het meteen te benoemen: Brugse Zot was ook kandidaat maar zij waren niet de grootste vragende partij, omdat ze zelf al een perfect instappunt hebben, hier niet zo ver vandaan (de eigen historische stadsbrouwerij in het stadscentrum, red.). Duvel is voor ons dus een zeer interessante partner, die voortdurend mee blijft denken en investeren.’

Voor hen is Historium een uithangbord?

‘Zeker en vast. En wij krijgen daar een kwalitatieve partner voor in de plaats. Al bepaalt dat natuurlijk mee de inrichting en hoe we onszelf in de markt plaatsen. Dat zie je ook op de website, waar we in onze trailer zeer bewust de overgang van het middeleeuwse naar het hedendaagse en het Duvelorium sterk belichten.’

Toekomstmuziek

lets waar musea hard op inzetten, is hedendaagse relevantie. Hoe gaat het Historium daarmee om?

‘Met de vzw Brugse Bezienswaardigheden, waarvan ik voorzitter ben en waar Historium

samen met het Diamantmuseum en Chocostory een trekkende rol speelt, willen we een stem zijn voor de kleinere spelers, zoals het Kantmuseum of het Adornes-domein. De vzw is puur vrijwilligerswerk, maar we kunnen wel een impact hebben op de sector. Zo staan we kleinere spelers als Musea Sculpta of de escape rooms bij, zitten we in klankbordgroepen en heb ik ook connecties in Unizo, een belangrijke drukkingsgroep. Als we zaken willen aankaarten, hebben we het uitgebreide netwerk, bijvoorbeeld in de Koepel van attracties en musea (de sectororganisatie voor alle toeristische attracties in Vlaanderen en Brussel, red.). Daar proberen we onze maatschappelijke rol te spelen.’

Zet je in de publieksbeleving in op maatschappelijke relevantie?

‘Wel, in de *experience* zelf komen hedendaagse thema's niet uitgesproken aan bod. We willen het belerende vingertje of het hedendaagse perspectief beperken en vooral het historisch correcte vooropzetten. In alle eerlijkheid: het is tien jaar geleden gemaakt, maar we willen onze permanente opstelling niet aanpassen om in te spelen op huidige thema's. Dat is sowieso een pak makkelijker met tijdelijke tentoonstellingen en die hebben wij nog niet...’

‘De aandacht van onze bezoekers wordt voortdurend gecapteerd. Wie zich verveelt, gaat foute dingen doen, maar hier krijg je geen kans om je te vervelen.’

Nog niet? Jullie ambiëren die dus wel?

‘Graag, ja. Er zijn veel ideeën en we proberen partnerschappen op te starten, maar dat ligt nog niet vast. Grootschalige projecten zijn alleen haalbaar met financiële overheidsondersteuning, waar we uiteraard naar op zoek gaan. Toekomstmuziek dus, waar we hopelijk binnenkort mee naar buiten kunnen treden. Sowieso blijft onze permanente belevenis de basis. Daar is er van bij het begin één mantra: alles wat we doen en tonen, zoals de pigmenten in de Van Eyckzaal, moet juist zijn. We hebben van bij de opstart een soort adviesraad van experts en vakspecialisten die ons daarin ondersteunt.’

Museum of niet?

Jullie hebben weinig erfgoed, om niet te zeggen geen. Maar op de website noemt het Historium zich wel een museum 2.0. Hoezo?

‘Eigenlijk zetten we onszelf allang niet meer als museum in de markt. De missie dateert van tien jaar geleden en toen heetten we nog “Museum of history”. Die naam hebben we op aanraden van specialisten veranderd in “Historium”. En misschien goed ook, want we zouden ander publiek aangetrokken hebben. We willen echt een belevenisattractie zijn. Nu kwam hier wel een zestal maand geleden een ICOM-afgevaardigde, Tereza Libichová, die zei: “Hoezo, jullie zijn geen lid van ICOM?” Zij geloofde er wel in dat ons concept ook als museum gezien kan worden.’

Is de museumdefinitie te rigide? Steeds meer musea haken in op iets dat lijkt op jullie aanpak. De immersive experience werkt ook bij het publiek.

‘Er is in mijn ogen een shift bezig van wat “erfgoed” inhoudt. En wat je zegt over die immersieve beleving klopt, voor mij is dat ook dé uitgelezen manier om moeilijk bereikbare doelgroepen binnen te krijgen. We hebben misschien geen eigen erfgoed, maar we zijn wel bezig met een soort erfgoed rond de geschiedenis van onze stad en proberen dat onderbouwd te doen. Op



Historium, op de markt van Brugge

een manier past dat bewaren van erfgoed uit de ICOM-definitie ook enigszins bij wat wij doen. De *immersive experience* is de weg van de toekomst, volgens mij. Dat zien we ook aan het succes van Alfavision, dat is gestart binnen Historium en als partner ons immersieve parcours creëerde. Intussen hebben ze projecten van Praag tot Baku.

Kijk naar het *Lam Gods* in Gent, een van hun laatste grote projecten. Ik word daar zelf heel enthousiast van.’

‘De vraag is: willen wij een museum zijn of worden? We merken bij bezoekers ook dat de term “museum” voor verwarring zorgt. De meesten



De vaste presentatie van Historium brengt het verhaal van Brugges Gouden Eeuw.

zijn geënthousiasmeerd, maar we merken dat we mensen die een traditioneel museum verwachten, teleurstellen. Dat is een van de redenen waarom we de samenwerking met bijvoorbeeld Musea Brugge willen aangaan en tijdelijke tentoonstellingen aanbieden.’

Geen suppoosten

Doordat je geen eigen erfgoed hebt, ga je bruiklenen moeten gebruiken. Hoe los je dat op in jullie gebouw? Klimatologisch bijvoorbeeld? ‘Daar zijn we mee bezig. We hebben subsidie gekregen. Ik overdrijf niet als ik zeg dat drie vierde daarvan gaat naar een goed klimaat. Ook daar mikken we weer op kwaliteit: als we iets doen, moet het top zijn. Onze partner Alfavision heeft daar uiteraard ervaring mee en weet waar we moeten gaan kijken. Ik werp graag een pluim naar Musea Brugge, die men vaak voorstelt als concurrent: ook van hen krijgen we tips en raad. We weten dus waar we naartoe moeten om mee te spelen met de top. Er is van ons uit een enorme vraag naar samenwerking met de meer traditionele instellingen, maar het commerciële plaatje moet ook wel kloppen.’

‘We spreken een ander publiek aan dan Musea Brugge, misschien zelfs een breder publiek. Met Historium zouden we een perfecte inleiding kunnen zijn om mensen warm te maken voor een bezoek aan de real deal in het Groeningemuseum. Het gemeenschappelijke ticket Historium-Musea Brugge is niet onze topseller, maar vanuit het Historium vinden we het belangrijk dat te blijven aanbieden, omdat wij ook beseffen dat het echte kunstwerk zien nog steeds een enorme meerwaarde is voor bezoekers.’

‘Geen wachtrij zou ons veel minder interessant maken. Je gaat ook niet eten in een leeg restaurant.’

Zijn jullie klaar om je publiek te leren omgaan met een erfgoedopstelling? Het gaat ook om veiligheid en verantwoord omgaan met erfgoed. ‘Kijk, wij hebben geen financiële ruimte voor suppoosten in de tentoonstellingsruimtes. We willen de beveiliging anders oplossen, door een roulement bij het personeel en door veel passage te creëren, wat een sociale controlefunctie teweegbrengt, samen met beveiligde, gesloten vitrines en camerabewaking. Erfgoedbewaking zal bij sommige medewerkers in het takenpakket erbij komen, maar niet als hoofdtak. Daarnaast merken we dat ons publiek al zeer verantwoord omgaat met onze opstelling. Uiteraard is er een verschil: onze story is geen erfgoed, maar er is bijvoorbeeld één kamer die vol ligt met objecten: waardepapieren, stempels... Iedereen kan daarbij. Wel, na tien jaar ligt het er nog allemaal. Heel sporadisch verdwijnt er misschien iets en scholengroepen moet je soms extra in de gaten houden. Met de decorbouwer stond ik er onlangs van te kijken hoe goed alles bewaard is gebleven. Er was bij de start een budget gevrijwaard om jaarlijks nieuwe props te kopen, maar dat blijkt zowat overbodig.’

‘Misschien is de immersieve beleving op zich de sleutel. De aandacht van onze bezoekers wordt voortdurend gecapt. Wie zich vervelt, gaat foute dingen doen, maar hier krijg je geen kans om je te vervelen.’

Elke cent investeren

Welke kansen geeft jullie onafhankelijke status? ‘Eén voorbeeld: op het vlak van personeel kunnen we veel soepeler omspringen met budgetten dan stadsinstellingen. Maar als we één personeelslid te veel hebben, is dat desastreus voor onze boekhouding. Daar gaan we nauw op toekijken, omdat personeel een van onze grootste kosten is. Momenteel hebben we elf en binnenkort twaalf mensen vast in dienst om zeven dagen op zeven open te zijn, Duvelorium inclusief. Die staf moeten we aanvullen met veel interims en jobstudenten om flexibel om te springen met de bezoekersnoden. Dat gaat vrij ver, tot op het uur. Daar kunnen stadsinstellingen enkel van dromen.’

Net nu wordt ons gesprek onderbroken door een vraag van het barpersoneel die alleen de general manager kan oplossen. Een perfect voorbeeld van hoe strak de touwtjes in handen gehouden moeten worden?

‘En dat is ook nodig.’ *(lacht)* Elke private instelling werkt met een klein team en sinds corona hebben we alles nog geoptimaliseerd. Dat is geen prettige oefening: ik heb ook mijn eigen positie onder de loep genomen en er taken bijgenomen. De personeelskosten konden aanzienlijk zakken, waardoor dit een positief financieel verhaal werd. De buitenwereld denkt vaak dat het geld bij succesvolle privé-initiatieven binnenstroomt, maar dat is een misvatting. Elke cent die binnenkomt wordt meteen opnieuw geïnvesteerd. Een stom voorbeeld: onze onthaalruimte is de afgelopen tien jaar vier keer veranderd: hoe kunnen we de ruimte optimaliseren, hoe kunnen we dit nog efficiënter maken, niet alleen voor de bezoekers maar ook voor de werknemers?’

Een wachtrij? Mooi!

Jullie zitten op een zeer prominente locatie, in een tot de verbeelding sprekend gebouw waar de hordes toeristen sowieso passeren. Zou jullie concept op een andere plek werken?

‘Moeilijke vraag. Wellicht wel, maar met veel meer marketingkosten. Uiteraard is er budget voor advertisement maar door de jaren hebben we geleerd daar efficiënt mee om te springen. Reclame op bussen en panelen in het station doen we niet meer. We hebben een publieksonderzoek gedaan en die reclame bracht ons

**dutch
MUSEUM
gift shop**



Breng de museumwinkel online!

Vergroot service & bereik
Bespaar tijd & kosten
Werk samen



info@dutchmuseumgiftshop.nl

**PH
ANTA
VISUAL**

VISUAL

Videomapping
Show-control
AV-ontwerp
Live-stream
Audio
Videoconference
Events
AV-engineers
Lichtontwerp

PALEIS HET LOO TENTOONSTELLING DE ORANJES



PHANTA VISUAL AUDIOVISUAL DESIGN & TECHNICAL SOLUTIONS
www.phantavisual.com



**When the Girl with a Pearl Earring
tells her story, you must listen.**

Let your collection do the talking with
the World's Smartest Audio Guide
www.guide-id.com



GUIDE-ID



niks op. We merken ook: iedere toerist die Brugge bezoekt, komt sowieso op de markt terecht. Daar moeten we onze aanwezigheid laten voelen. Waarmee ik ook bedoel: een wachtrij vind ik absoluut niet erg. Zolang die niet te lang is en mensen op tijd geholpen worden. Geen wachtrij zou ons veel minder interessant maken. Je gaat ook niet eten in een leeg restaurant. Levendigheid is een soort kwaliteitsstempel!’

‘Ons belangrijkste doelpubliek is de buitenlandse verblijfstoerist die de tijd neemt om zich onder te dompelen in Brugge. Die heeft niks aan reclame op de achterkant van een bus. Het is geen geheim dat we een stevige huurprijs betalen voor ons prachtige gebouw, maar het geeft ons een visibiliteit waar anderen alleen van kunnen dromen. Al vind ik het gevaarlijk om te zeggen dat de locatie zichzelf verkoopt. We hebben tien jaar lang een reputatie opgebouwd en we blijven er



Met een VR-bril op zoek naar Brugges Gouden Eeuw

‘De commerciële kijk op musea is iets waar volgens mij lessen uit te trekken vallen, zoals een sluitend businessplan, waardoor je niet enkel afhankelijk bent van overheidsgeld.’

sterk over waken dat onze bezoekerstevredenheid heel hoog blijft. Daarom zetten we keihard in op het onlineverhaal, nog meer dan vroeger.’

Het parcours staat er al tien jaar. Denken jullie na over vernieuwing?

‘Aanpakken ja, maar volledig veranderen is nog niet aan de orde. Er zit achter onze werking uiteraard een strategische meerjarenplanning. Daarin bekijken we ook een aantal zaken voor onze story en we merken nog niet in onze bezoekerservaringen dat die gedateerd zou zijn, integendeel. Dat is de belangrijkste factor. Kosten-batengewijs is dat dus niet opportuun. Uiteraard zijn er zaken aangepast, zoals upgrades in de technologie, maar dat is vooral praktisch. Ik denk dat we conceptueel wel nog ruimte hebben voor groei. Daarvoor zijn er verschillende pistes die nog intern besproken worden. Augmented reality bijvoorbeeld.’

Sfeer, sfeer, sfeer

Is er iets bij jullie waar de meer traditionele musea lessen van kunnen leren?

‘De sfeer is enorm belangrijk én meteen ook heel bepalend. Er is een algemene beweging in die richting. Anders zouden bedrijven als Alfavision of Tinker Imagineers nooit zoveel succes hebben. Maar ook de commerciële kijk op musea is iets waar volgens mij lessen uit te trekken vallen, zoals een sluitend businessplan, waardoor je niet enkel afhankelijk bent van overheidsgeld. Zo’n model is niet duurzaam. Eigenlijk moet je voor jezelf mogelijkheden creëren om opnieuw te investeren.

Musea dragen bij tot de uitstraling van een stad, en dus is het in het belang van de stad om te blijven investeren in musea. Al moet je daarvoor een beetje weg van dat non-profit-gegeven.’

Zijn er omgekeerd ook lessen te trekken voor commerciële initiatieven uit wat traditionele musea doen?

‘De expertise rond conservatie zit vaak in de publieke sector. Daar hebben wij minder kaas van gegeten. Uiteraard toetsen we met ons historisch comité veel zaken af, tot op een bepaald niveau. Waar we zeker stappen in kunnen zetten, is het inhoudelijk en vooral praktisch opzetten van een tentoonstelling, maar ook gewoon weten waar authentieke werken zitten die als bruikleen kunnen dienen om ons concept te versterken. Het netwerk tussen traditionele musea is iets dat wij niet altijd kunnen volgen, doordat ons concept zo anders is. Wij maken de mensen warm en brengen het verhaal, maar de link leggen met het erfgoed en een eigen collectie is voor ons wel een gemis. Als we dat zouden kunnen mixen, hebben we echt *best of both worlds*.’

Hoe herken je een goed privé-initiatief?

‘Goh, dat is een moeilijke vraag. Ik zou geen onderscheid maken tussen privé of openbaar. Het gaat voor mij gewoon om goede initiatieven.’

Oké dan: hoe herken je een goed initiatief?

‘Je hebt maar één moment om een goeie indruk te maken. Die eerste seconden of minuten zijn

zo belangrijk. Dat is zo bij het ontmoeten van iemand, maar ook bij het binnenstappen van een museum. Als ik meteen een oubollig gevoel krijg, ga je al heel veel moeite moeten doen om mij binnen te krijgen of mee te krijgen in het bezoekersgedeelte. De eerste ruimte is zo belangrijk!’ ◀

Museumtips van Stijn Boone

- ▶ The Ghent Altarpiece (het *Lam Gods* in de Sint-Baafskathedraal in Gent): de baseline is “where old and new innovative techniques meet” en dat dekt wel de lading. Jan van Eyck aan de hand van innovatieve technologie.
- ▶ Sir John Soane’s Museum (London): de combinatie van het architecturale en de beleving, in combinatie met de *quirky* kunst- en erfgoedverzameling is een absolute aanrader.
- ▶ The National WWII Museum (New Orleans): beleef WWII zoals je het nog nooit beleefd hebt aan de hand van *experimental history*.
- ▶ House of Music (Boedapest): zoveel verschillende lagen, vol beleving die ook gericht is op kinderen. En als je kinderen mee hebt, krijg je ook volwassenen mee.
- ▶ De Rembrandt Route in Leiden: op een heel toegankelijke manier leer je zowel de stad Leiden als de figuur Rembrandt kennen, tot aangepaste restaurantmenu’s toe.

Atlantis Collectiebeheer

Museum Module

Hét webbased platform voor beheer en online presentatie van museale collecties. Sluit aan bij internationale standaarden, volledig naar wens configureerbaar en ondersteunt het gebruiken en publiceren van Linked Open Data.

Bekijk de brochure



Plan een demo



DEVENT it
Developers & Inventors in IT

+31 (0)33 299 2277
office@deventit.nl
www.deventit.nl

Spectrum

Thesaurus

Linked Open Data

Barcodescanning

Configuratie Cockpit

Depotbeheer

Belééf het Erfgoed

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

BRANDWACHT ENMEIJER.NL

☒ Decors ☒ Interieurs ☒ Tentoonstellingen



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


Patrick Allegaert

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

GOED NIEUWS!

► Vrijdagavond, 29 september 2023: hoogspanning in de kantoren van de Vlaamse musea. Zal de Vlaamse regering de beloofde verhoging van de subsidies met 25 miljoen goedkeuren? En wat zal dit betekenen voor elk museum? Bij goed nieuws wordt dit zonder meer een historische stap, bij slecht nieuws blijft de sector kampen met krapte. Rond halfzeven wordt het bevestigd: de verhoging is goedgekeurd! Cultuurminister Jan Jambon draait een so(m)bere bladzijde in het museum-beleid om.

Twintig jaar geleden werd het Cultureel Erfgoeddecreet, dat de erkenning en subsidiëring van musea regelt, goedgekeurd. Velen waren er lovend over. Het decreet ademde een actuele visie op het omgaan met collecties, erfgoedgemeenschappen, immaterieel erfgoed... Alleen: er was niet voldoende geld om de ambities te realiseren. De toenmalige cultuurministers, Bert Anciaux en Paul Van Grembergen, zagen mooie perspectieven, maar het structurele tekort bleef, regering na regering na regering...

Allang was er politiek – over de partijgrenzen heen – een consensus over de grote discrepantie tussen de ambities en de realiteit. Lippendienst alom: de museumsector werd geprezen om zijn inhoud, maatschappelijk draagvlak, sociale en culturele relevantie... En toch. De grote boosdoener bleek de timing: 'Het Erfgoeddecreet komt telkens te laat in de regeerperiode aan bod, het geld is op,' was de fatalistische onheilstijding die musea keer op keer moesten horen. Anders gezegd: wel willen maar niet kunnen. (Kleine nuance: de onderfinanciering werd door de vorige cultuurminister, de liberaal Sven Gatz, al deels getackeld met verhoging van ruim 9 miljoen, een belangrijke eerste stap.)

Wat is er nu anders? Hoe is de grote financiële inhaalbeweging enigszins te verklaren? Er is allereerst het regeerakkoord, met daarin de wil om de achterstand weg te werken. Maar in vorige akkoorden las je dat ook al en bleef het dode letter. Minister Jambon had het ook met zoveel woorden verklaard: als N-VA'er is zijn aandacht voor erfgoed prioritair. De Vlaamse identiteit, je weet wel.

Musea hebben in de recente jaren ook breed gescoord: in de coronaperiode bleven ze in België open – in de buurlanden niet. Ze waren een unieke culturele spot. Dit werd zeer breed op prijs gesteld. Maar ook in de recente regenzomer verschenen er talrijke berichten in de Vlaamse media: als alles ondergeregend is, is er gelukkig nog het culturele vrijetijdsaanbod van musea. Daarenboven heeft België sinds vijf jaar de Museumpas: de ambitie om zeer binnenkort 200.000 kaarthouders te hebben is realistisch. Musea hebben hun duffe imago ook hierdoor opgepoetst.

Er is meer: lang is de museumsector uit elkaar gespeeld door onderlinge problemen. Noem het naijver. Schaarste stond solidariteit in de weg. Elk museum profileerde zich als volslagen uniek, onderlinge concurrentie was een drijfveer. Dit gevoel is er nog, maar tegelijk is er de jongste jaren een sterke overtuiging en praktijk gegroeid – met een stevige begeleiding door FARO, het Vlaams steunpunt voor Cultureel Erfgoed – om door overleg gezamenlijke standpunten in te nemen en die op de meest geschikte, dus ook gezamenlijke, manier politiek aan te kaarten. Andere partners, zoals archieven, immaterieel erfgoedinitiatieven..., werden door musea als partners ervaren.

Er is dus niet één verklaring voor het goede nieuws, maar het resultaat is in elk geval dat de Vlaamse musea nu een nieuwe financiële beleidsruimte betreden: het al te grote contrast tussen woord (politieke beloftes) en daad (beschikbare middelen) is herleid tot een meer realistisch perspectief. Het potentiële en het mogelijke staan dicht bij elkaar. De financiering is nu billijk.

Laten we met z'n allen hopen dat de nieuwe situatie ook zal afstralen op de kwaliteit, de creativiteit en de maatschappelijke betekenis van de musea.



HIGH-END LED-SCREENS VOOR VIDEO ART



MAAK IMPACT MET ONZE VISUELE EXPERTISE

Bij MHB streven we met onze expertise en technologie naar het creëren van de ultieme visuele ervaring. Hand in hand met vooraanstaande kunstenaars en toonaangevende agencies hebben we de technologische grenzen verlegd om kunst- en videowerken op een ongeëvenaarde manier te presenteren.

Bij MHB combineren we jouw concept met onze expertise op het gebied van visuele verbeelding om zo samen een onvergetelijke ervaring te creëren. Dankzij de nieuwste audiovisuele-technologieën en ons toegewijde team van experts garanderen we topkwaliteit visuele producties. Meer weten?

www.mhbav.nl

| info@mhbav.nl | 0515-820902

 **MHB**

Museumpeil,

HET VAKBLAD VOOR
MUSEUMMEDEWERKERS
IN NEDERLAND EN
VLAANDEREN.

► Een abonnement
kost slechts

€ 26,50
per kalenderjaar

Boordevol
praktijkvoorbeelden,
interviews en analyses.

Opgave kan eenvoudig via
www.museumpeil.eu



colofon

Museumpeil nummer 62 - najaar 2023 - Museumpeil verschijnt met steun van de Museumvereniging en het Vlaams Museumoverleg.

Museumpeil

**museum
vereniging**

**Vlaams
Museumoverleg**

Uitgever: Stichting Museumpeil, statutair gevestigd te Amsterdam. KvK-nr: 64129667 - ING-bank: NL57 INGB 0007 055356

Adres: Troelstraplein 4, 2314 EK Leiden · www.museumpeil.nl · info@museumpeil.nl

Bestuur: Tanja de Boer (voorzitter), Lex Dekkers (bladmanager), Jan Robert (secretaris), Ada Vermeer-Janse (penningmeester), Carmen Willems (lid), Peter Wouters (lid)

Redactie: Hilde van den Berg, Koeki Claessens, Tonia Dhaese, Annette Gaalman, Björn Hinderyckx, Frédéric Jonckheere, Evelien Masselink, Franklin van der Pols (hoofdredacteur), Alexandra van Steen.

Hoofdredacteur: Marcel Barnard (met ingang vanaf 1-12-2023)

Eindredactie/beeldredactie: Patrick De Rynck

Redactieadres: e-Mail: redactie@museumpeil.eu

Abonnementen: een jaarabonnement kost 26,50 euro. - Opgave via de website www.museumpeil.eu. - Abonnementen lopen per kalenderjaar. Opzegging uitsluitend schriftelijk en vóór 1 december van het lopende kalenderjaar. De abonnementenadministratie wordt verzorgd door SP-Abonneeservice, T: 02 588 87 45 (Vlaanderen) - T: 088 1102044 (Nederland)

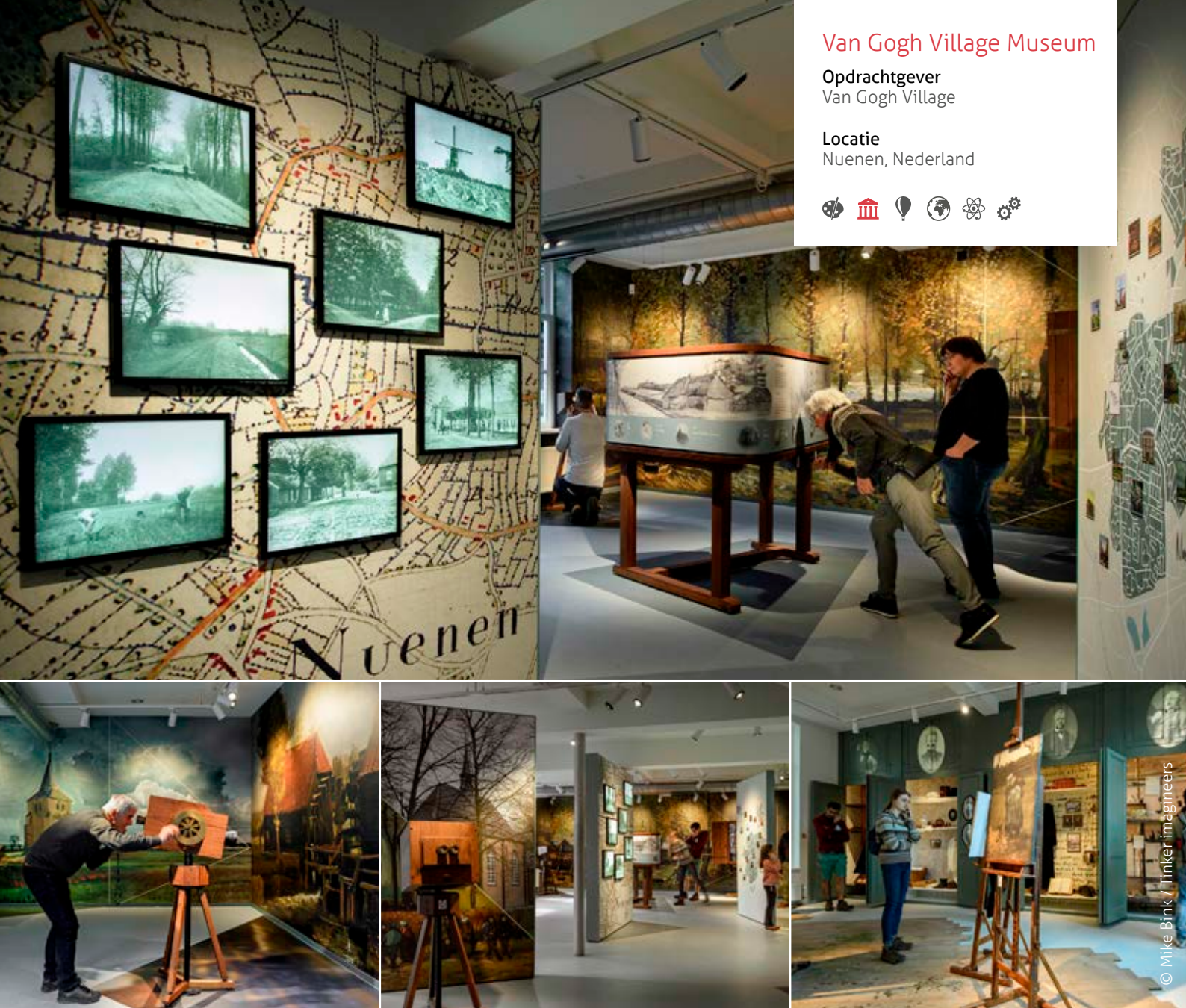
Prijs voor losse nummers: € 14,50 -

Advertenties: Clientmatch, www.clientmatch.org. T+32(0)3 2935489, mobiel +32(0)495 69 78 21

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

Copyright Museumpeil

Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Niet altijd kunnen auteursrechthebbenden op gebruikte afbeeldingen worden achterhaald. Als 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.



Van Gogh Village Museum

Opdrachtgever
Van Gogh Village

Locatie
Nuenen, Nederland



Van Gogh Village Museum

In het van Gogh Village Museum staat het verhaal over het leven van kunstschilder Vincent van Gogh (1853-1890) in Nuenen centraal. Als bezoeker ontdek je de reis naar zijn eerste meesterwerk 'De aardappeleters'. Ontstaan uit honderden tekeningen en voorstudies van de armoedige omgeving van Nuenen met hardwerkende wevers, landarbeiders en boeren. Een zoektocht naar licht, kleur en perspectief. Van Gogh woonde tussen december 1883 en 1885 in Nuenen en schilderde daar ongeveer een kwart van zijn oeuvre.

Bruns heeft in samenwerking met ontwerp bureau Tinker Imagineers het van Gogh Village Museum gerealiseerd. Een beleving waarin van alles te ontdekken is over Vincent van Gogh. De tentoonstelling bestaat uit een mix van hands-on meubels en projecties. Zo staan er kijkers om door de ogen van Vincent de omgeving te scannen. Diverse technieken van tekenen in perspectief worden uitgelicht. Projecties en oude voorwerpen nemen de bezoeker mee naar de tijd waarin hij leefde. Middels een audiotour worden de bezoekers door het museum begeleid. Ruim 80 verschillende audiopunten zijn te scannen, waardoor de route en het verhaal op eigen tempo is te volgen.

Het vernieuwde museum vertelt een inspirerend verhaal en heeft haar deuren heropend vanaf mei 2023.

Lees het hele verhaal van het Van Gogh Village Museum 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

BRUNS

