

inclusief provinciale bijlage

museum

nummer 4, december 1995

PEIL

COLLEGIAAL INFORMATIEBLAD VOOR MUSEA



■
THEMA- EN JUBELJAREN: EEN AANWINST?

■
LITERATUURLIJST PUBLIEKSTAKEN

■
THEMATIPS MUSEUMWINKELS
■



Inhoud

Thema- en jubel jaren: een aanwinst?	2
Het project 'De trots van Haarlem'	
Calamiteiten	7
De belangrijkste zaken op een rij	
Museumwinkels	10
Samenvatting van een studiedag	
Thematips voor de museumwinkel	12
1996 Jaar van het Industrieel Erfgoed	14
LCM-info	
- ICOM conferentie - impressies van een deelnemer	15
- Publicaties die op stapel staan	17
- Dozenproject overtreft alle verwachtingen	18
- Een nieuwe voorzitter	18
Een databank voor publiciteitsgegevens	19
De BMSMEDIA-diskette	
Museum als publiekstrekker	20
Onderzoek van AdMar	
Praktische literatuurlijst publiekstaken	21

Colofon

Museumpeil is een gezamenlijke uitgave van de bureaus van de provinciaal museumconsulenten van Noord-Holland, Zuid-Holland, Utrecht, Noord-Brabant en Limburg

Copyright

Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen zonder schriftelijke toestemming van de redactie

Redactie

Peter Fransman, Dominique Hamerlijnck, Ellen Loozen, Joan Patijn, Marianne de Rijke, Marjolein Spruijt en Elise Wiggers

Eindredactie

Dominique Hamerlijnck, Joan Patijn en Marianne de Rijke

ISSN 1381-1088

Ontwerp & Vormgeving

De Vormers,
bureau voor grafische vormgeving, Utrecht

Drukkerij

Pascal, Utrecht

Redactie-adres

Stichting Ondersteuning Musea
Mariaplaats 23
3511 LK Utrecht
Telefoon: 030 - 2343880
Fax: 030 - 2328624

Nummer 4, december 1995

Foto omslag: De museumwinkel van het Nederlands Spoorwegmuseum in Utrecht

Voorwoord

In toenemende mate krijgt de redactie goede berichten over de praktische bruikbaarheid van de artikelen in Museumpeil. Dit vierde nummer zal daar zeker weer een bijdrage aan leveren.

Over de inhoud

De musea krijgen steeds meer te maken met themajaren naar aanleiding van een interne of externe gebeurtenis. Vaak worden de thema's 'van hoger hand' opgelegd. Het is nog maar de vraag of er altijd inhoudelijk aansluiting kan worden gevonden. Bovendien worden de thema's vaak op een laat tijdstip bekend gemaakt zodat een en ander in de bestaande programma's moet worden ingebouwd. Dit jaar stond in Haarlem het 750-jarig bestaan van de stad centraal. Ferry Walberg beschrijft hoe een aantal Haarlemse musea met dit thema zijn omgesprongen. Meteen staat het volgende thema alweer voor de museumdeuren: 1996 Jaar van het Industrieel Erfgoed. Hoe de musea daar eventueel op in kunnen spelen staat in dit nummer beschreven.

Korte samenvattingen van twee interessante studiedagen over calamiteiten en museumwinkels zijn opgenomen waarvan uitgebreidere syllabi in voorbereiding zijn.

U bent van ons de rubriek tips en berichten gewend. Dit keer zijn we gestart met thematips. De eerste in deze serie bevat handige zaken op een rij over museumwinkels.

Een groot deel van dit nummer is gewijd aan publiekszaken. Of u op zoek bent naar mogelijkheden de pers zo optimaal mogelijk te benaderen over een tentoonstelling, u op zoek bent naar een goed boek over interactieve media: het staat er allemaal in.

Bovendien een geïnspireerd verslag van het ICOM-congres dat begin juli in Noorwegen plaats vond en ook nog een aantal korte berichtjes tussen-

door zoals een aanbod tentoonstellingsmateriaal en een tentoonstelling te leen.

Twee delen

Museumpeil verschijnt in twee delen. Het eerste algemene deel bevat artikelen en informatie die voor alle Nederlandse musea van belang zijn. Het tweede losse deel is uitsluitend bestemd voor de eigen provincie. In Limburg is dit keer geen provinciale bijlage verschenen.

Abonnement

Voor f 25,- per jaar krijgt u twee maal Museumpeil.

Voor f 30,- per jaar krijgt u twee maal Museumpeil en een provinciale bijlage naar keuze.

Opgave bij het bureau van de museumconsulent in de betreffende provincie.

Voor f 50,- per jaar krijgt u Museumpeil inclusief alle provinciale bijlagen.

Opgave bij het redactie-adres in Utrecht.

Post Scriptum

Mocht u het juiste provinciale deel niet hebben ontvangen, neem dan contact op met het bureau van de provinciaal museumconsulent van uw provincie. U krijgt het dan zo spoedig mogelijk toegestuurd.

De redactie

Thema- en jubeljaren: een aanwinst?

Themajaren, jubeljaren, themagerichte cultuur-historische en toeristische projecten, het bruist ervan in de culturele en recreatieve sector.

Niet alleen op landelijk, maar juist ook op regionaal en lokaal niveau. Jaar van het Industrieel Erfgoed, Het Geheim van Holland, Leven tussen Water, VOC, Strategieproject 'Cultuur, Historie en Toerisme' vormen een paar voorbeelden van dergelijke projecten.

De belangrijke rol en plaats van musea in deze projecten zou doen vermoeden dat zij in een vroeg stadium bij opzet en aanpak worden betrokken. De vele verzuchtingen die in museumland opklinken, doen het tegendeel vrezen. Vele medewerkers in musea kunnen zich niet aan de indruk onttrekken dat over hun hoofden heen allerlei projecten worden bedacht, waarbij zij, in de meestal door een (extern) adviesbureau bedachte opzet, slechts als sluitpost fungeren. Op deze manier worden de musea snel thema-en-jubeljaar-moe.

Om u een overzicht te geven wat er allemaal komt kijken bij het organiseren van thema- en jubelprojecten, biedt Museumpeil u hierbij een voorbeeld van een geslaagd project, namelijk de bijdrage van de gezamenlijke Haarlemse musea aan de feestelijkheden die rond het 750-

jarig bestaan van de stad Haarlem in 1995 werden georganiseerd. De nadruk ligt vooral op de financiële zorgen om een dergelijk project van de grond te tillen. Een verslag van alle ups en downs door Ferry Walberg, regionaal museumconsulent voor Zuid-Kennemerland.

**De trots van Haarlem:
Zes tentoonstellingen en een wandeling als bijdrage aan het stadsjubileum van Haarlem**

Het prille begin

Dat Haarlem op de een of andere manier, ingetogen of uitbundig, in 1995 zou herdenken dat de stad 750 jaar geleden stadsrechten kreeg, was uiteraard ruim van te voren te voorzien. In augustus 1990 werd op een vergadering van Stichting Musea Zuid-Kennemerland door zowel Derk Snoep, directeur van het Frans Halsmuseum, als door mij het idee geopperd de Haarlemse musea uit te nodigen om een mogelijke samenwerking te bespreken. Op 13 september vond de eerste bijeenkomst plaats in het Frans Halsmuseum, met vertegenwoordigers van Teylers Museum, Frans Halsmuseum, Architectuur en Bouwhistorisch Centrum, Historisch Museum Zuid-Kennemerland, Gemeentearchief, Archeologisch Museum Haarlem, Stadsbibliotheek en ondergetekende. Nog voor het einde van de maand werd een gezamenlijk concept-tentoonstellingsplan bij de gemeente gemeld. Hoewel het op één A4-tje paste, was het een ambitieus plan dat de (werk)titel 'De stad is de tentoonstelling' meekreeg. Het uitgangspunt was het heden en de huidige taken van de stad, hoe de taken van nu verschillen van de taken van toen, waarmee een duidelijke ontwikkeling zichtbaar gemaakt zou worden. De historische gebouwen die de taken van de stad weerspiegelen, werden zelf tentoonstellingsobjecten. In een aantal van die ge-

bouwen zou de tentoonstelling worden ondergebracht. Voor het realiseren van deze onorthodoxe aanpak zou veel nieuw historisch onderzoek verricht moeten worden. Aldus presenteerden de Haarlemse musea hun visitekaartje.

Er werden helaas nog geen afspraken gemaakt over de voortgang, de coördinatie en mogelijke financiering van het project; de musea concentreerden zich uitsluitend op de inhoud.

Voortgang

Op 3 oktober 1991 werd de stichting Haarlem 750 opgericht, met een projectbureau met twee medewerkers. De nieuwe stichting reageerde snel op het tentoonstellingsconcept en meldde op 29 oktober 1991 dat het plan *'bij diverse bestuursleden - en ook bij het gemeentebestuur - al wel veel enthousiasme ontmoet. Op grond hiervan komt het mij voor, dat u met een gerust hart verder kunt werken aan de planontwikkeling.'* Aan het begin van het volgende jaar meldde het bestuur haar unanieme instemming en voegde eraan toe dat *'realisering van de plannen in belangrijke mate afhankelijk is van de beschikbare middelen.'* Men vervolgde met de veronderstelling dat een deel binnen de bestaande budgetten gevonden zou kunnen worden en dat daarnaast een beroep op externe financiering gedaan zou worden.

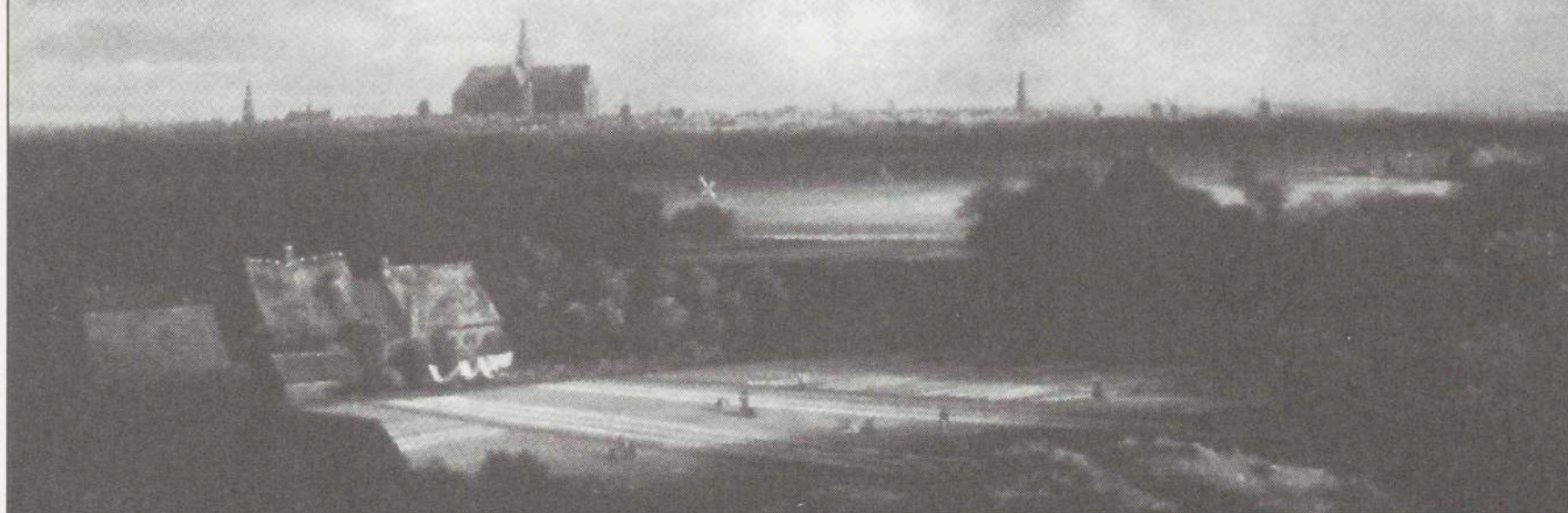
In het voorjaar van 1992 werden wederom bijeenkomsten belegd, waar de deelnemers tot de conclusie kwamen dat de financiële en organisatorische basis wel erg wankel was. Daarom werd een opgetuigde planopzet aan het projectbureau gezonden met het verzoek om subsidie te verlenen voor het doen uitvoeren van een haalbaarheidsonderzoek. Het verzoek werd afgewezen. Ondertussen probeerde het Frans Halsmuseum grote sponsors te interesseren voor het project. Bij deze

Over de auteur

Ferry Walberg studeerde sociologie en geschiedenis. Hij is sinds 1975 werkzaam in verschillende Noordhollandse musea. Sinds 1988 is hij regionaal museumconsulent voor Zuid-Kennemerland.

door Ferry Walberg

DE TROTS VAN HAARLEM



Strooibiljet van 'De trots van Haarlem' dat in een oplage van 20.000 exemplaren in drie talen werd verspreid bij grote evenementen in de stad.

zoektocht bleek de sponsorcommissie van de stichting Haarlem 750 zich eveneens actief op deze markt te bewegen en men liep elkaar danig voor de voeten. Sommige potentiële sponsors reageerden geïrriteerd op deze overdadige belangstelling.

Het project dreigde in een impasse te raken; mogelijke sponsors reageerden lauw tot afwijzend en ook het historisch onderzoek was nog niet gestart. Wederom nam het Frans Halsmuseum het initiatief om in november 1992 van gedachten te wisselen over opzet en voortgang van het project. Het museum legde in samenspraak met Teylers Museum een alternatief plan aan de overige participanten voor. De werktitel 'De stad is de tentoonstelling' bleef ongewijzigd, maar voor de rest veranderde er veel: het voorstel behelsde een stadstopografisch project, waarin de veranderingen in de stad en haar directe omgeving centraal werden gesteld.

Een nieuw plan, een nieuw begin

Iedereen ging hard aan het werk om het nieuwe concept voor de eigen instelling inhoudelijk uit te werken en van een begroting te voorzien. Vanaf november 1992 werd er maandelijks vergaderd onder een wisselend voorzitterschap. Er waren 26 vergaderingen nodig om het project tot aan de opening op 20 mei 1995 in goede banen te leiden! Een definitieve planopzet en uitgewerkte begroting waren eind februari 1993 gereed.

Het ingediende project stelde de rijke en langdurige topografische traditie van Haarlem in de periode van 1550 tot heden centraal. Uitgaande van een ideale uitvoering van dit gehele project beliep de eerste begroting voor alle participanten te zamen een bedrag van f 1.123.000,-.

Door het initiatief van het Frans Halsmuseum had het project weer de nodige vaart gekregen. In korte tijd verzette iedereen veel werk. Een stimulans daarbij was de toezegging van het bestuur van de stichting Haarlem 750 op 20 april 1993 *'voorshands maximaal f 125.000,- te garanderen in een eventueel tekort. Het gekozen thema "het gezicht van Haarlem" spreekt ons aan en belooft een hoogst interessante tentoonstelling.'* De begroting vond men echter aan de hoge kant, het bestuur wilde hierover nader van gedachten wisselen. *'Wij beseffen echter, dat een kwaliteits-tentoonstelling een kostbare aangelegenheid is en Haarlem is het aan zichzelf verplicht in het komende "jubileumjaar" z'n mooiste gezicht te tonen.'*

Tijdens de vergaderingen werden de vorderingen van de deelprojecten op elkaar afgestemd en, waar nodig, gezamenlijk optreden voorbereid. Al snel bleek dat tal van instellingen bezig waren met voorbereidingen voor wandel- en fietsroutes, onder andere in het kader van een groot onderwijsproject. Om te voorkomen dat er doublures zouden ontstaan, werd besloten dit te bespreken in een aparte werkgroep 'Haarlem te

voet'. Ondanks veelvuldig overleg heeft dit niet tot een concrete afstemming geleid.

Financiën: een zorgenkindje

Actie op het gebied van de financiering was hoogst noodzakelijk. Er lag een kostbaar plan, waarvoor, behalve de eigen bijdragen uit de reguliere budgetten en de toezegging door Haarlem 750, nog geen dekking was. Enkele deelnemers wilden proberen aanvullende subsidies te verwerven.

Het is niet verwonderlijk dat dit onderwerp de meeste hoofdbrekens kostte. Op iedere vergadering werd er uitgebreid over gesproken en de zorgen groeiden per bijeenkomst. Iedereen was het er echter over eens dat het project in ieder geval door moest gaan, hoe was van later zorg. De centrale sponsorwerving viel zwaar tegen. Via de Haarlemse wandelgangen - en later ook breed uitgemeten in de lokale pers - drongen berichten door dat het Haarlemse bedrijfsleven massaal de kat uit de boom keek en niet over de brug kwam.

Tegen het einde van het jaar werd besloten het toegezegde bedrag van Haarlem 750 alvast te verdelen: Frans Halsmuseum en Teylers Museum kregen ieder f 45.000,-, het restant werd onder de overige participanten verdeeld.

Voortgang en coördinatie

Ondanks de voortdurende onzekerheid over de financiële haalbaarheid waren de participanten toch gestart met het voorbereidend onderzoek

Thema- en jubeljaren: een aanwinst?

en de inventarisatie van mogelijk ten toon te stellen kunstvoorwerpen en historische objecten. Op iedere vergadering werd verslag gedaan van de voortgang en de tussentijdse bijstellingen in het concept. De verschillende bijdragen werden zo op elkaar afgestemd. Het project kreeg zo steeds duidelijker contouren. Eind 1993 had het concept voor de hoofdtentoonstellingen definitief vorm gekregen: het uitgangspunt werd 'stedenlof' met als titel 'De trots van Haarlem - Promotie van een stad in kunst en historie'. Toezeggingen voor een aantal belangrijke bruiklenen waren binnen. Op basis hiervan stelden de beide musea een participatieplan op en vroegen subsidie aan bij de Mondriaan Stichting. Het Historisch Museum Zuid-Kennemerland wilde een uitgebreid overzicht van de fotografie in de periode 1860 tot 1960 presenteren.

In de zomer meldde zich een nieuwe participant: de Rijks Geologische Dienst was van plan voor een breed publiek een nieuwe geologische kaart van Haarlem uit te brengen. Dit initiatief werd gekoppeld aan de

tentoonstelling van het Archeologisch Museum Haarlem.

Hoewel er regelmatig werd overlegd, ontstond de behoefte aan duidelijker en continue coördinatie. Mijn rol als regionaal museumconsulent was tot dan toe tamelijk vaag: ik nam deel aan het overleg en trad daarbij voornamelijk op als adviseur voor de kleinere musea. Het Frans Halsmuseum en Teylers Museum verzochten begin november 1993 het bestuur van de stichting Musea Zuid-Kennemerland of de regionaal museumconsulent tot aan de opening in mei 1995 zou kunnen optreden als coördinator met als belangrijkste taken de gezamenlijke publiciteit en het organiseren van de opening. Deze aanvraag werd gehonoreerd met een toezegging van 180 uur ondersteuning in 1994.

Gezamenlijke publiciteit

Vanaf 1 januari 1994 trad ik op als coördinator voor de gezamenlijke publiciteit, maar al spoedig werd mij verzocht ook het voorzitterschap als onafhankelijk deskundige op te nemen.

Als eerste intensiveerde ik de contacten met het projectbureau Haarlem 750 om de publiciteitsplannen op elkaar af te stemmen. In principe stond het projectbureau daar niet afwijzend tegenover, maar definitieve uitspraken konden pas worden gedaan wanneer het publiciteitsplan van Haarlem 750 gereed was. Omdat de financiële situatie nog steeds uitermate penibel was, moest wel gewacht worden: er was nauwelijks geld beschikbaar.

In augustus was het plan van Haarlem 750 zover dat ik aan de slag kon. In oktober heb ik de participanten een eerste publiciteitsplan voorgelegd, dat dankzij de ruimhartige medewerking van het projectbureau gerealiseerd kon worden. Die medewerking bestond eruit dat 'De trots van Haarlem' werd aangemerkt als project georganiseerd door Haarlem 750. Dankzij die status kwamen een groot aantal publiciteitsuitingen voor rekening van Haarlem 750. Op die manier was het mogelijk een aardig centraal pr-plan samen te stellen tegen geringe kosten. Daarnaast kon iedere deelnemer zijn eigen contacten en middelen inzetten.

Voor rekening van de deelnemers kwamen de meerkosten van de productie van de 'Trots'-krant en de kosten van de persconferentie. Het vervaardigen van de persmap en de kopieerkosten van de persberichten werden betaald uit het budget voor coördinatie van het project. Het muipi-affiche op groot formaat voor de hoofdtentoonstelling werd door het Frans Halsmuseum en Teylers Museum gezamenlijk bekostigd.

Slechts twee voorgenomen activiteiten vonden wegens geldgebrek geen doorgang, de reclamestickers op de achterruiten van stadsbussen en de betaalde advertenties in kranten en andere periodieken.

Wederom financiën

Een heikel punt bleven de ontwikkelingen op financieel gebied, of beter

In de galerij der prominenten figuren Coster, Kenau en Hals. De trots van Haarlem in het Frans Halsmuseum.





Eén van de zestien goudkleurige topografische panelen, die de wandeling tussen de museumlocaties markeren.

gezegd het ontbreken daarvan. Af en toe leek een sponsor geïnteresseerd in het project, maar haakte, na soms intensieve onderhandelingen, altijd weer af. Het was noodgedwongen pas op de plaats met een alerte blik op de horizon. Dat was niet erg bemoedigend en de gerechtvaardigde vraag: kunnen we wel doorgaan? werd meer dan eens gesteld.

Het inschakelen van een extern bureau voor het werven van sponsors leverde niets op. Gelukkig verscheen er ook een aantal lichtpuntjes aan de horizon. De provincie Noord-Holland zegde een subsidie van f 45.000,- toe voor uitvoering van een drietal foto-opdrachten in het kader van de jaarlijkse provinciale opdrachten Documentaire Fotografie. Ook verleende de provincie een substantiële subsidie van f 45.000,- voor de produktie van de begeleidende publikatie bij de hoofdtentoonstelling.

Teleurstellend was echter het antwoord van de Mondriaan Stichting op de subsidieaanvraag voor een participatieplan. De toewijzing beliep f 30.000,- terwijl f 152.000,- was gevraagd. Een officieel protest haalde helaas niets uit.

In het voorjaar werd de projectleider van stichting Haarlem 750 vervangen. Voor het Trots-project betekende dit hernieuwde toelichtingen op de begroting, hetgeen veel extra tijd kostte. Een van de resultaten was

een opwaardering van het Trots-project tot één van de vijf dragende projecten. Vooralsnog leverde dit niet meer geld uit de centrale pot op, wel wenste het bestuur van Haarlem 750 een schriftelijke verklaring van de musea dat het Trots-project doorgang zou vinden. Uiteraard vergde dat wederom het nodige overleg. Hieruit vloeide op 31 augustus 1994 het principebesluit van de musea voort het Trots-project in ieder geval door te zetten, zij het als basisvariant. Zo zagen het Frans Halsmuseum en Teylers Museum af van vrijwel alle buitenlandse bruiklenen en werd de vormgeving aan de individuele musea overgelaten. Aan de andere kant zegde het bestuur van Haarlem 750 toe zich nogmaals extra in te spannen om mogelijke sponsors te werven. Er waren al veelbelovende contacten gelegd, zo werd optimistisch gemeld. Deze leverden echter niets op. Korte tijd voor de opening kon door gezamenlijk optreden van Haarlem 750 en Frans Halsmuseum één substantiële sponsorbijdrage voor de hoofdtentoonstelling worden binnengehaald. Voor de overige musea hield dit in dat zij naast de bescheiden bijdrage van krap f 6.000,- uit de subsidie van Haarlem 750 zelf op zoek moesten naar kleinere sponsorbijdragen (soms in natura). Dankzij een ruime inzet van tijd en energie is dat in die mate gelukt dat de verschillende

deeltentoonstellingen en de verbindende wandeling doorgang konden vinden.

Opening

Al in een vroeg stadium werd besloten tot één centrale opening. Het was de bedoeling het officiële 'startschot' te geven door middel van een korte bijeenkomst, waarna de genodigden zouden uitwaaiëren over de verschillende tentoonstellingslocaties. De keuze viel op de fraaie Gravenzaal in het stadhuis, die een ultieme uiting is van lokale trots en stads-promotie.

De voorbereidingen hadden aanvankelijk een incidenteel karakter; ik overlegde met het projectbureau en het bureau communicatie van de gemeente. Toen in de loop van het jaar het Trots-project een belangrijker plaats ging innemen, rees onder de participanten twijfel aan de capaciteit van de Gravenzaal. De organisatie van de opening was inmiddels in volle gang.

In het voorjaar van 1995 bleek bij de participanten een sterke voorkeur voor een ruimere locatie. Het oog viel op de Grote of Sint Bavokerk. Op de valreep, op 9 maart 1995, legde ik deze suggestie voor aan B&W van Haarlem. Er volgde overleg met de loco gemeentesecretaris, die besloot dat, gezien de status van het Trots-project, de gemeente als gastheer zou optreden - en dus ook de kosten

Thema- en jubeljaren: een aanwinst?

zou dragen - en dat de opening in de kerk zou plaats vinden.

De voorbereidingen namen toen hectische vormen aan, want er resten nog slechts zes weken tot aan de opening. Er werd nog geprobeerd het programma wat op te krikken met toepasselijke optredens, dit is helaas niet gelukt op zo korte termijn. Doordat een aantal instellingen hun uitnodigingsbestand in een laat stadium inleverden, bleef slechts één oplossing over om een nieuw bestand samen te stellen: een groep vrijwilligers sorteerte handmatig de niet uitwisselbare bestanden. Een vreselijk karwei. Zo konden nog net op tijd de uitnodigingen de deur uit.

Op 20 mei 1995 kreeg het project, waaraan de participanten zo'n twee-en-een-half jaar hadden gewerkt, ten overstaan van een volle kerk met bijna duizend genodigden het officiële startschot. En inderdaad, met trots openden daarna de Haarlemse musea hun deuren om de bezoekers het produkt van al hun inspanningen te tonen.

Tot slot

Een lange weg van voorbereidingen, onderlinge afstemming en overleg over financiën en gezamenlijke activiteiten heeft uiteindelijk geleid tot het klinkende resultaat van een imposante hoofdtentoonstelling en een begeleidende catalogus, vier sateliëttentoonstellingen en een verbindende wandeling aan de hand van een handzaam boekje en 16 topografische panelen in het stadscentrum, een waardige en belangwekkende bijdrage aan het stadsjubileum van Haarlem. Vijf jaar van voorbereiding. De eerlijkheid gebiedt te zeggen dat er maanden waren waarin absolute radiostilte heerste, maar de laatste twee jaar is er hard en consequent gewerkt. Achteraf is er te veel tijd gestoken in het bijeenrapen van de beno-

digde gelden, met helaas teleurstellende resultaten. Wat het project danig heeft dwarsgezet, is de slechte pers geweest die het jubeljaar bij potentiële sponsors ontving. De centrale werving door Haarlem 750 leverde voor het Trots-project niets op; pas op de valreep committeerde zich een grote sponsor. Toen de sponsorwerving in 1994 werd vrijgegeven en de musea zelf de markt op mochten, werden zij geconfronteerd met een totaal afgegraasde markt van hoogst geïrriteerde bedrijven die al door vele projectleiders waren benaderd.

Dankzij de inventiviteit en een bijna eindeloze flexibiliteit van de musea, gemotiveerd door de heilige overtuiging met iets goeds bezig te zijn en de wens een bijdrage te willen leveren aan het stadsjubileum, is het gelukt een serie tentoonstellingen te realiseren die qua inhoud en presentatie dicht bij het oorspronkelijke concept staat.

Het samenwerken heeft een duidelijke meerwaarde opgeleverd in een serie op elkaar afgestemde en tegelijk gepresenteerde exposities, die de trots van Haarlem via vele invalshoeken op een aantrekkelijke manier voor het publiek verduidelijken.

De samenwerking is niet altijd vlekkeloos verlopen. Het was duidelijk dat iedereen er belang bij had en er daarom gemotiveerd in participeerde, maar er werd wel een lange adem geëist. Wanneer de begrotingen moesten worden bijgesteld, wanneer de concept-persberichten gemaakt moesten worden, kortom wanneer er huiswerk gemaakt moest worden, waren er stevast enkele laatkomers. Besluiten bleven daardoor af en toe erg lang hangen. Bovendien kostte het mij onnodig veel tijd. Ik was vanaf 1 januari 1994 ingehuurd voor 280 uur; in het eerste jaar lukte het de coördinatie in 180 uur te doen, maar in

1995 moest ik noodgedwongen bijna tweehonderd uur besteden.

En wat doet u

Of een afwachtende houding vanuit musea bij thema- en jubeljaarprojecten een verstandige is, valt ernstig te betwijfelen. Alleen al uit praktische overwegingen is het raadzaam bij deze betrekkelijk nieuwe trend zo veel mogelijk aansluiting te zoeken. Immers, overheden en instellingen op het gebied van cultuurbehoud en toerisme entameren dit beleid met verve en vorderen daarvoor soms aanzienlijke bedragen. Toegegeven, het is even wennen na de jarenlange nadruk op behoud en beheer, maar voor musea openen zich perspectieven om weer directer met hun publiek bezig te zijn en potentiële nieuwe publieksgroepen aan zich te binden. Bovendien moet niet worden vergeten dat samenwerking met collegamusea vele voordelen kan bieden, niet in het minst de kostenbesparing die een gezamenlijke publiekbenadering oplevert. Zo kan een professionele aanpak worden gerealiseerd, die de krachten en financiën van een individueel museum te boven gaan. Natuurlijk blijft daarbij voorop staan dat het belang en het verwacht nut voor de musea, afgezet tegen de nodige investeringen in tijd en geld, doorslaggevend moeten zijn om tot deelname aan dergelijke projecten te besluiten.

Calamiteiten

De belangrijkste zaken op een rij

Op maandag 2 oktober jl. werd door de Stichting Ondersteuning Musea een studiedag georganiseerd over calamiteiten. De dag vond plaats in het koetshuis bij Kasteel Amerongen. Hieronder worden de belangrijkste aspecten die die dag ter sprake zijn gekomen aangestipt. Er is een uitgebreidere syllabus in voorbereiding met meer achtergrondinformatie en een aanvullende literatuurlijst.

De volgende onderwerpen kwamen tijdens de studiedag aan bod:

- opzetten van een veiligheidsplan
- opzetten van een aanvalsplan
- het functioneren van de Inspectie Cultuurbescherming
- crisis-pr in musea
- het opstellen van een ontruimingsplan

Veiligheidsplan

Bijdrage van de heer A.A.H. Karsten van het onafhankelijke veiligheidsbureau Preventie Consulting

Het plan zou volgens de volgende stappenmethode kunnen worden aangepakt:

- signalering
- probleemanalyse
- oplossingen
- planning
- implementatie van de oplossingen
- evaluatie van de probleemoplossing

In het kader van de effectiviteit is het van belang dat het veiligheidsplan integraal wordt aangepakt. Ten behoeve van een veiligheidsplan zal het museum een probleeminventarisatie moeten uitvoeren. Hierbij wordt de organisatie doorgelicht, de attractiewaarde van de objecten bepaald en het gebouw bekeken op beveiliging.

Voor een integrale beveiligings-

aanpak zijn vier onderdelen van wezenlijk belang:

1. beleid (uitvoeren van risicoanalyse, opstellen van een beveiligingsvisie, prioriteit stellen aan beveiliging, beleidsmatige aansturing, opstellen van definitieve plan)
2. organisatie (voor beveiligings-taken zullen aparte functionarissen moeten worden aangesteld of daartoe vrijgesteld met aangepaste verantwoordelijkheden; vervolgens zal de beveiliging uitgevoerd en gehandhaafd moeten worden)
3. cultuur (om een continue preventie-houding te garanderen zal zowel de staf als het overige personeel gemotiveerd moeten worden om naleving en signalering van en controle op beveiliging te garanderen; ten behoeve hiervan zal het nodige aan opleiding en training noodzakelijk zijn)
4. voorzieningen (technisch, bouwkundig, mechanisch en elektronisch)

Deze onderdelen vormen samen een preventiecirkel waarin centraal staat de veiligheid van personen en eigendommen.

Hieruit ontstaat een knelpunten- of risicoanalyse. Aan de hand hiervan kunnen organisatorische, bouwkundig/mechanische en elektronische (OBE) maatregelen opgesteld worden. De samenhang van deze maatregelen is van groot belang.

Organisatorische maatregelen

- alarmering van incidenten en calamiteiten
- toegangsbeheer
- voorraadbeheer
- privacy
- taken/bevoegdheden
- slachtofferopvang en -hulp

Bouwkundige maatregelen

- met betrekking tot het terrein
- de gevel (denk aan inklimmogelijkheden)
- compartimentering (onder andere

van de depots)

- vluchtwegen
 - toegepaste materialen; hang- en sluitwerk
 - waardeberging
 - voorzieningen tbv vergroting toezicht en controle
- Elektronische maatregelen
- inbraaksignalering
 - gesloten tv-circuits
 - slotensystemen
 - oproepsystemen (communicatie)
 - toegangsbeheer
 - signalering nooduitgangen en vluchtwegen

NB! Een werkgroep binnen de Nederlandse Museumvereniging (NMV) komt binnenkort met een toetsingslijst aangaande veiligheid/beveiliging. Dit is een eerste stap op weg naar standaardisering.

Aanvalsplan

Bijdrage van de heer A.H. Stolker, research en consult manager regionale Brandweer Gemeente Utrecht

De volgende aspecten spelen een rol:

- de ligging van het object
- de bereikbaarheid voor de voertuigen; wellicht zijn andere blusvoorzieningen noodzakelijk (bijvoorbeeld het slaan van een extra put)
- vaste punten worden aangemerkt voor het opstellen van tankblusvoertuigen
- eventueel aanwezige bruggen worden geschikt gemaakt voor 10-tonners
- plekken worden aangemerkt waar hoogwerkers kunnen staan
- de technische installaties, zoals de brandmeldinstallatie worden beschreven

NB! bij een brandmelding wordt de opdracht tot het terugzetten van de installatie gegeven door de bevelvoerder van de brandweer

- waar bevindt zich de sleutelkluis? de brandweer heeft altijd een moedersleutel

door
Marianne de Rijke

Calamiteiten

De belangrijkste zaken op een rij

- een ontruimingsplan wordt getest met de brandweer
- duidelijk moet zijn waar publiek mag komen; echter bij brand kan het zijn dat publiek vluchtwegen zoekt waar onder normale omstandigheden geen publiek aanwezig mag zijn
- rekening houden met opslag gevaarlijke stoffen (bij kastelen bijvoorbeeld huisbrandolie)
- een duidelijke bouwtekening waaruit de bouwlagen en de indeling blijken
- indien niet aanwezig wordt er een bluswaterwinning gerealiseerd
- verspreiding basiskennis en instructiemateriaal 'hoe te handelen bij brand'
- beschermingsconstructies worden ontwikkeld indien dit niet ter plekke mogelijk is
- bevorderen inbraakbeveiliging

Operationele materiële maatregelen

- bevoegdheid zelfstandig handelen
- coördineert het opbouwen van beveiligingsvoorzieningen
- behulpzaam bij vervoer van goederen
- bevordert indien nodig hulp van derden
- aanwijzingen geven voor bluswerkzaamheden zodat het object zo min mogelijk schade oploopt
- indien er sprake is van instortingsgevaar dan kan een ambtenaar van Bouw- en Woningtoezicht aanwijzingen geven aan de brandweer. De regionaal inspecteur moet hierbij worden betrokken zodat die delen die belangrijk worden gevonden zoveel mogelijk behouden blijven

Crisis-PR

Bijdrage van Hiske Land, consultant educatie en PR bij de SOM

Een aantal aandachtspunten om van te voren bij stil te staan:

- maak een schema met verantwoordelijken: wie is PR-coördinator? Is deze persoon vrijgesteld van andere activiteiten in geval van calamiteiten?
- stel procedures vast voor het omgaan met de pers: regels voor toegang, afspraken over woordvoerderschap, perslijst, richtlijnen voor opvang ter plekke
- is er een vervangende perslocatie geregeld? (Denk aan gemeentehuis, wijkcentrum, politiebureau of brandweerkazerne)
- maak een lijst met personeel en instanties die in geval van calami-

teiten gewaarschuwd moeten worden. Hoe wordt het personeel geïnstrueerd?

- maak communicatieafspraken met politie en brandweer
- wees eerlijk naar de pers: ga in op vragen over de aard van het voorval, plaats en tijd, de toestand van de objecten, getroffen maatregelen en van buitenaf verkregen hulp. Geef geen informatie over mogelijke oorzaken, schuldigen en omvang van materiële schade
- in geval van slachtoffers: noem geen namen

Opstellen van een ontruimingsplan

Bijdrage van A.W.A. van der Goes, conservator Kasteel Amerongen

Voor de objecten in het Kasteel zijn ontruimingsformulieren gemaakt. Deze formulieren zijn 'gesealed' en per verdieping in een ordner opgeborgen. Er is gebruik gemaakt van een zeer groot lettertype zodat de brandweer ze nog kan lezen onder slechte omstandigheden. De voorwerpen zijn ingedeeld in A-, B- en C-categorie. De A-categorie moet zo snel mogelijk gered worden. De B-categorie indien er iets meer tijd is (vijf tot tien minuten). Indien er nog meer tijd over is komt de C-categorie aan bod. Op ieder formulier staat op de voorkant de categorie, een afbeelding van het object en informatie over gewicht, afmetingen, bevestiging en nadere bijzonderheden indien van toepassing. Op de achterkant staat een plattegrond van de verdieping, met looproutes naar het betreffende object. De ordners liggen in een afgesloten kast bij het centrale paneel van het brandmeldsysteem. In de praktijk wordt nog uitgetest of het handiger is per kamer bijvoorbeeld alle A-voorwerpen op één kaart bij elkaar te zetten.

In de syllabus zal uitgebreider ingegaan worden op de diensten van het Rode Kruis, Salvage (brandverzeke-

De Inspectie Cultuur- bescherming (ICB)

Bijdrage van de heer H.W. Meulendijks, hoofd sector openbare veiligheid Brandweer Gemeente Utrecht

De maatregelen die de inspectie te bieden heeft kunnen ingedeeld worden in:

1. organisatorische en
2. materiële maatregelen

1. Organisatorische maatregelen

Relevante gegevens over de inspectie en de bescherming van het betreffende goed worden opgenomen in rampen- en rampenbestrijdingsplannen.

Gegevens worden beschikbaar gesteld aan de brandweer die de uitvoerende coördinatie in handen heeft. De inspectie bevordert het opstellen van aanvalsplannen.

Adviseert en bemiddelt bij het opstellen van documentatie (opmetingstekeningen, foto's, beschrijvingen) en het veilig opbergen van deze documentatie.

De inspectie stimuleert het opstellen van ontruimingsplannen.

2. Preventieve materiële maatregelen

- realiseren van bergplaatsen ter plekke
- bevorderen van installeren van rookmelders
- bevorderen installeren blusmiddelen

Tips en berichten

raars), handige materialen en gereedschappen, nazorgmaatregelen en de hulp van restauratoren daarbij.

Voor meer informatie:

Stichting Ondersteuning Musea,
Marianne de Rijke, telefoon 030-2343880

Adressen

Preventie Consulting, Ameltherhout 44,
9403 EE Assen, telefoon 0592-316370,
fax 0592-330055

Brandweer Gemeente Utrecht, Postbus
3025, 3502 GA Utrecht, telefoon
030-2828841, fax 030-2889557

Kasteel Amerongen, Drotestraat 20,
3958 BK Amerongen,
telefoon 0343-454212

NMV, Postbus 3636, 1001 AK Amsterdam,
telefoon 020-6203308,
fax 020-6201189

Coördinatie Cultuurbescherming,
de heer J. Evenblij, Postbus 3009,
2280 ML Rijswijk,
telefoon 070-3406187,
fax 070-3406181

Literatuur

Model aanvalsplannen voor de brandweer,
ISBN 9034603253

Cultuurbescherming in buitengewone omstandigheden, WVC 1991 (te bestellen bij
Coördinatie Cultuurbescherming)

Crisis-PR & Musea, reader samengesteld door
Aik Meeuse voor de sectie PR van de NMV,
1993

Voor het kalf verdronken is: Handleiding voor
het maken van een museaal calamiteitenplan,
Amsterdam CL 1992

Museale calamiteiten en calamiteitenplanning,
Amsterdam CL 1992 ■

Tentoonstelling te leen

Doodgezwegen verleden

'Doodgezwegen' is een tentoonstelling over het 'euthanasieprogramma' onder psychiatrische patiënten in Nazi Duitsland. Aan de hand van de geschiedenis van de psychiatrische kliniek Karl-Bonhoeffer te Berlijn tussen 1880 en 1950 wordt de opkomst van het eugenetische gedachtegoed geschilderd evenals de uitwerking daarvan door de Nazi's in de vorm van een grootscheeps programma voor dwangsterilisatie en 'euthanasie' bij enkele honderdduizenden 'erfzieken' en patiënten van psychiatrische inrichtingen. 'Doodgezwegen' werd gemaakt door een onderzoeksgroep van genoemde kliniek. De tentoonstelling bestaat voornamelijk uit foto's en teksten en omvat negen panelen van 50 x 50 cm, 63 van 100 x 100 cm en 32 van 170 x 100 cm, compleet met aluminium frames en verlichting. De ideale expositieruimte bedraagt ongeveer 200 m² (minimaal 100 m²). Voor transport wordt alles in kisten aangeleverd en is een kleine vrachtwagen nodig. De tentoonstelling is gratis te leen; alleen vervoers- en verzekeringskosten zijn voor de bruikleennemer. Een Nederlandse vertaling van teksten en onderschriften is (tegen nader overeen te komen kosten) te verkrijgen bij het Museum Guislain te Gent, waar de tentoonstelling van februari tot en met mei 1995 te zien was. Tijdschriftbesprekingen, catalogi en nadere informatie bij:

Museum GGZ (Geestelijke Gezondheidszorg),
mevrouw I. Mans, Postbus 5103,
3502 JC Utrecht, telefoon 030-2971100,
toestel 270 (ma-vrij 14-17 uur).

Wie is wie van het cultureel erfgoed in Nederland en Vlaanderen

Op 10 november j.l. is de tweede uitgave van deze adressengids gepresenteerd. Volgens de samensteller -Adriaan Linters, docent aan het Instituut voor Conservatie en Restauratie in Gent- is deze uitgave omvangrijker en vollediger dan de eerste uitgave. Inderdaad was op zijn zachtst gezegd de eerste uitgave incompleet (zie recensie Museumpeil nr 2, december 1994).

De gids bevat meer dan 300 adressen op het gebied van monumentenzorg, archeologie, musea, archief- en bibliotheekwezen, industrieel erfgoed en heemkunde. Gezien deze brede schakering kunnen die circa 300 adressen nauwelijks volledigheid bieden. Tevens wordt informatie geboden over tijdschriften en naslagwerken betreffende conservering, opleidings- en onderzoeksinstituten, overheidsinstellingen en particuliere organisaties.

In de hoop dat de herziene uitgave actueler geworden is kan het een eerste hulp zijn voor contacten over de grens.

De gids kost f 28,- en is te bestellen bij:

Algemeen Nederlands Congres (ANC),
Gallaitstraat 86, 1210 Brussel, telefoon en
fax 0032-2241-31-64;

f 28,- overmaken op 46.50.66.054
ABN/AMRO (giro van de bank 2391)
Amsterdam tnv ANC.

Museumwinkels

Samenvatting van een studiedag

Op 12 september jl. werd in Museum Flehite in Amersfoort een studiedag over museumwinkels gehouden. De organisatie lag bij de consulenten van Noord-Holland, Noord-Brabant en Utrecht. Naar aanleiding van signalen vanuit de musea vonden zij het tijd aandacht aan het verschijnsel 'museumwinkel' te besteden. De belangstelling van de musea was groot, op grond van het aantal mensen dat niet meer geplaatst kon worden, is besloten tot herhalingen van deze dag. In het begin van het komende jaar zal Noord-Holland een reprise geven in samenwerking met Zuid-Holland, en Utrecht samen met Gelderland en Noord-Brabant.

Na een gezamenlijk ochtendprogramma waarin algemene lijnen werden uitgezet, spoedden deelnemers zich naar hun keuze-onderdeel, ofwel de fiscale en organisatorische aspecten van museumwinkels, ofwel het blok 'assortiment'.

Assortiment: souvenir, pr-middel en publieksgroep

Mirjam Blott (hoofd pr van het Nationaal Museum van Speelklok tot Pierement in Utrecht) toverde uit een plastic zak (natuurlijk met opdruk van het museum Van Speelklok tot Pierement!) een aantal artikelen uit de museumwinkel te voorschijn. Zij had ze gekozen met oog op de rol die zo'n artikel speelt in het totale assortiment. Zij begon met een aantal constatering.

De winkel wordt door het museum uitgebaat. De bezetting van de winkel komt uit formatieplaatsen. De winkel heeft een doorgangsfunctie in het museum. Iedere bezoeker komt op weg naar buiten automatisch door de winkel. Permanente

bemanning is van groot belang: als er niemand in de winkel aanwezig is, loopt viervijfde van de bezoekers door. Als er iemand achter de toonbank staat, worden veel meer mensen aangetrokken.

In wezen gaat het er niet om of mensen iets aanschaffen maar wát ze aanschaffen. Het assortiment is erop gericht voor iedereen in het publiek iets te kunnen bieden. Mensen doen in museumwinkels een impuls-aankoop: zij beslissen ter plekke. De grens voor impulsaankopen ligt ongeveer bij f 25,-. Bovendien speelt 'fun shoppen' een rol. Mensen vinden het prettig voorwerpen aan te raken. Geef ze die mogelijkheid. Diefstal weegt niet op tegen de extra inkomsten!

Een greep uit de zak:

- De museumgids is voornamelijk een pr-middel, opgezet toen het museum zich, na de verhuizing naar de Buurkerk, een nieuw imago aanmat. Bij de eerste oplage werd de prijs niet bepaald op grond van de kostprijs, maar van een maximale verspreiding. Op deze oplage werd zelfs verlies geleden.
- Delftsblauwe molentjes met speelwerkje zijn een groot commercieel succes. Mirjam vindt ze vreselijk, maar 'ik zou een rund zijn als ik ze niet verkocht'. Japanners kopen ze groepsgewijs in - vooral als er een aantal molentjes 'in bedrijf' is als de groep binnenkomt. En voor de Nederlanders zijn er de vingerhoedjes (in rood, geel en tal van andere kleuren) en lepeltjes. Die dingen worden namelijk op grote schaal verzameld!
- De plingplong is Mirjams favoriet: hiermee kun je kinderen en volwassenen muziek laten 'componeren' door gaatjes in de bijbehorende kaart te knippen. Dit artikel zou eigenlijk veel duurder moeten zijn dan f 47,- (de inkoop is f 42,-) maar uit educatieve overwegingen

is het belangrijk dat dit artikel financieel bereikbaar blijft.

- Voor de kinderen zijn er kleine doosjes in de vorm van een draaiorgel, gevuld met snoepjes. Deze doosjes zijn gewoon in de handel. Voor die afbeelding werd zonder medeweten van het museum een draaiorgel uit de collectie gebruikt. Het museum heeft de fabrikant ietwat nors benaderd en vervolgens een gunstige inkoop-prijs bedongen.
- Artikelen met het museumlogo, zoals pressepapieren. Het logo geeft een meerwaarde aan het artikel: dit voorwerp is niet zomaar ergens gekocht, maar in dat museum. Vooral bedrijven zijn hiervoor gevoelig bij de aanschaf van relatiegeschenken.

Nog enige tips van Mirjam:

- denk bij voedingsmiddelen aan de houdbaarheid
- een duur artikel is goed voor de uitstraling van de winkel
- test nieuwe artikelen op hun deugdelijkheid. Denk daarbij ook (met oog op je pr) aan het milieu en de kindvriendelijkheid
- zorg ervoor dat de voorraad niet te groot is: een stapel affiches is volgend jaar een berg oud papier
- hou die grens van f 25,- voor impulsaankopen in de gaten
- en ga niet uit van je eigen smaak, maar let vooral op wat je publieksgroepen interessant vinden.

Presentatie van de artikelen: mensen kopen niet wát ze zien maar wat ze er in zien

Rik Doornberg (regionaal museum-consulent Waterland in Noord-holland) gaat uit van de bezoekers. Die blijken een museumwinkel te waarderen. Ze willen de opgedane kennis in een of andere vorm meenemen, een souvenir voor zichzelf of een cadeautje voor een ander aanschaffen, en ze willen de sfeer van het museum in hun herinnering behouden. Het is

van belang om met name die laatste reden in het oog te houden bij de aankleding van de winkel. Trek, als het museum zich daarvoor leent, de sfeer in het museum door in de winkel. Een landhuis in 'stijl 1900' zal veel meer verkopen als de winkel ook die uitstraling heeft.

Het doel van het presenteren is de artikelen optimaal tot hun recht te laten komen. Geef je ogen de kost in iedere willekeurige winkelstraat: daar valt inspiratie te halen!

Er staat ons bij de presentatie een aantal middelen ter beschikking:

- Licht: gebruik die vijand van het museum wél in de winkel. Licht de artikelen goed uit en geef ze daardoor hun drie-dimensionaliteit.
- Opstelling: hou het overzichtelijk. De bezoeker heeft al een grote dosis informatie toegediend gekregen in het museum. Maar gebruik je fantasie. Met simpele middelen is er meer van te maken. Geef

suggesties voor een voorwerp in de woonomgeving: drie aapjes op de boekenkast staan veel leuker dan ééntje. Als replica's van museumvoorwerpen verkocht worden, herhaal dan de setting waarin het origineel werd tentoongesteld. Leg een boekelegger in een mooi boek in plaats van op een formica tafelblad.

- Kleur: de meeste musea zijn terughoudend in het gebruik van kleur. In de winkel kun je doortastender zijn. Een wissellijst of kleurige lap stof doen wonderen.
- Steunmaterialen: van damasten servet tot steunblokje van hout of plexiglas. Er zijn winkels die zich in dergelijke etalagematerialen specialiseren. Ga snuffelen of vraag hun catalogus aan.
- Probeer in de winkel de artikelen te 'vergroten'. Drie pluimen in een vaas zijn thuis goed, maar in de winkel gauw ielig. Denk daarbij

aan de kerstboom van de Bijenkorf: net méér boom, bal en licht, en daardoor dé kerstboom.

- Investeer tijd in inrichting en aankleding. Soms loont het om een professionele etaleur in de arm te nemen. Spring echter niet verder dan je polsstok lang is. Blijf kritisch kijken. Als het niet werkt, keer dan maar terug naar simpel en degelijk, met goed verzorgde prijskaartjes en een nette afwerking.

In het volgende nummer van Museumpeil wordt aandacht geschonken aan andere aspecten van het beheren van een museumwinkel: de marketing en de fiscus.

Om u alvast een voorproefje te geven, hebben we de voornaamste tips die in de studiedag naar voren zijn gekomen, gebundeld in 'Thema-tips'.

Assortiment
Nationaal museum
van Speelklok tot
Pierement



Thematips voor de museumwinkel

Samenvatting van een studiedag

door Dominique
Hamerlijnck, Hiske
Land en Ellen Loozen

Winkel? Welke winkel?

- Hou bij de inrichting van uw museum rekening met de winkel. Zorg dat men zowel bij binnenkomst als bij het naar buiten gaan, langs of door de winkel moet lopen.
- Geef binnen en buiten het gebouw duidelijk aan waar uw winkel zich bevindt.
- De museumwinkel is in veel plaatsen de enige winkel die op zondag geopend is. Velen kopen nog snel even een bloemetje bij het trein- of benzinestation. Maak duidelijk dat op zondag originele cadeaus bij uw winkel gekocht kunnen worden en pas uw assortiment daarop aan.
- Richt uw winkel dusdanig in dat met zo min mogelijk personeel een zo goed mogelijk overzicht op de artikelen kan worden gehouden.
- Pas de inrichting van de winkel

aan aan de tentoonstelling en de sfeer in het museum. Niet alleen versterkt u dan uw museumconcept, uw publiek heeft de neiging om meer te kopen.

- Maak duidelijk dat de opbrengst van de winkel ten goede komt aan het museum.
- Besef dat een winkel er niet alleen is uit winstoogpunt maar voor alles een service zou moeten zijn naar het publiek.

Koopgedrag

- Een (dure) eye-catcher in de winkel geeft de winkel een meerwaarde (dit is een kwaliteitswinkel). Daarbij lijken de prijzen van de andere artikelen minder hoog in vergelijking met dat prachtige dure artikel.
- Mensen willen de objecten in de winkel graag even aanraken, voelen en van dichtbij bekijken. Zet daarom niet alles achter glas en slot en grendel. De kans op dief-

stal is daardoor iets groter, maar dat weegt zeker op tegen de verkoopcijfers.

- Ga bij de inkoop van artikelen uit van uw publiek en niet alleen van de 'esthetisch verantwoorde smaak' van de museummedewerker. Hou rekening met uw museumpubliek bij uw inkoopbeleid (buitenlandse toeristen, vrouwenclubs, dagjesmensen, schoolklassen enz.).
- Geef bij replica's of museumverwante artikelen informatie over het betreffende artikel. Vertel dat het originele object zich in het museum bevindt, waarom dit object zo uniek is, wie het onder welke omstandigheden gemaakt heeft enz. Deze informatie geeft de winkelartikelen een meerwaarde in vergelijking met artikelen uit bijvoorbeeld Blokker of de Bijenkorf.
- De limiet voor impulsuitgaven ligt rond de f20,- à f25,-. Zorg dus dat er genoeg artikelen tot die

Route-aanduiding in
Nationaal Museum
van Speelklok tot
Pierement



prijs in de winkel liggen. Mensen zijn bereid dat bedrag uit te geven, is er niets van hun gading in het assortiment te vinden, dan zal het bedrag niet in de museumwinkel maar elders besteed worden.

- Kinderen hebben vaak maar een klein bedrag te besteden, maar ze willen wel iets kopen. Zorg dus dat er in de categorie artikelen tot f 5,- ook voor kinderen aantrekkelijke objecten te vinden zijn (knuffel, ringetje, tinnen soldaatje).
- In alle kunstmusea verkopen de 'plaatjesdragers' nog altijd het best, dat kan zijn een briefkaart, reproductie, dienblad of adresboek. Men koopt de kaart niet louter om een groet te versturen, het dienblad niet om koffie te serveren of een adresboekje om adressen te noteren, maar om het plaatje (de 'museumboodschap') nogmaals te kunnen zien. Anders gaat men wel naar het postkantoor, Blokker of een kantoorboekhandel om het betreffende artikel te kopen.
- Het maken van ansichtkaarten is in verhouding niet zo duur, terwijl de winstmarge hoog ligt (vaak 100%). Wel is het zo dat er een groot aantal kaarten tegelijk gedrukt moet worden. Samenwerking met een ander museum of een commerciële instelling kan dan een oplossing zijn.
- Door de vrienden van uw museum korting in de winkel aan te bieden verhoogt u niet alleen uw omzet, maar maakt u de band met uw vrienden sterker.
- De houding van het personeel in de winkel is van grote invloed op de omzet. Een publieksvriendelijke houding levert meer inkomsten op.
- Spreek het winkelpersoneel aan op hun ervaringen in de verkoop, zij weten vaak waarom mensen wel of niet iets aankopen.

Zakelijk gezien

- Neem rond 1 januari 1996 contact op met de Kamer van Koophandel

in verband met de veranderde vestigingswet.

- Reproducties vallen na 1 januari 1996 niet meer onder de artikelen met het predikaat 'vrijheid van meningsuiting'.
- Win advies in van een belastingdeskundige voordat u besluit of het museum zelf de uitbater van de winkel wordt, of dat u de winkel onder brengt in een afzonderlijke stichting of B.V.
- Besteedt u uw winkel uit aan iemand anders, maak dan goede afspraken over het assortiment en eventuele aanvullingen op het assortiment tijdens tijdelijke tentoonstellingen. Zorg dat u inspraak houdt.

BTW

- Het geven van gelegenheid door openbare musea tot bezichtiging van voorwerpen die zijn bestemd om daarin permanent te blijven bewaard is van BTW-heffing vrijgesteld. Voorwaarde voor de vrijstelling is ondermeer dat er geen winst wordt beoogd. Onder winst beogen wordt in dit verband verstaan het realiseren van exploitatie-overschotten.
- Door de Staatssecretaris is goedgekeurd dat musea ook voor wat betreft het gelegenheid geven tot de wisseltentoonstelling van de BTW-vrijstelling gebruik kunnen maken.
- Hiernaast kunnen musea gebruik maken van de vrijstelling voor fondsverwervende nevenactiviteiten. Met ingang van 1 januari 1996 zijn de bijkomstige leveringen van musea vrijgesteld tot f 150.000,- per jaar en de diensten tot f 50.000,- per jaar. Overschrijding van deze grenzen betekent volledige BTW-heffing, tenzij deze overschrijding incidenteel heeft plaatsgevonden. In voorkomend geval dient men hiervan zelf aangifte te doen bij de Belastingdienst.
- Vrijstelling van BTW betekent dat geen recht op aftrek van BTW

bestaat. Bij het doen van omvangrijke investeringen kan dit nadelig zijn.

- Bij inwerkingtreding van een Wetsvoorstel dat op dit moment in behandeling is, wordt het recht op toegang tot de wisseltentoonstellingen en de levering van catalogi, foto's en fotokopieën, onder het verlaagde tarief van 6% BTW gebracht. De bestaande vrijstelling voor musea blijft dus voorlopig ongewijzigd. De Staatssecretaris heeft verder het voornemen geuit met vertegenwoordigers van alle Nederlandse musea overleg te voeren over de wenselijkheid en gevolgen, waaronder de budgettaire, van het intrekken van de voor de musea geldende vrijstelling en het toepassen van het verlaagde BTW-tarief van 6% voor de permanente tentoonstelling.

Omzet

- Het is goed de omzet van artikelen in geld uit te drukken en niet in aantallen. Sommige artikelen verkopen goed, maar de winstmarge is gering. Van andere objecten hoeven maar enkele exemplaren verkocht te worden om een interessante winstmarge te behalen. Ook voor museumwinkels geldt vaak de twintig-tachtig regel: twintig procent van het assortiment is goed voor tachtig procent van de omzet en/of winst.
- Behalve het uitrekenen van de omzet per bezoeker is het ook zinvol de omzet per koper te berekenen (de kasaanslag). Hieruit vloeit voort hoeveel de kopers gemiddeld uitgeven in uw winkel. Vergelijk deze gegevens met de gemiddelde kasaanslag van andere vergelijkbare musea.
- Voor marktanalyse is een PC met een spreadsheet programma aan te bevelen, zoals Lotus 123.

1996 Jaar van het Industriële Erfgoed

1996 Jaar van het Industriële Erfgoed is een voorbeeld van een cultuur-historisch project voor een groot en algemeen publiek. Dit themajaar is uitgeroepen op initiatief van de Rijksdienst voor de Monumentenzorg en het Projectbureau Industriële Erfgoed (PIE). Belangrijke directe partner in het Jaar is de Federatie Industriële Erfgoed Nederland, kortweg FIEN.

Het PIE is een zelfstandige stichting die in 1991 werd opgericht op advies van de toenmalige minister van WVC, mevrouw d'Ancona, met de bedoeling om de achterstand die industriële monumenten hadden in te halen. In de 5 jaar van haar bestaan heeft PIE zich inmiddels een status verworven bij monumentenzorgers en bedrijfsleven. Zo heeft zij de afgelopen jaren een onderzoeksprogramma uitgevoerd waarbij ruim 40 branches werden onderzocht en de overblijfselen geïnventariseerd. Eén van de doelstellingen van het PIE was ook het industrieel erfgoed onder de aandacht van het publiek te brengen. Na overleg met de Rijksdienst voor de Monumentenzorg werd besloten om gedurende een jaar het publiek intensief te confronteren met het onderwerp in de verwachting een bewustzijnsverandering op gang te brengen zodat voor de toekomst industrieel erfgoed een zelfstandige plaats in ons denken over cultuur krijgt. Het Jaar van het Industriële Erfgoed is dan ook geen doel op zich maar een middel om de aandacht te vestigen op de overblijfselen van een belangrijke periode uit onze geschiedenis: die van de industriële ontwikkeling.

Natuurlijk is niet alles automatisch mooi en moet alles bewaard blijven, maar we moeten in staat zijn een discussie daarover aan te gaan en een weloverwogen besluit te nemen.

De tweede organisatie is de Federatie Industriële Erfgoed Nederland (FIEN). FIEN is een koepel van stichtingen en verenigingen die zich bezig houden met industrieel erfgoed, hetzij per regio of stad, hetzij per categorie zoals bruggen, sluizen, gemalen enz. De ene vereniging is groter en actiever dan de ander, maar in het algemeen kun je zeggen dat inhoudelijke kennis en enthousiasme ruim vertegenwoordigd zijn. FIEN is een actieve partner, die indien mogelijk zich wil inzetten bij de tot stand koming van activiteiten binnen het Jaar.

Bij de organisatie van activiteiten wordt aangesloten bij een aantal landelijke evenementen. Het thema wordt aangeboden door de organisatie Jaar van het Industriële Erfgoed en zij kan assisteren bij de invoering ervan binnen evenementen die plaats vinden. Op dit moment is bekend dat het Nationaal Museumweekend (20 en 21 april 1996) aandacht besteedt aan industrieel erfgoed.

In overleg met de Stichting Museumjaarkaart wordt musea met een industrieel-historische collectie de kans gegeven zich gezamenlijk te presenteren. Uitgeverij Op Lemen Voeten wil een wandelgids uitbrengen met routebeschrijvingen langs industrieel erfgoed in de omgeving van een groot aantal musea in Nederland. In het boek zullen de betreffende musea ook genoemd worden. Het boek komt in het Museumweekend uit en de organisatie wil proberen een aantal wandelingen in dat weekend onder begeleiding van gidsen te laten uitvoeren als activiteit in het Jaar van het Industriële Erfgoed. Zowel voor het opstellen van de route als voor de eventuele uitvoering in het Museumweekend wordt wel enige actieve bijdrage van het museum gevraagd, maar de organisatie is in staat inhoudelijke ondersteuning van FIEN aan te bieden. Redactie vindt bij Op Lemen Voeten plaats. Financieel heeft het plan geen gevolgen

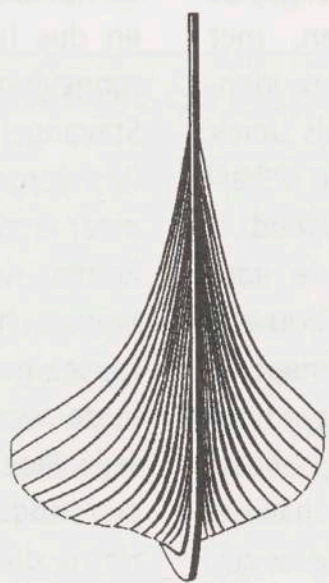
voor de musea. Musea die belangstelling hebben voor dit project kunnen zich aanmelden bij:

Marjo van Loon (projectleider),
Postbus 571, 3700 AN Zeist,
telefoon 030-6919996

In veel provincies worden evenementen georganiseerd in aansluiting op het landelijk thema. Voor meer informatie kunt u contact opnemen met het bureau van de museumconsulent in uw eigen provincie.

ICOM-conferentie - impressies van een deelnemer

Van 1 tot en met 7 juli is in de Noorse stad Stavanger de 'General Conference' van de 'International Council of Museums' gehouden. Deze wereldwijde bijeenkomst vond plaats onder het thema 'Museums and Communities'.



ICOM 1995
Stavanger, Norway

De algemene vergadering van ICOM komt eens in de drie jaar bijeen en bespreekt een onderwerp waarvan de actualiteit op vele plaatsen in de wereld dezelfde is. De grote verschillen die er bestaan in historische achtergrond en politieke en economische situatie doen daaraan niet af. Het was de eerste maal dat deelnemers uit de landen van voormalig Oost-Europa in groten getale aanwezig konden zijn. Juist vanuit hun nabije verleden was het thema zeer toepasselijk. Bij de opbouw van de nieuwe staten vervullen de musea een uitermate belangrijke rol.

In de totale organisatie van de conferentie vervullen de thema- en vakcomités dezelfde rol als de secties bij de Nederlandse Museumvereniging. Daar worden de discussies op het vakgebied gevoerd en daar vindt de uitwisseling van ervaringen en plannen plaats. Alle comités hebben tijdens de conferentie hun eigen

programma waar het hoofdthema eveneens een belangrijke rol in speelt. De besturen van de comités hebben weinig of geen overleg over de verschillende programma's en excursies. Zo kon bij drie gelegenheden dezelfde excursie worden gemaakt. Sommige sprekers traden voor verschillende comités op met hetzelfde verhaal.

Het is voor deelnemers die de eerste keer bij de conferentie aanwezig zijn niet altijd duidelijk dat deelname aan de conferentie pas dan het meest effectief is als je aangesloten bent bij een comité. De algemene lezingen over het thema worden op de eerste of hooguit de eerste twee dagen gehouden. Tegelijkertijd, maar ook in de rest van de week, zijn de lezingen en bijeenkomsten van de comités.

Op de laatste dag worden de resultaten van de besprekingen in de comités vastgesteld in de algemene vergadering. De besluiten worden als aanvullingen en toepassingen gebruikt in de museale wereld.

Deelnemers

Vrijdag 30 juni en zaterdag 1 juli verzamelden zo'n 1200 vertegenwoordigers van musea uit een kleine 100 landen zich in en rond het congrescentrum van Stavanger. De Nederlandse delegatie bestond uit 40 personen.

Het bleek geen eenvoudige opgave zoveel mensen in en rond een stad van zo'n 100.000 inwoners te huisvesten. Velen waren afhankelijk van het speciaal geregelde vervoer om deel te kunnen nemen aan de vele activiteiten. De functie van museumconsulent wordt in verschillende vormen in steeds meer landen vervuld. Het blijkt ook daar dat ondersteuning een goede manier is om de musea te begeleiden bij hun werkzaamheden voor collecties en publiek. In de vele contacten met museummedewerkers worden ervaringen uitgewisseld en problemen in het werk besproken.

Naast de inhoudelijke bijeenkomsten was er een programma van excursies en culturele activiteiten. De dag voor het slot van de conferentie was voor een grote excursie gereserveerd. In bussen werd een tocht gemaakt langs musea en andere bijzonderheden in de streek. Het had een prachtige dag moeten worden, maar de regen en zeer laaghangende wolken verhinderden het zicht op alle verten over bergruggen en fjorden.

Thema

Het thema 'Museums and Communities', vrij geïnterpreteerd als 'de plaats en functie van musea in onze samenleving', is zo actueel, omdat musea enerzijds de behoefte hebben hun functie voor de samenleving aan de gemeenschap duidelijk te maken en anderzijds door de gemeenschap als dé plaats worden beschouwd waar identiteit en traditie wordt bewaard en gepresenteerd. De andere kant van de medaille laat zien hoe vanuit het gezag getracht wordt de eigenwaarde van groepen en bevolkingen middels vernietiging van het verleden te ondermijnen, zoals de Indianen in Amerika, de Lappen (Sami) in Scandinavië en de vele volken onder het regime van de Sovjetunie en de strijd van die volken juist dat verleden te bewaren.

Onderwerp van gesprek was uiteraard de wijze waarop het museum zich aan de gemeenschap presenteert. Hoofdlezingen handelden over de situatie en de middelen in onder andere Amerika en Frankrijk. Daar wordt bijzondere aandacht besteedt aan de relatie van het museum met de directe omgeving. De jeugd speelt daarbij een grote rol. In het comité waar ik lid van ben, de regionale musea, werden in de lezingen voorbeelden gegeven vanuit India en Letland. In het Indiase voorbeeld werd de kennis van het museum gebruikt om de bevolking in kennis te brengen met oude en traditionele

door Annelies Jordens

ICOM-conferentie - impressies van een deelnemer

methoden om het land te bewerken, zuiver drinkwater te verkrijgen en dergelijke. Deze methoden worden niet gepropageerd om de methode zelf, maar omdat hierbij de afhankelijkheid van techniek minder groot is: een handploeg kun je zelf repareren, een geavanceerde combine niet.

In het Letse voorbeeld werd verteld over de grote zoekacties die sinds het uiteenvallen van de Sovjetunie vanuit de musea systematisch plaats vinden in alle dorpen om historisch materiaal tevoorschijn te brengen. In het verleden werden alle musea jaarlijks gecontroleerd op hun nieuwe aanwinsten. Als uit de beschrijvingen te groot chauvinisme verondersteld werd moesten de aanwinsten worden vernietigd. Dit leidde tot vreemde situaties, waarbij een geheel eigen terminologie is ontstaan. Een oude vlag stond bijvoorbeeld beschreven als 'oud stuk textiel'. Een controleur van buitenaf kon uit deze beschrijving niet opmaken wat daar precies mee bedoeld was, de eigen conservatoren wisten uiteraard wat deze omschrijving precies inhield.

Met de opkomst van een eigen regering is ook de zoektocht naar het eigen verleden intensief begonnen. Hele dorpen worden systematisch onderzocht. De totale bevolking wordt medewerking gevraagd. Tot slot van dergelijke acties wordt ter plekke een soort tentoonstelling ingericht om iedereen deelgenoot te maken van aanwinsten. Het gaat daarbij over het algemeen niet zozeer over kostbare voorwerpen, maar meer om historisch materiaal dat een beeld kan geven van werken leefgewoonten die ondanks het gezag vanuit Moskou zijn blijven bestaan.

Voor mij vormde deze bijdrage een indrukwekkende illustratie van het belang van de historische achtergrond bij een gemeenschap op zoek naar eigen identiteit.

Resoluties

Op de laatste dag van de conferentie vond de algemene vergadering plaats waarbij als belangrijkste resoluties naar aanleiding van het thema de volgende zijn aangenomen:

- ICOM dringt er bij plaatselijke en nationale regeringen op aan ondersteuning te bieden aan musea als cultureel mechanisme in dienst van de gemeenschap, ze als zodanig te erkennen, met behoud van hun bijzondere identiteit en te beschouwen als uniek middel voor de collectieve behartiging van het cultureel erfgoed.
- ICOM adviseert dat in de aanwijzing van industriële gebouwen en hun omgeving als museale ruimte bijzondere zorg moet worden besteed aan het behoud van zichtbare en informatieve getuigenissen van mensen, gebeurtenissen en activiteiten die verbonden zijn aan dit erfgoed en voor de herkenning van de strijd, de verworvenheden en ontwikkelingsprocessen van de samenleving die deze driedimensionale documenten vertegenwoordigen.
- ICOM moedigt de ontwikkeling van een strategisch planningsproces aan voor de uitvoering van programma's en projecten van ICOM's nationale comités en regionale organisaties die de bronnen, mogelijkheden, zwakke plekken en noden betreffen van hun werkgebied in menselijk, technisch, economisch en communicatief opzicht, die moeten leiden tot een gezamenlijke actie voor het welzijn van musea, van de museale wetenschap en de gemeenschap die zij dienen.

Daarnaast zijn nog besluiten genomen over:

- de bescherming van cultureel erfgoed in oorlogstijd,
- de regulering van fysieke en wettelijke aansprakelijkheid van vervreemd cultureel erfgoed,
- museale opleidingen en training

waarin wereldwijd milieubesef een onderdeel moet zijn,

- het belang van het volgen van ontwikkelingen in informatietechnologieën,
- de afwijzing van nucleaire proeven.

Stavanger

Tenslotte is een belangrijk element van een conferentie het bezoek aan een ander land, een andere cultuur en dus het bezoek aan musea en omgeving.

Stavanger is een middelgrote stad (te vergelijken met Amersfoort), maar er zijn meer dan 12 musea. De komst van zoveel congresdeelnemers heeft ertoe geleid dat alle musea gedurende de hele week tot in de avond open waren. Vele extra vrijwilligers hebben ons ontvangen en rondgeleid.

Het is duidelijk dat het behoud van cultureel erfgoed zeer belangrijk wordt gevonden. Zo kunnen meerdere musea beschikken over een ruime en recente behuizing: het kunstmuseum, het archeologisch museum en binnenkort het historisch museum. Gedeeltelijk worden de musea door de overheid gefinancierd, maar er zijn eveneens organisaties die geheel dankzij vrijwilligers functioneren en de combinatie van die twee. Het archeologisch museum beschikt over een bijzondere presentatie voor blinden en slechtzienden: speciaal gemaakte maquettes en replica's moeten hen een beter beeld geven van woonomstandigheden in het verre verleden. Daarnaast heeft het museum een buitenlocatie, waar op een opgravingsplaats vier vroeg-middeleeuwse boerderijen zijn gereconstrueerd. Hier wordt vooral voor de schooljeugd levende geschiedenis bedreven.

Begeleiders en educatoren verkleed in reconstructiekleding laten de schooljeugd het leven in zo'n vijfde eeuwse boerderij ervaren, er wordt gedurende één dag als boer geleefd, brood gebakken en wol gesponnen.

De betrokkenheid van de leerlingen is als gevolg hiervan heel groot.

Naast deze 'grote' musea heb ik een aantal kleine musea gezien, waar het enthousiasme van vrijwilligers het bezoek een geheel aparte dimensie geeft. Dat geldt zeker voor het museum dat gevestigd is in een oude fabriek voor het inblikken van sardines. De geur van gerookte vis en houtgestookte ovens en de ervaring

zelf een blikje te vullen, maken dit bezoek -samen met de uitleg van de in kleding uit die tijd gestoken vrijwilligers- onvergetelijk. Het bezoek aan het voormalige woonhuis van een industrieel uit het eind van de vorige eeuw heeft eveneens veel indruk op mij gemaakt. De compleetheid van huis en inrichting, waar het laatste familielid in 1965 is overleden, geeft een beeld van het leven

van een welgestelde Noorse familie gedurende een kleine eeuw. In het huis leeft de sfeer uit het einde van de 19de eeuw. Mijn rondleider voegde daar nog een bijzonder element aan toe. Hij had zich als vrijwilliger voor deze week zo goed ingelezen in de geschiedenis en achtergronden van huis en familie dat hij in staat was ook leuke anekdotes en toelichtingen te geven.

Het grafisch museum wordt geheel door vrijwilligers geleid. Het ligt op een fantastische plaats met uitzicht over het fjord voor Stavanger en laat de ontwikkeling van het drukken zien. Een kleine tentoonstelling van briefhoofden van bedrijven maakte duidelijk dat dit deel van het industrieel verleden met zorg bewaard moet blijven.

Bij al deze bezoeken realiseerde ik mij hoe belangrijk het is het publiek niet alleen met de ogen te laten kijken en lezen, maar ook reuk en gehoor te betrekken bij de museale ervaring. De combinatie van kijken naar (cultuur)historische voorwerpen met geur en gesproken woord maken een museumbezoek tot een belevenis. Daarin ligt de kracht van de musea, waarmee andere instellingen zich nooit kunnen meten.

Ik heb in die week vrijwel alle musea in Stavanger bezocht. Ik heb gewandeld door de oude binnenstad. Ik heb tijdens excursies een goede indruk gekregen van het landschap van de streek. Ik heb bovendien met collega's uit de hele wereld gesproken.

Deelname aan de ICOM-conferentie heeft mij in meerdere opzichten geïnspireerd voor mijn werk.

Publicaties die op stapel staan

Sinds enkele jaren houdt de Stichting Landelijk Contact van Museumconsulenten zich actief bezig met publiceren ten behoeve van de musea. De syllabi voor de cursussen zijn daarvan een voorbeeld. Binnenkort zal de syllabus bij de basiscursus behoud en beheer verschijnen. Deze is samengesteld door de consulenten behoud en beheer aangevuld met artikelen door restauratoren gespecialiseerd in een bepaald materiaal. In de komende periode zullen opnieuw enkele publicaties verschijnen. De bureaus van de provinciaal museumconsulenten kunnen u meer informatie geven over verschijning en prijzen.

Elementen voor een beleidsplan

De eerste editie van deze praktische handleiding voor het opstellen van een beleidsplan voor een museum verscheen in 1981. Dankzij de hulp van een aantal studenten van de HEAO van de Hogeschool Windesheim te Zwolle is een tweede verbeterde en aangepaste versie gereed. Na zoveel jaren veranderen ontwikkelingen en worden inzichten bijgesteld. De tweede editie zal opnieuw vele musea helpen bij het formuleren van hun toekomstplannen.

Handreiking voor een collectieplan

Waar in het verleden musea bewaarplaatsen waren voor alle voorwerpen die konden worden verkregen, is langzamerhand het inzicht gegroeid dat museale collecties niet ongebreideld kunnen blijven groeien. Nadenken over samenstelling en groei van collecties is een noodzaak geworden.

Zo moet bij een subsidieverzoek aan de Mondriaan Stichting ten behoeve van het Deltaplan cultuurbehoud een collectieplan worden meegestuurd.

Een werkgroep vanuit het LCM heeft aanwijzingen geformuleerd voor het opstellen van een collectieplan.

Welkome gasten

Enkele jaren geleden is een opzet gemaakt voor de begeleiding van museummedewerkers in de omgang met mensen met een handicap. In de publicatie worden tips gegeven over gedragsaspecten en handreikingen gedaan mensen met een handicap zich thuis te laten voelen in het museum. Op dit moment wordt getracht naast een brochure met tips ook een instructievideo te laten vervaardigen.

LCM-Dozenproject overtreft alle verwachtingen

De belangstelling van de Nederlandse musea voor het LCM-Dozenproject heeft alle verwachtingen overtroffen. Het Dozenproject beoogt om uit oogpunt van passieve conservering de berging van collecties in het museumdepot te optimaliseren. Het project bood de musea de mogelijkheid om (als gevolg van forse quantum-kortingen en subsidie van de Mondriaan Stichting), tegen een sterk gereduceerde prijs verantwoorde zuurvrije kartonnen dozen in diverse maten en uitvoeringen aan te schaffen. In totaal tekenden 221 (museaal) collectiebeherende instellingen in voor deelname aan het project, en gezamenlijk namen zij ruim 32.500 dozen/inzetstukken af. Eind september werd begonnen met de uitlevering van de dozen en inmiddels hebben alle leveringen plaatsgevonden.

In het verlengde van dit project werden door het LCM eind oktober/begin november een 4-tal Praktijkdagen Depotinrichting georganiseerd. Tijdens deze dagen werd uitgebreid aandacht besteed aan depotinrichting, het gebruik van conserveringsmaterialen en aan opbergmogelijkheden en -methoden. De belangstelling voor deze dagen was ook hier zo groot dat het LCM besloten heeft een extra praktijkdag te gaan organiseren.

De leverancier van de dozen, de fa. Jansen, Wijsmuller & Beuns te Wormer, heeft nog een beperkt aantal dozen in voorraad genomen. Voor musea die nog extra dozen willen aanschaffen geldt hier: wie het eerst komt het eerst maalt! (telefoon: 075 - 621 10 01).

Een nieuwe voorzitter

Per 1 oktober heeft Jan Stratingh het consulentchap van de provincie Groningen en daarmee het voorzitterschap van het LCM verlaten. Jan is gedurende ruim elf jaar museum-consulent in Groningen geweest. Hij heeft zich in die tijd met veel energie ingezet voor de professionalisering van de musea in Groningen. De opleiding tot behoudsmedewerker is daar een van de voorbeelden van. Jan is in 1993 Margriet Lestrade opgevolgd als voorzitter van het LCM. Hij heeft in die hoedanigheid een belangrijke bijdrage geleverd aan de positie die het LCM op dit moment in het Nederlandse museale veld inneemt.

Wij hebben begrip voor de keuze een andere weg te gaan, maar we zullen hem allen zeer missen.

Als voorzitter van het LCM is op de vergadering van 2 november benoemd Annelies Jordens, museum-consulente voor de provincie Utrecht. Terzelfder tijd is Wim Scholten tot vice-voorzitter verkozen. ■

Te koop aangeboden

Het Noordbrabants Museum in 's-Hertogenbosch heeft in goede staat verkerend tentoonstellingsmateriaal te koop (afkomstig van de tentoonstelling De Magie van Disney). Geïnteresseerden kunnen contact opnemen met de heer A.F.M. van der Wijst, telefoon 073-6877806. Prijzen in overleg!

Kunststof tentoonstellingspanelen

br x h x d cm

- 35 panelen als zijsteunen koppelbaar met 2 t/m 5, 180 x 60 x 30
- 18 panelen koppelbaar met 1 en 5 240 x 60 x 30
- 8 panelen koppelbaar met 1 en 5 240 x 90 x 30
- 11 panelen koppelbaar met 1 en 5 240 x 120 x 30
- 5 panelen koppelbaar met 1 t/m 5 240 x 120 x 30

Vitrines met MDF bodem en perspex kap 8 mm

in de volgende afmetingen

l x br x h cm

295 x 86 x 14	243 x 80 x 5
150 x 86 x 5	145 x 87 x 15
120 x 61 x 26	120 x 59 x 5
118 x 59 x 8	110 x 85 x 5
110 x 60 x 5	110 x 40 x 10
105 x 100 x 5	105 x 60 x 5
85 x 80 x 5	85 x 77 x 5
75 x 55 x 5	63 x 60 x 5
60 x 50 x 5	

8 Vitrines met MDF bodem en achterwand met perspex kap

150 x 50 x 42 cm

1 Vitrine met MDF bodem en achterwand met perspex kap

80 x 60 x 443 cm

80 Blauwe bureaulampen, schaarmodel met bureauklem, te klemmen op de panelen

Een databank voor publiciteitsgegevens: De BMSMEDIA-diskette

Free publicity is voor veel musea de meest aangewezen en gebruikte vorm van publiciteit. Een persbericht over een tijdelijke tentoonstelling kan bijvoorbeeld leiden tot een artikel in een krant en dit kan weer leiden tot een verhoogd aantal bezoekers aan de tentoonstelling. Bovendien hebben veel musea weinig geld voor advertenties. Dan biedt free publicity toch een goede mogelijkheid om het museum te promoten en bij een breder publiek bekend te maken.

Ondanks deze voordelen is het toch vaak moeilijk voor musea om gebruik te maken van free publicity. Vaak is niet goed bekend waar gegevens naar toe gezonden kunnen worden en welke media zich richten op onderwerpen die in het museum of een speciale tentoonstelling belicht worden. Met andere woorden: hoe bereikt u uw doelgroep op een zo efficiënt mogelijke wijze.

Om musea bij deze vorm van publiciteit te helpen heeft Elianne Sentse voor de Brabantse Museumstichting een computerbestand gemaakt van media die voor musea van belang kunnen zijn. De BMSMEDIA-diskette is een adressenbestand van diverse media die musea kunnen gebruiken voor de mailing van persberichten, uitnodigingen voor openingen van tentoonstellingen, jaarverslagen en dergelijke. BMSMEDIA geeft een uitgebreid overzicht van dagbladen, populaire tijdschriften, vakbladen, omroepen, persbureaus en informatielijnen. Het gaat hier om zowel landelijke, regionale als lokale media (uitgezonderd de huis-aan-huisbladen). Omdat de BMSMEDIA-diskette is samengesteld onder verantwoording van de Brabantse Museumstichting ligt de nadruk,

voor wat betreft de regionale en lokale media, op Noord-Brabant. Omdat alle landelijke media in het bestand zijn opgenomen, kan de BMSMEDIA-diskette ook interessant zijn voor musea in andere delen van het land. Bovendien is het bestand zodanig opgebouwd dat musea het adressenbestand zelf kunnen aanvullen met voor hen relevante media. Van de circa 350 media op de BMS MEDIA-diskette zijn verschillende gegevens opgenomen. Niet alleen de naam en het adres staan vermeld, maar tevens oplage, frequentie, verschijningsdata en deadlines. Verder is aangegeven op welke wijze de informatie van het museum door het medium vermeld kan worden, bijvoorbeeld als artikel, als item tijdens een televisieprogramma, of als vermelding in een tentoonstellingsagenda. Tenslotte is aangegeven of het medium geïnteresseerd is in het gebruik van beeldmateriaal.

De Brabantse Museumstichting hoopt met deze BMSMEDIA-diskette een bijdrage te leveren aan de public relations van musea in Noord-Brabant en daarbuiten.

Enkele praktische gegevens:

- Deze mediadatabank is geschreven in Q&A, maar wordt ook als ASCII-tekstbestand en dBase-bestand aangeboden. Hierdoor is het in nagenoeg elk programma in te lezen.
- Bij de BMSMEDIA-diskette wordt een uitgebreide gebruikershandleiding geleverd.
- Voordat het programma efficiënt gebruikt kan worden zult u eerst moeten bepalen welke media voor uw instelling interessant zijn. Door middel van een door u aan te brengen codering maakt u uw eigen selectie. Een oudheidkamer zal bijvoorbeeld andere media aanschrijven dan een museum voor moderne kunst. Affiches worden naar andere adressen gestuurd dan de persberichten of uitnodigingen.

- BMSMEDIA is een open programma. Dit wil zeggen dat de bestandsformulieren en de daaraan gekoppelde gebruikersafstemming naar uw eigen inzicht gewijzigd en/of aangevuld kunnen worden.
- Voor het bereiken van het juiste publiek, is ieder medium voorzien van één of meerdere trefwoorden die de doelgroep en/of het onderwerp omschrijven.
- De BMS heeft dit project eenmalig kunnen uitvoeren en is niet in staat het bestand regelmatig te actualiseren. Dit betekent dat de gebruiker het bestand zelf up-to-date dient te houden.

Informatie

BMSMEDIA is verkrijgbaar bij de Brabantse Museumstichting, Reitse Hoevenstraat 30a, 5042 EH Tilburg, telefoon 013-4632120, fax 013-4675912.

De prijs bedraagt f 50,-. U dient aan te geven of u de databank geschreven in Q&A, als ASCII-tekstbestand of als dBase-bestand wenst te ontvangen.

Museum als publiekstrekker

Onderzoek van AdMar

In het najaar van 1995 verscheen het beknopt verslag van een onderzoek van AdMar, gedurende 1994, naar een aantal zaken die te maken hebben met de rol van musea in het toeristisch aanbod. Onderzocht zijn onder meer de besteding van de vrijetijd tijdens de pinksterdagen in 1994 en de weken die daaraan vooraf gingen, inclusief Hemelvaart.

Bij ruim 900 mensen, afkomstig uit een tiental steden verdeeld over het land, is geïnformeerd naar de rol die musea, pretparken, dierentuinen en andere evenementen gespeeld hebben tijdens die dagen. Maar liefst 72% gaf aan niets te hebben bezocht. Voor degenen (247 mensen) die wel op stap waren gegaan scoort het museum hoog: 131 (53%) had een museum bezocht. Pretparken en kermissen waren daarna het meest in trek: zij haalden 33%.

Voor 20% van alle respondenten gold dat zij hun uitstapje van te voren gepland hadden, 15% besloot impulsief ergens naar toe te gaan. Een kleine 6% had wel plannen maar is er niet toe gekomen daadwerkelijk op pad te gaan, met als voornaamste reden tijdgebrek. Andere redenen die genoemd werden waren: het weer, de afstand, de prijs en de drukte.

Musea scoorden eveneens hoog in de beoordeling, hoger dan de categorieën pretpark/kermis en dierentuin, zowel wat betreft wachttijden, openingstijden, toegangsprijs, restaurant als over de gehele attractie.

AdMar komt tot de voor museum-mensen niet zo verrassende conclusie dat hoe ouder men is, des te vaker men de voorkeur geeft aan een museum ten opzichte van een pretpark. Dat de dierentuin het meest in de smaak valt bij bezoekers tussen de 26- tot 45-jarigen is eveneens geen verrassing: dit zijn ongetwijfeld vooral ouders met jonge kinderen.

In de discussies komt regelmatig het thema 'openingstijden' aan de orde. AdMar heeft op grond daarvan de mening van (slechts!) 30 willekeurige bezoekers gepeild bij het Anne Frank Huis, het Van Goghmuseum, het Rijksmuseum, het Stedelijk Museum te Amsterdam en het Glasmuseum in Leerdam. Niet verwonderlijk dat van de 30 ondervraagden 16 buitenlandse toerist bleek te zijn. In grote lijnen wilden de buitenlanders graag verruimde openingstijden, zoals in New York of Parijs. De reden: minder drukte tijdens het bezoek (dus voor de musea geen extra rendement) of juist in staat zijn meer musea te bezoeken. Opening op maandag had veel belangstelling. De Nederlanders staan er meer ambivalent tegenover. De groep die een werkkring heeft, geeft aan vaker een museum te gaan bezoeken, mensen die niet of weinig werken niet.

Uit de keuzes die de geïnterviewden voorgelegd werden, kozen de meesten voor een variant waarbij het museum op maandag tot met zaterdag van 9.00 tot 19.00 uur geopend zou zijn, en zondag van 10.00 tot 19.00 uur. Verbazingwekkend was dat een avondopening (van pakweg 19.00 tot 21.30) niet als mogelijkheid aangeboden werd. Een dergelijke 'museum-koopavond' zou mij persoonlijk zeer aanspreken.

Hoe elitair is het museum?

In hetzelfde verslag van AdMar stond een korte samenvatting van een onderzoek onder 500 willekeurig gekozen Nederlanders. We hebben in de loop der jaren toch iets veranderd aan het imago van het instituut 'museum': hoewel 56% in 1993 geen museum had bezocht, en een kwart maar één of twee keer, vond 85% dat musea toegankelijk zijn "voor de gewone man of vrouw". Waarom ze dan toch niet komen? AdMar wijt dat voor een deel aan de toegangsprijzen. "Wanneer de toegang tot alle musea f 2,50 zou bedragen, zou

37% van de ondervraagden vaker naar een museum gaan". Uit de grafiek blijkt vooral de groep die drie tot vijf keer per jaar een museum bezoekt zo te reageren. Is onder die groep de Museumjaarkaart nog niet bekend genoeg?

Voor 28% van de groep die in 1993 geen enkel museum bezocht, zou een lagere toegangsprijs een stimulans zijn om een museum te gaan bezoeken.

Beknopte onderzoeksresultaten van diverse musea-onderzoeken is voor f 25,- (excl. BTW) te bestellen bij: AdMar B.V., marketing, onderzoek, advies, informatie Leliegracht 49, 1016 GT Amsterdam, telefoon 020-6258540

Praktische literatuurlijst publiekstaken

Zoals in het vorige nummer van *Museumpeil* een literatuurlijst *Behoud en beheer* was opgenomen, volgt hier een lijst van publicaties die van belang zijn voor de publiekstaken van het museum, zonder de suggestie van compleetheid te willen wekken.

Het taakveld publiekstaken onderscheidt zich wat literatuur betreft van beheer en behoud - publiekstaken is sterker onderhevig aan tendenzen. Uitgaand van de vraag 'waar haal ik nu mijn informatie vandaan' is geput uit de bibliotheek van de SOM. Naast een aantal titels die gekozen zijn om de startende medewerker publiekstaken enig houvast te bieden, is tevens een selectie van relevante artikelen opgenomen uit onder meer *Museumvisie*, kwartaaluitgave van de Nederlandse Museumvereniging. Deze artikelen geven samenvattingen van recente ontwikkelingen aan of hebben een opiniërend karakter.

Publiekstaken algemeen Museum en Publiek:

een onderzoek naar ontwikkelingen in publiek en publieksbenadering in de Nederlandse musea door middel van heranalyse van bestaande publieksgegevens en heronderzoek van educatieve medewerkers H. Ganzeboom en F. Haanstra, Rijswijk (Ministerie van WVC) 1989
Over de ontwikkelingen in de periode 1979-1989; ook over publiekgedragingen en belevingen.

Kanttekeningen bij Museum en Publiek

L. Menkman, in: *Museumvisie* jrg 14 (1990), nr 1 p. 8-9

Verslag van een studiedag naar aanleiding van de hierbovenstaande publicatie, onder meer een pleidooi voor de integratie van educatie.

door Hiske Land,
consulent educatie en
pr bij de Stichting
Ondersteuning Mu-
sea, i.s.m. Brord
van Straalen, consu-
lent educatie bij het
Gelders Oudheid-
kundig Contact

Publiekgedragingen en belevingen

Museum en publiek: doelstellingen nader bekeken

A.M. Feld, in: *Museumvisie* jrg 14 (1990), nr 2 p. 53-54

Beleving en waardering van museumbezoek: een onderzoek in drie historische musea

F. Haanstra, Amsterdam (SCO-Kohnstam Instituut) 1992

Wat zoekt en ervaart de bezoeker in het museum, naar aanleiding van het Amsterdams Historisch Museum, het Drents Museum en het Fries Museum.

The Museum Experience

J. Falk, L.D. Dierking, Washington D.C. 1992
Wat zoeken mensen in een museum en wat vinden ze daar? En ook: wat doen degenen die niet een museum bezoeken? Een aanrader!

Nieuwe instrumenten: beleving en waardering van museumbezoek

F. Haanstra, in: *Museumvisie* jrg 17 (1993), nr 1 p. 12-17

Museumbezoek: waar moet dat heen?

C. Bunnik, in: *Museumvisie* jrg 19 (1995), nr 2 p. 16-18

De belangrijkste feiten en cijfers; over musea die steeds in dezelfde vijver vissen. Musea moeten aansluiting vinden bij de veranderende samenleving.

Het museum van de toekomst

H. Reedijk, in: *Museumvisie* jrg 19 (1995), nr 2 p. 43-47

De rol van publiekstaken binnen het museum. "Cultuureducatie als stroomhalm voor een generatie die op zoek is naar zijn culturele identiteit".

Educatie

Educatief werk in musea

C.D. van Wengen, Groningen 1975
Om bij het begin te beginnen...

Inleiding in de museumdida- ctie

F. Schouten, Leiden (Reinwardt Academie) z.j. (1983)

Niet altijd even uitgewerkt en helder, bovendien vrij oud, maar kent u een betere?

Voermannen, gastvrouwen, educatoren: de geschiedenis van het educatieve werk in de Nederlandse musea

H. Overduin, Leiden (Reinwardt Academie) 1984

Heeft museumeducatie de jaren tachtig overleefd?

F. Haanstra en R. Veenstra, in: *Museumvisie* jrg 14 (1990), nr 1 p. 4-7

Writing a Museum Education Policy

Eileen Hooper-Greenhill, Routledge 1991
Alle elementen die in een beleidsplan educatie een rol kunnen spelen netjes op een rij. Bevat een aantal case-studies die ook kleinere musea tot inspiratie kunnen dienen.

Patterns in Practice: selections from the Journal of Museum Education

Museum Education Roundtable, Washinton D.C. 1992

Voer voor educatoren: 90 artikelen over zo ongeveer alle facetten van educatief werk, gerangschikt naar thema.

A teacher's guide to Learning from objects

Een eye-opener: "50 ways to look at a Big Mac Box" (oftewel: 50 manieren om een Monaverpakking te bekijken) en tal van andere mogelijkheden om het object van veel kanten te bekijken. Prima te gebruiken bij activiteiten in het museum en op school. De

Praktische literatuurlijst publiekstaken

Nederlandse bewerking is in voorbereiding.

Participatie en cultuurspreiding

Themanummer Museumvisie jrg 14 (1990), nr 2

Over cultuurspreiding en educatie, met tal van artikelen waar onder: "Cultuur is geen stille kracht die vanzelf tot ons komt" en "Cultuurspreiding: Massa is Kassa".

Cultuuronderwijs bevordert interesse voor kunst en cultuur

L. Ranshuysen, in Museumvisie, jrg. 17 (1993), nr 3 p. 119-121

Musea & publieksparticipatie

R. de Leeuw (red.), Den Haag (Rijkdienst Beeldende Kunst) 1994

Verslag van een discussie gehouden op 20 april 1994.

Participatie: hét thema voor de komende jaren

M. Brinkman, in: Museumvisie jrg 18 (1994), nr 1 p. 19-22

Participatie in Engeland: Musea en de multiculturele samenleving

M. Brinkman, in: Museumvisie jrg 18 (1994), nr 4 p. 11-14

Wat doen ze daar? En wat kunnen wij in de Nederlandse situatie? Allochtonen als principieel onderdeel van de brede participatiediscussie.

Welkome gasten: mensen met een handicap en museumbezoek

B. Kok en A.H. Land, Uitgave LCM 1995 (in druk)

Na 'Drempels weg' aandacht voor het omgaan in musea met mensen met een lichamelijke handicap. Tips en richtlijnen.

Publieksonderzoek

Handleiding voor publieksonderzoek in culturele instellingen

H. Ganzeboom en L. Ranshuysen, Amsterdam (WVC/Boekmanstichting) 1994

Bevat bijbehorend verslag van de studiedag.

Onmisbaar voor iedereen die een publieksonderzoek wil gaan (laten) verrichten.

Tentoonstellingen bouwen

Te kijk zetten: een expositie over presentatietechnieken

J. Verschuuren (red.), Tilburg, Vereniging van Musea in Brabant 1982

Verouderd (vooral op gebied van verwerken van teksten), maar geeft een beeld wat er komt kijken bij het opzetten van een tentoonstelling.

Display technology for small museums

Brian Bertam, New South Wales (Museums Association of Australia) 1982

Vooral over vitrines timmeren en andere praktische zaken zoals het installeren van verlichting. Op sommige gebieden gedateerd maar handig voor 'doe-het-zelvers'.

Projectmodel tentoonstellingen

J. Verhaar en H. Meeter, Leiden (Reinwardt Academie) 1989

Over het projectmatig opzetten (organisatorisch) van een tentoonstelling. Degelijk en uitputtend maar ik heb er nog nooit iemand in de praktijk mee zien werken.

A good show: A Practical Guide for Temporary Exhibitions

L.P. Witteborg, Washington D.C. 1991, herziene uitgave (tweede druk)

Handige gids bij het opzetten van tentoonstellingen; omvat alle elementen die een rol spelen, van planning, organisatie en praktische uitvoering (gereedschappen!) tot de educatieve programma's en pr.

Tentoonstellen in de praktijk: vallen en opstaan

E.J. van Ginkel, in: Museumpeil 1994, nr 2 p. 13-17

De rampen die (kunnen) gebeuren bij het maken van tentoonstellingen, en tips hoe deze te voorkomen.

Teksten

Om een lang verhaal kort te maken: Schrijven en vormgeven van teksten voor het museum

C.F. Jongejans, F. Jongbloed en M. Elbers, Houten 1988 (niet meer leverbaar)

Een handboek, zij het dat het moderne comfort van de computer niet uit de verf komt.

Themanummer Museumvisie jrg 12 (1988), nr 2

Over teksten in musea, waarin onder meer: "De tekst op z'n retour: Van concept-tekst tot definitieve tekst": gedachten over de ergonomie van tekst in het museum; Leesbaarheid van teksten in musea.

Schrijfwijzer, J. Renkema 1989

Tekstwijzer, K.F. Trebus 1990

Vormwijzer, K.F. Trebus 1991

Den Haag (SDU)

Praktische ondersteuning bij alles dat te maken heeft met vervaardigen van teksten.

Woordenlijst Nederlandse Taal (verschijnt deze maand)

Den Haag (SDU-Standaard)

Geheel herziene versie van het 'groene boekje'. Bevat de nieuwste spellingswijzigingen!

Publieksbegeleiding in het museum

De Kijkroute: onderzoek naar een nieuw museummedium

J. Sas en L. Derks, in: Museumvisie jrg 8 (1982), nr 3 p. 74-75

Museumbezoek: vier manieren van museumbezoek

L.G. Dalhuisen, B.C.I.J. Koevoets, C.Y. Meijers-Bastiaans, P. Verhoeven (red.), Gottmer Educatief, Bloemendaal 1985

Rondleiden van mens tot mens

E. Vink, Den Haag, Federatie van Musea van Zuid-Holland 1986

Syllabus met zowel theoretisch kader als praktische informatie over rondleiden.

Met een walkman het museum rond

M.J. van Uffelen, A.R. Orbons, in: Museumvisie jrg 15 (1991), nr 4 p. 152-154

Museumrondleiding: smaakmaker of stoorzender?

M. Groffen en N. Rooyers, in: Museumvisie jrg 15 (1991), nr 3 p. 109-111

Communicatieve aspecten van de museale rondleiding

J.P. Houtkoop-Steenstra, Utrecht 1992

Rondleidingen zijn nog steeds zeer populair

z.n., in: Museumvisie jrg 16 (1992), nr 2 p. 64-65

(Nieuwe) presentatie- en overdrachtstechnieken

User Friendly: Hands-on Exhibits That Work

J. Kennedy, Washinton DC 1990

Over het ontwerpen van alles waar je met de handen aan mag zitten in het museum, inclusief ergonomie, het beperken van geluidsoverlast bij diapresentaties in de tentoonstelling, verlichting en de verschillende middelen die ter beschikking staan.

Levende geschiedenis: het succes van de Living History-musea in Amerika

P. van Mil, in: Museumvisie jrg 12 (1988), nr 4 p. 149-152

Levende Geschiedenis: van rollenspel tot museumtheater

N. Halbertsma, in: Museumvisie jrg 18 (1994), nr 3 p. 1-5

Bevat tal van artikelen zoals: Achtergrondartikel over de verschillende verschijningsvormen aan de hand van (vooral) Engelse voorbeelden.

Desgevraagd: vier meningen van betrokkenen over Levende Geschiedenis

In: Museumvisie jrg 18 (1994), nr 4 p. 17
Over de voors en tegens van deze overdrachtsvorm.

Interactieve media

Themanummer Museumvisie jrg 9 (1985), nr 2
Bevat artikelen over onder meer: "Op het spoor van de media: van schaduwwerp-apparaat tot interactieve video"; "Musea worden steeds audiovisueler"; "Is tien minuten ideaal? Onderzoek naar de effectiviteit van het gebruik"; "Het audiovisueel werkplan als hulpmiddel, de plaats van de AV-media in musea"; "Interactieve video: de tweede media-revolutie".

Musea en audiovisuele media: hoog tijd voor professionalisering

P. van Mil, in: Museumvisie jrg 11 (1987), nr 3 p. 81-83

Themanummer Museumvisie jrg 15 (1991), nr 4

Over interactieve media met onder andere: "De opkomst van interactieve media"; "Van CD naar CD-I: nieuwe media nu binnen handbereik".

Museum en school

De beste informatie op dit terrein komt niet uit boeken maar is te halen bij de lokale schooladviescentra, onderwijsbegeleidingsdiensten. Informeer bij de Gemeente hoe de plaatselijke variant heet en neem contact op!

Meer dan onderwijs

E. Alkema, W. Tjerckstra, Assen 1989

Handboek voor studenten PABO, over opvoeding en onderwijs in de basisschool en de ontwikkeling van het kind tussen 4 en 12 jaar.

Naar een museum

F. Oehlen, A. van Veldhuizen, Gorinchem:

Uitgeverij De Ruiter 1990

Geschreven voor de leerkracht, maar biedt een schat aan suggesties voor een geslaagd museumbezoek.

The development of Children

M. Cole, S.R. Cole (2de druk), New York/Oxford 1993

Handboek waarin de ontwikkeling uitgelegd op meer theoretische gronden wordt uitgelegd.

Instrumenten bij de invoering van de basisvorming geschiedenis en staatinrichting

SLO, Instituut voor leerplanontwikkeling,

Enschede

(ook verkrijgbaar voor andere onderwerpen)

Onmisbaar voor iedereen die gestructureerd met scholen wil werken.

Schoolmethoden en de kern-doelen in het basis- en voortgezet onderwijs

F. Vogelzang, in: Museumpeil nr 2, december 1994 p. 8-9

Korte samenvatting van de voornaamste kerndoelen en hun rol in het onderwijs.

Omgevingsonderwijs en basisvorming

J. Dijkman, in: Museumpeil nr 2, december 1994 p. 2-6

Kernpunten van de basisvorming en de taak voor musea.

Basisvorming brengt musea en onderwijs nader tot elkaar

Arja van Veldhuizen, in: Museumvisie jrg 18 (1994), nr 1 p. 23-25

Praktische literatuurlijst publiekstaken

In de media/ pr

Het Mediaboek: hoe krijg je toegang tot de media

G. Boon, K. Brants, Amsterdam 1988

Op verschillende terreinen een goede ondersteuning bij het benaderen van de pers.

Themanummer Museumvisie jrg 12 (1988), nr 3

Onder andere: "Beeldvorming op de buis"; "Het museum als decor of bizarre lokatie"; "Het museum als sjeke ambiance voor de sponsor".

PR in musea: rol en rendement

Onderzoek verricht door Intomart Qualitatief in opdracht van de Nederlandse Museumvereniging, Rijswijk: Ministerie van WVC 1990

Pr-medewerker levert zijn geld op in musea

P. van Montfort, in: Museumvisie jrg 14 (1990), nr 3 p. 98-99

Naar aanleiding van bovenstaande publicatie, met kort overzicht van de bevindingen van Intomart Qualitatief.

Public relations en voorlichting, beleid, organisatie en uitvoering

J. N. A. Groenendijk, G. A.Th. Hazekamp en J. Mastenbroek (red.)

Alphen aan de Rijn (SAMSOM) 1991 Handboek, opvolger van het losbladige systeem 'Handboek Public Relations'.

Handboek van de Nederlandse pers en publiciteit

Uitgave van Nijghperiodieken, Schiedam

Versijnt ieder jaar tweemaal met een herziene editie en biedt overzicht van alle gedrukte media in Nederland met informatie over oplage, versijningsgebied en adressen. Onmisbaar bij het opzetten van een persbestand. Al bladerend kom je tal van nieuwe doelgroepen tegen.

Tentoonstellingspromotie: een overschat marketingsinstrument?

L. Ranshuysen, in: Museumvisie jrg 15 (1991), nr 1 p. 20-22

Werkt de pr zoals wij bedoelen? Pleidooi om potentiële bezoekers met andere berichtgeving te benaderen dan wij gewend zijn.

Evenementen

Evenementen: eindelijk een reden om een museum te bezoeken

J. Sas, in: Museumvisie jrg 17 (1993), nr 1 p. 1-6

Evenementen: educatief werk in een nieuwe verpakking

J. Sas, in: Museumvisie jrg 19 (1995), nr 1 p. 14-17

De rol van evenementen in musea, wat zijn evenementen en welke rol spelen ze binnen het museum?



