

inclusief provinciale bijlage

museum

nummer 8, november 1997

PEIL

COLLEGIAAL INFORMATIEBLAD VOOR MUSEA



■
MUSEA EN SCHENKINGSRECHT

■
PUBLIEKSONDERZOEKEN IN ZUID-KENNEMERLAND EN ZEELAND

■
COPYRIGHT EN FOTOVERZAMELINGEN

■
CULTUUR EN SCHOOL
■



Inhoud

Voorwoord	1
Fiscale toeters en bellen bij schenking aan een museum	2
Regionaal Publieksonderzoek Zuid-Kennemerland	4
Publiek voor musea in Zeeland	9
Tips en berichten	12
■ Bezoekcijfers 2de kwartaal 1997	
■ Erfgoed Actueel, bureau voor cultureel erfgoed en educatie	
■ Kunst & Meer Waarde	
■ Holland Museums: musea op Internet	
Kiekindieven in het museale veld: copyright en fotoverzamelingen	15
Cultuur en school	18
Boeken en tijdschriften	22
LCM-info	23
■ Syllabus museum en publiek	
■ Vitrineproject	

Colofon

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

Copyright

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

Redactie

Minette Albers, Hans de Haan, Dominique Hamerlijnck, Ellen Loozen, Marianne de Rijke en Marjolein Spruijt

Eindredactie

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: 030-234 38 80
Fax: 030-232 86 24

Nummer 8, november 1997

Foto omslag: Cultuur en School in de praktijk bij het gemaal in Lijnden (NH)

Voorwoord

Het managen van een museum kent zeer veel verschillende kanten. Deze veelzijdigheid vindt haar weerslag in dit achtste nummer van Museumpeil. De redactie hoopt dat zo iedereen vanuit verschillende functies iets van haar of zijn gading vindt.

Over de inhoud

Sinds 1 januari van dit jaar is er een speciale vrijstelling van het schenkingsrecht voor musea. Of uw museum hiervoor in aanmerking komt en hoe u deze vrijstelling kunt aanvragen staat in een bijdrage van VB Belastingadviseurs.

Musea willen steeds meer een beeld krijgen van het profiel van de museumbezoeker. Twee bijdragen over publieksonderzoek -een in Zuid-Kennemerland (Noord-Holland) en een in Zeeland- gaan in op de wensen van het museumpubliek. Wat wil het kind, wat willen de ouders van dat kind en hoe kunnen de musea inspelen op de wensen van opa en oma?

Tips en berichten geeft aandacht aan het bureau Kunst & Meer Waarde: een mogelijkheid uw subsidie van een bedrijf te verhogen; bezoekcijfers van het 2de kwartaal 1997 zijn opgenomen; en er is informatie over het initiatief van de NMV en de NBT musea te bundelen op Internet.

Jan van de Voort bespreekt op unieke wijze wat wel en vooral niet te doen met het gebruik van foto's voor publicatie en andere doeleinden. Had u de foto waarop de ex-wethouder van cultuur staat afgebeeld wel (ongevraagd) mogen gebruiken voor een tentoonstelling?

Het artikel Cultuur en School geeft weer hoe de provincies Groningen, Noord-Holland en Utrecht bezig zijn meer samenwerking te bewerkstelligen tussen het basisonderwijs en de basisvorming en instellingen werkzaam op het terrein van cultureel erfgoed en kunstzinnige vorming.

Aandacht voor het publiek is er ook in het besproken rapport 'het gedeelde erfgoed'. Cultuur en school komt ook weer terug in het besproken boekje 'scholen adopteren monumenten'. In het LCM nieuws leest u over een

publicatie over het zelf bouwen van een verantwoorde vitrine. Wilt u meer weten hoe publiek te trekken en ze dan ook weer terug te laten komen dan kunt u binnenkort de syllabus museum en publiek aanschaffen.

Rectificatie

In het vorige nummer van Museumpeil stond een artikel over het bewaren van fotografisch materiaal. Tot spijt van de redactie is op pagina 14 een foutief schema afgedrukt over verpakkingsmaterialen. In dit nummer staat op pagina 14 het juiste schema afgedrukt. De redactie raadt u aan dit schema uit te knippen of te kopiëren en over het verkeerde schema te plakken. Zo houdt u de correcte informatie bij elkaar. Ook in dat artikel stond een schema 'Hoe klimatiseren we?' afgedrukt (pagina 13). De temperatuur stond hier weergegeven in %. Uiteraard wordt u geacht hier graden (°) voor te lezen.

Bij het bericht over de stijging van het aantal museumbezoeken in 1996 stond een cijfer teveel bij het telefoonnummer van het CBS. Het juiste telefoonnummer is (070) 337 58 67

Ter informatie 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 de provincie Limburg verschijnt geen (provinciale) bijlage.

Abonnement

Voor f 25,- per jaar krijgt u tweemaal Museumpeil. Voor f 30,- per jaar krijgt u tweemaal Museumpeil en een provinciale bijlage naar keuze. Opgave bij het bureau van de provinciaal museumconsulent in de betreffende provincie. Voor f 55,- per jaar krijgt u Museumpeil inclusief alle zes provinciale bijlagen. Opgave bij het redactieadres in Utrecht.

Abonnementen lopen per kalenderjaar en dienen voor het einde van een jaar opgezegd te worden.

De redactie

Fiscale toeters en bellen bij schenking aan een museum

Musea zijn de bewaarders van ons culturele erfgoed. Een hoedanigheid die in brede lagen van onze samenleving veel waardering oogst. Niet zelden wil men deze waardering ook laten blijken in de vorm van financiële steun. Schenkingen en legaten en de musea in Nederland zijn er voor een groot deel financieel afhankelijk van. Nou is het in Nederland zo dat waar iemand een financieel voordeel haalt, de fiscus er als de kippen bij is om zijn graantje mee te pikken. Dat is bij schenkingen en legaten vaak niet anders. Als een fiscalist dan ook het woord 'schenking' hoort gaan er meteen allerlei belletjes rinkelen. Dit artikel beschrijft die fiscale toeters en bellen die afgaan op het moment dat een museum een schenking of legaat krijgt. Daarbij staat de recent ingevoerde specifieke vrijstelling voor musea centraal.

Drie heffingen in één wet

De fiscale klepel hangt bij schenkingen en legaten in de Successiewet. Krachtens de Successiewet worden namelijk het recht van schenking en het recht van successie geheven. Daarbij is aangeknoopt dat de schenker of legataris in Nederland woont. Bij verkrijgingen krachtens schenking of erfrecht van iemand die ten tijde van die schenking of dat overlijden niet in Nederland woonde, is dus geen recht van successie of schenking verschuldigd. De Nederlandse wetgever heeft deze verkrijgingen echter niet in alle gevallen onbelast gelaten. Met name als de verkrijging niet belast is in het buitenland of als het verkrijgingen van binnenlandse bezittingen betreft. Binnenlandse bezittingen zijn onder meer in Nederland gelegen onroerende zaken.

Deze 'rechten' hebben gemeen dat ze een belasting zijn op het verkrijgen van een financieel voordeel zonder dat er een prestatie tegenover staat. Deze belastingen worden daarom geheven van de verkrijger als een soort solidariteitsheffing: 'als u zó gemakkelijk geld binnenkrijgt, dan mag de gemeenschap daar best van meeprofiteren!'. Onder fiscalisten noemt men dit ook wel het beginsel van de bevoorrechte verkrijging. In dit artikel lichten we het schenkingsrecht en het belang voor de musea eruit. Wellicht kan in een volgend artikel op het successierecht worden ingegaan.

Schenkingsrecht in vogelvlucht

Het recht van schenking belast al wat door schenking wordt verkregen van iemand die ten tijde van de schenking binnen Nederland woonde. Het is dus cruciaal dat de schenking wordt gedaan door iemand die in Nederland woont. Overigens kan de fiscus schenkingen door buitenlanders van onroerende zaken die in Nederland liggen wel belasten met het zogeheten recht van overgang. Ontvangt het Miniatuurauto-museum te Juinen een bedrag van f 100.000,- van de naar België uitgeweken miljonair Hekking dan is dat bedrag hier niet belast met schenkingsrecht. Immers de schenking wordt niet verkregen van iemand die ten tijde van de schenking binnen Nederland woonde. Schenkt Hekking echter zijn voormalige stadsvilla te Juinen aan het museum dan valt dat onder het recht van overgang. Verder lijkt de definitie nogal ruim. Zelfs het dropje dat u aan het kind van de burens geeft zou dan belast worden met schenkingsrecht. Gelukkig is dat niet de praktijk van alledag. Het schenkingsrecht kent namelijk verschillende vrijstellingen.

Vrijstellingen schenkingsrecht

Er zijn verschillende vrijstellingen voor het schenkingsrecht. Musea kunnen met verschillende vrijstellingen te maken krijgen. Relevant zijn de vrijstellingen voor schenkingen die worden verkregen:

- door een aangewezen museum of een steunstichting van dat museum;
- van de Koningin of de leden van het Koninklijk Huis;
- door of van de Staat;
- door of van een provincie of gemeente;
- door een algemeen nut beogende instelling mits de schenking een bedrag van f 7.933,- (1997) per periode van twee jaar niet te boven gaat;
- van een algemeen nut beogende instelling voorzover deze de uitkeringen doet op grond van haar statuten;
- in alle andere gevallen mits de verkrijging niet meer bedraagt dan f 4.759,- (1997) per periode van twee jaar (hier valt gelukkig ook het dropje aan het kind van de burens onder).

Museumvrijstelling

Musea kunnen in beginsel met al deze vrijstellingen te maken krijgen. Per 1 januari 1997 is er een speciale vrijstelling van het schenkingsrecht voor musea opgenomen. Deze vrijstelling is met name ingevoerd vanwege de vele privatiseringen in de museumsector. Musea die zijn geprivatiseerd kunnen namelijk geen gebruik meer maken van de vrijstellingen die gelden voor schenkingen die worden verkregen door overheidslichamen. Om dit nadeel te ondervangen heeft men voor musea een speciale vrijstelling in het leven geroepen.

De vrijstelling geldt voor schenkingen aan bepaalde aangewezen musea waarvan de collectie van nationaal of regionaal cultureel belang is, of een steunstichting daarvan. Er is

geen grens aan de hoogte van de vrijstelling gesteld. De aanwijzing van die musea gebeurt door de Belastingdienst afdeling Registratie en Successie. Een museum dat graag op de lijst van aangewezen musea wil komen moet een verzoek daartoe dan ook richten aan deze afdeling, Postbus 90116, 5200 MA 's-Hertogenbosch.

Steunstichtingen

De specifieke museumvrijstelling geldt ook voor de steunstichtingen. Met steunstichting bedoelt men een binnen het Rijk gevestigde stichting die ten doel heeft een museum te ondersteunen. De stichting kan dit doen door onder meer het bijeenbrengen van gelden ten behoeve van dat museum. Die gelden moeten dan geheel ten behoeve van het museum worden aangewend of aan dat museum ter beschikking worden gesteld.

Is een museum niet opgenomen in de lijst van aangewezen musea dan betekent dat nog niet dat ze bij iedere schenking diep in de knip moet. Er zijn ook nog de andere vrijstellingen.

Schenking door en aan overheid

Zo kunnen musea in ieder geval schenkingen van de Staat, een provincie of een gemeente incasseren zonder dat schenkingsrecht hoeft te worden betaald. Hierdoor zullen met name de subsidies geheel buiten de heffing van schenkingsrecht kunnen blijven. Dat is maar goed ook want anders was men met niets anders bezig geweest dan het nutteloos rondpompen van geld. Ook voor deze vrijstelling geldt geen maximum.

Daarnaast kunnen musea die zelf nog tot de overheid behoren van deze vrijstelling gebruik maken voor schenkingen. Aan die schenkingen mag echter geen opdracht zijn verbonden die afwijkt van het algemeen belang.

Schenking door algemeen nut beogende instelling

Verder kunnen schenkingen die aan het museum worden gedaan door algemeen nut beogende instellingen op grond van hun statuten, zijn vrijgesteld van schenkingsrecht. De Stichting voor de Filmkunst heeft

statutair als doel het bevorderen van de productie van nieuwe films en het behoud van historisch filmmateriaal in Nederland.

Stel dat de Stichting voor de Filmkunst een actie opzet ter behoud van de Nederlandse film en daarvoor girorekening 007 opent. Er komen op dat nummer dan allerlei bedragen binnen. Als de Stichting voor de Filmkunst vervolgens een schenking doet van f 50.000,- aan onder andere het Nationaal Filmmuseum te Juinen dan hoeft het filmmuseum daar geen schenkingsrecht over te betalen. De stichting doet immers een schenking op grond van haar statuten.

Schenking aan museum als algemeen nut beogende instelling

Ook is het mogelijk dat een museum zichzelf kwalificeert als een algemeen nut beogende instelling. In dat geval kan het museum gebruik maken van de vrijstelling voor schenkingen die worden verkregen door algemeen nut beogende instellingen. Voorwaarde is wel dat de schenking minder bedraagt dan f 7.933,- in een periode van 2 jaar. Bovendien mag aan de schenking ook geen opdracht zijn verbonden die afwijkt van het algemeen nut karakter.

Wel zal men per museum moeten beoordelen of het museum ook daadwerkelijk als een algemeen nut beogende instelling is aan te merken. Onder een algemeen nut beogende instelling wordt verstaan een binnen het Rijk gevestigde kerkelijke, levensbeschouwelijke, charitatieve, culturele, wetenschappelijke of het algemeen nut beogende instelling. Een dergelijke instelling mag niet grotendeels een particulier belang dienen. Musea zullen over het algemeen gezien hun culturele doelstelling wel een algemeen nut beogende instelling zijn. Toch hoeft dat niet altijd zo te zijn. Bepaalde musea die niet toegankelijk zijn voor publiek en die voornamelijk een privé-belang dienen vallen hier niet onder.

De status van algemeen nut beogende instelling heeft nog een ander belang. Schenkingen aan dergelijke instellingen vallen namelijk onder het speciale lage tarief van 11%. Het normale tarief loopt op van 41% naar 68%.

Algemene vrijstelling voor kleine schenkingen

Tenslotte kan een museum ook nog gebruik maken van de algemene vrijstelling voor schenkingen die niet meer bedragen dan f 4.759,- over een periode van twee jaar.

Aangifte doen?

Degene die een schenking krijgt moet de aangifte voor het schenkingsrecht doen. Een museum hoeft alleen maar aangifte te doen als er sprake is van een belaste schenking. Als de schenking volledig onder een van de vrijstellingen valt hoeft er geen aangifte te worden gedaan. De Inspecteur Registratie en Successie stelt de termijn voor het doen van de aangifte voor het recht van schenking vast. De termijn mag niet minder zijn dan twee maanden na de schenking.

Is er sprake van een belaste schenking en krijgt het museum geen aangiftebiljet toegezonden dan moet het museum binnen twee weken na afloop van de termijn van 2 maanden na de schenking, aan de Inspectie der Registratie en Successie, om een aangiftebiljet vragen. Doet men dat niet dan kan de Inspecteur een boete opleggen.

Samenvattend

Het geheel overziend is de specifieke vrijstelling voor aangewezen musea het meest omvattend. Musea die een dergelijke aanwijzing niet hebben doen er goed aan om deze aan te vragen. Krijgt een museum een dergelijke aanwijzing niet rond dan is het belangrijk om in ieder geval bij de Belastingdienst wel als algemeen nut beogende instelling geregistreerd te staan. Men kan dan in ieder geval gebruik maken van het verlaagde tarief van 11% en de vrijstelling voor schenkingen die worden verkregen door algemeen nut beogende instellingen.

Regionaal publieksonderzoek Zuid-Kennemerland

Om de samenwerking tussen de regionale musea op het gebied van publieksbenadering te bevorderen, besloot de Stichting Musea Zuid-Kennemerland in 1996 een omvangrijk onderzoek op gang te brengen. Het onderzoek vond plaats binnen een samenwerkingsproject van deze Stichting met Kunst en Cultuur Noord-Holland, de Reinwardt Academie en een stagiaire van Culturele Studies aan de Universiteit van Amsterdam. Als begeleider van het project en ten behoeve van de eindrapportage is de onderzoeker Letty Ranshuysen aangetrokken. Het project is gefinancierd door de Provincie Noord-Holland, de Mondriaan Stichting, het Anjerfonds Noord-Holland en de J.C. Ruigrok Stichting.

Uitgangspunt was dat de bij de Stichting Musea Zuid-Kennemerland aangesloten musea een gezamenlijk marketingplan wilden ontwikkelen ten behoeve van uitbreiding en intensivering van het museumbezoek door regiobewoners. Om dit te realiseren was niet alleen meer informatie nodig over het regionale publiek, maar diende ook mogelijkheden voor samenwerking tussen de betreffende musea onderling en tussen de musea en niet-museale instellingen in kaart gebracht te worden.

De onderzoeksoepzet

Met een kwalitatief vooronderzoek heeft de regionaal museumconsulent van de Stichting Musea Zuid-Kennemerland, Ferry Walberg, gezocht naar mogelijkheden en onmogelijkheden voor samenwerking rond regionale museummarketing. Dit gebeurde door documentanalyse en door interviews met zeventien sleutelfiguren, die diverse musea, toeristische organisaties en onderwijsinstellingen vertegenwoordigen.

De uitkomsten van dit vooronderzoek

vormde de basis voor een onderzoek onder het publiek van dertien musea in Zuid-Kennemerland in de herfstvakantie van 1996. Dit publieksonderzoek werd uitgevoerd door twintig studenten van de Reinwardt Academie onder begeleiding van hun docent Ineke Ravestijn.

In totaal hebben 403 bezoekers meegewerkt aan de enquête. Tabel 1 toont welke musea aan het publieksonderzoek meededen en hoe de respondenten over deze musea zijn verdeeld (zie steekproef). Deze tabel toont tevens het totaal aantal bezoekers dat de musea ontvingen tijdens de onderzoeksperiode (zie populatie); we zien dat de verdeling over de musea binnen de steekproef tamelijk evenredig is aan de verdeling binnen de te onderzoeken groep. Dit is van belang om na te gaan of de groep ondervraagde personen niet alleen representatief is voor de bezoekers van het individuele museum, maar ook voor de bezoekers van de

dertien musea in de onderzoeksperiode, de hele onderzoekspopulatie. Om de grote verschillen in omvang van het bereik van de deelnemende musea te laten zien, toont de laatste kolom de bezoekcijfers over 1996.

In een kwalitatief vervolgonderzoek, uitgevoerd door de stagiaire Tamara Sterman, zijn aanbevelingen die voortkwamen uit het publieksonderzoek op hun haalbaarheid getoetst en nader uitgewerkt. Dit gebeurde door een analyse van relevante publicaties en door (telefonische) interviews met 25 sleutelfiguren. Dit betrof vertegenwoordigers van museumvriendenverenigingen, gemeentelijke voorlichtingsdiensten, lokale en regionale kunst- en cultuurinstellingen en organisaties die ervaring hebben opgedaan met activiteiten die nagevolgd kunnen worden door de musea in Zuid-Kennemerland. Daarnaast is er een groepsdiscussie georganiseerd met vertegenwoordigers van de deelnemende musea. In deze groepsdiscussie zijn de uitkomsten van het publieksonderzoek besproken aan de hand van een van te voren rondgestuurde tussentijdse rapportage. Dit vervolgonderzoek is niet alleen een instrument om de aanbevelingen ten behoeve van het regionale marketingplan aan te scherpen. Het raadplegen van degenen die verantwoordelijk zijn voor de uitvoering van dit plan vergroot het draagvlak van de voorgenomen acties.

Over de auteur

Letty Ranshuysen is socioloog gespecialiseerd in onderzoek naar cultuurdeelname en mede-auteur van de door de Boekmanstichting uitgegeven 'Handleiding Publieksonderzoek Culturele Instelling'.

**TABEL 1:
DEELNEMENDE MUSEA**

TABEL 1:	STEEKPROEF		POPULATIE		TOTAAL
DEELNEMENDE MUSEA	N	%	N	%	BEZOEK
					1996
500 - 5.000 bezoekers					
Museum Jacobs van den Hof	4	1%	12	5%	660
Museum Meerenberg	9	2%	52	1%	1.294
Schatkamer Sint Bavo	15	4%	93	1%	3.949
Pieter Vermeulen Museum	21	5%	450	5%	4.568
IJmuider Zee- en Havenmuseum	12	3%	108	1%	4.969
5.000 - 15.000 bezoekers					
Hist. Museum Haarlemmermeer	26	6%	173	2%	6.659
Cultureel Centrum Zandvoort	14	3%	402	4%	10.090
Hist. Museum Zuid-Kennemerland	19	5%	236	2%	11.816
10.000 - 40.000 bezoekers					
Museum de Cruquius	41	10%	663	7%	27.778
Museum Beeckestijn	15	4%	295	3%	38.070*
40.000 - 100.000 bezoekers					
Hallen Frans Halsmuseum	80	20%	3.174	32%	43.148
Frans Halsmuseum	57	14%	1.556	16%	87.685
Teylers Museum	90	22%	2.566	26%	130.522
TOTAAL	403	100	9.780	100%	

* met Home and Garden Fair (16.990 bezoekers) en Kunstmarkt (8.500 bezoekers)

TABEL 2: ENTREEPRIJZEN

	gewenst	geldend	verschil	N
Teylers Museum	f 7,45	f 7,50	-	79
Frans Halsmuseum	f 7,14	f 7,50	-	54
de Hallen	f 6,49	f 4,00	+	71
Museum Cruquius	f 5,76	f 5,00	+	40
IJmuider Haven Museum	f 5,27	f 6,50	-	11
Museum Beeckestijn	f 4,77	f 3,50	+	11
Museum Jacobs van den Hof	f 4,25	f 1,50	+	4
Centrum Zandvoort	f 3,95	gratis	+	11
Museum Haarlemmermeer	f 3,76	f 4,50	-	25
Museum Zuid-Kennemerland	f 3,44	gratis	+	17
Pieter Vermeulen	f 3,14	f 2,50	+	21
Schatkamer Sint Bavo	f 2,38	f 1,00	+	12
Museum Meerenberg	f 2,36	gratis	+	7

- redelijke geachte toegangsprijs is lager dan werkelijke toegangsprijs

+ redelijke geachte toegangsprijs is hoger dan werkelijke toegangsprijs

Het publiek van de musea in Zuid-Kennemerland

Uit het publieksonderzoek blijkt dat het publiek van de musea in Zuid-Kennemerland weinig jongeren telt: slechts 6% is 15 tot 25 jaar. De belangrijkste interesses van het onderzochte publiek zijn: oude monumenten, geschiedenis, landschappen/tuinen en oude kunst. Al deze interessegebieden zijn door ongeveer twee derde van het publiek genoemd. Ongeveer de helft van het publiek komt niet voor het eerst in het betreffende museum. Driekwart van het publiek combineert het museumbezoek met een andere activiteit. De combinatie met winkelen komt het meest voor. Opvallend is de tegenstelling tussen opgegeven voorkeuren en daadwerkelijk gedrag. Zo geeft 40% een voorkeur aan voor horecabezzoek, terwijl slechts 27% dit daadwerkelijk doet. Daarnaast wil 26% graag een bezoek aan meerdere musea combineren, terwijl 17% dit doet. Bovendien blijkt dat bijna de helft van het publiek bij 'een ideaal dagje uit' geen museumbezoek zou plannen en slechts 5% zich zou concentreren op museumbezoek. Toch blijkt uit de bezoekmotieven dat men meer op educatie is gericht dan op recreatie.

De bereikbaarheid van het museum speelt een belangrijke rol bij de planning van het museumbezoek: dit wordt door 29% aangegeven. De bereikbaarheid van de musea met het openbaar vervoer in deze regio is goed: het gemiddelde rapportcijfer is 7,8.

Verschillen tussen de grote en kleinere musea

De grote Haarlemse musea (Teylers Museum, het Frans Halsmuseum en de Hallen) trekken een hoger opgeleid en cultureel actiever publiek dan de kleinere musea. Omdat de directe omgeving van deze musea

Regionaal publieksonderzoek Zuid-Kennemerland

meer mogelijkheden biedt voor andere activiteiten dan bij de meeste overige participerende musea het geval is, combineert dit publiek het museumbezoek vaker dan het overige publiek met winkelen (44%), een etentje (22%) of een bezoek aan een ander museum (22%). Ook verschilt dit publiek in het mediagebruik. Het raadpleegt relatief vaak nationale media ter voorbereiding op een museumbezoek zoals: cultuurbijlagen (56%), televisie (40%) en kunsttijdschriften (15%). De Volkskrant is bij dit publiek het meest populair. Een laatste kenmerkende afwijking van dit publiek is dat het de entreprijs iets te hoog acht (zie Tabel 2).

De kleinere musea, die veelal buiten Haarlem liggen, trekken twee keer zo veel publiek uit de regio (circa 60% versus 28% bij de grote musea). Dit publiek combineert het museumbezoek regelmatig met een activiteit in de natuur in de omgeving van het museum of met een fietstocht. Het leest relatief vaak de Telegraaf (40%) en raadpleegt relatief vaak regionale kranten (53%) ter voorbereiding van een museumbezoek. De service en presentatie in de kleinere musea worden hoger gewaardeerd dan in de grotere musea. Het feit dat de redelijk geachte toegangsprijs voor vrijwel alle kleine musea (veel) hoger ligt dan de werkelijke prijs (zie Tabel 2), is ook een blijk van de grote waardering voor deze musea.

Het publiek uit de regio

Het onderzoek was vooral gericht op het verwerven van informatie ten behoeve van een efficiëntere werving van regionaal publiek en de ontwikkeling van producten die de band met de regionale bevolking versterken. Daarom is er veel zorg besteed aan het opsporen van de specifieke kenmerken van de museumbezoekers die in Zuid-Kennemerland wonen. Zo'n 40% van het publiek woont in de regio.

Dit publiek heeft gemiddeld vijf andere musea in Zuid-Kennemerland bezocht: twee musea meer dan het publiek van buiten de regio. Het regionale publiek telt relatief veel vrouwen (60%), mensen die de zorg voor kleine kinderen hebben (21% van de vrouwen en 15% van de mannen versus 7% van zowel de mannen als vrouwen binnen het overige publiek) en 65-plussers (19% versus 13%). Buiten georganiseerde schoolbezoeken komen er weinig jongeren uit de regio naar de musea.

Opvallend is dat het regionale publiek lager is opgeleid dan het overige publiek, maar wél even cultureel actief is. Ze tonen iets afwijkende interesses, want ze zijn relatief vaak geïnteresseerd in landschappen/tuinen en in natuurhistorie en relatief weinig in cultuurschiedenis, design en moderne architectuur. Bovendien hebben ze relatief vaak belangstelling voor een rondleiding, maar weinig voor een museuminfotheek en voor het combineren van bezoek aan meerdere musea op een dag. Bij het plannen van een museumbezoek houden regiobewoners vaker rekening met de bereikbaarheid, de kindvriendelijkheid en de entreprijs van het museum en minder vaak met de inhoud van een tijdelijke expositie dan het overige publiek. Ze geven minder vaak een voorkeur voor museumbezoek in de ochtenduren aan dan het overige publiek en komen dan ook vaker later op de dag. Regionaal publiek heeft over het algemeen een iets hogere waardering voor de diverse aspecten van het bezochte museum, maar het heeft gemiddeld minder geld over voor de entree. Dit geldt met name voor de lager opgeleiden.

Kinderen en senioren

Uit het vooronderzoek kwam naar voren dat de musea in Zuid-Kennemerland weinig specifiek doelgroepen-

beleid hebben ontwikkeld. Belangrijke doelgroepen die uit het vooronderzoek naar voren kwamen, zijn senioren en bezoekers met kinderen. Daarom richtte het publieksonderzoek zich ook op het opsporen van kenmerken en behoeften van senioren en bezoekers die met kinderen een museum willen bezoeken.

Eén derde deel (35%) van het publiek van de musea in Zuid-Kennemerland is ouder dan 55 jaar. Doordat er in de herfstvakantie is geënkquêteerd en senioren geneigd zijn om museumbezoek buiten de schoolvakanties te plannen, is de kans groot dat het aandeel senioren in andere perioden hoger ligt. De bevolking in de regio Zuid-Kennemerland is relatief oud en volgens bevolkingsprognoses zullen grote delen van de rest van Noord-Holland ook snel vergrijzen. Senioren vormen dus een steeds belangrijker publiekspotentieel in de omgeving van de musea in Zuid-Kennemerland.

De senioren binnen het onderzochte museumpubliek zijn erg hoog opgeleid in vergelijking tot de senioren binnen de Nederlandse bevolking. Kennelijk worden binnen de oudste bevolkingsgroep -nog meer dan bij jongere leeftijdsgroepen het geval is- hoger opgeleiden veel beter bereikt dan lager opgeleiden.

Ruim de helft van de senioren had het museum waarin ze werden ondervraagd reeds eerder bezocht. Ook bezochten zij gemiddeld vaker een ander museum in Zuid-Kennemerland en zijn ze vaker lid van een vriendenvereniging van een museum. Personen in de leeftijd van 55 tot 65 jaar blijken de meeste fervente museumbezoekers: zij bezoeken gemiddeld tien keer per jaar een museum versus acht keer bij de jongere en oudere leeftijdsgroepen.

Bijna de helft van het onderzochte publiek gaat wel eens met kinderen naar een museum en één vijfde zou

**TABEL 3: BELANGSTELLING
KINDERACTIVITEITEN** N= 262

kinderroute of speurtocht	64%
creatieve activiteit	57%
kinderrondleiding	43%
video voor kinderen	40%
anders	7%
speelhoek	16%
kinderopvang	13%

dit wel willen indien musea kindvriendelijker waren. Door zich meer te richten op kinderen zouden de musea dus grotere aantallen bezoekers kunnen aantrekken. De gemiddelde rapportcijfers voor kindvriendelijkheid die uit het publieksonderzoek naar voren komen variëren sterk: van 4.8 tot 8.6. Blijkbaar dient dit aspect in sommige musea verbeterd te worden. Uit de reacties van het publiek komt naar voren dat meer 'dynamiek' in het museum nodig is. Daarnaast willen ze graag dat het gebodene uitnodigt tot beter kijken en discussie. Niet alleen vaders en moeders willen met hun kinderen graag eens een museum bezoeken, maar ook grootouders. Men heeft vooral behoefte aan activiteiten waaraan men samen met kinderen die ouder dan zes jaar zijn mee kan doen. De voorkeuren voor kinderactiviteiten stemmen hiermee overeen: de grootste belangstelling gaat uit naar kinderroutes of speurtochten en voor een speelhoek op kinderopvang is weinig belangstelling (zie Tabel 3).

Themaprojecten

Een idee waar diverse in het vooronderzoek geraadpleegde sleutelfiguren heil in zien, is het organiseren van een gezamenlijk tentoonstellingsproject rond een thema. Daarom richtte het publieksonderzoek zich ook op de vraag hoe zo'n project het best ingevuld zou kunnen worden. Maar liefst 73% van het publiek zegt interesse te hebben voor een thema-

project. Deze groep bestaat met name uit hoog opgeleide, cultureel actieve museumliefhebbers met een brede belangstelling, die zowel van binnen als van buiten de regio komen. Hierbinnen nemen jonge senioren een belangrijke plaats in, terwijl 65-plussers en vooral jongeren relatief weinig belangstelling hebben. In themaprojecten geïnteresseerde bezoekers hebben relatief vaak belangstelling voor natuurhistorie. Ze spreiden hun bezoek bij voorkeur over meerdere dagen en hebben relatief veel belangstelling voor extra services, zoals: rondleidingen (44%), aanschaf catalogi, foto's, affiches en dergelijke (35%), lezingen (34%), de aanwezigheid van een infotheek of bibliotheek (34%) en het thuis gestuurd krijgen van een catalogus voorafgaand aan museumbezoek (25%).

Het regionale marketingplan

Het blijkt dat voor alle deelnemende musea geldt dat meer aandacht voor het aantrekken van jongeren, allochtonen en 65-plussers gewenst is. Het ontwikkelen van marketingstrategieën gericht op deze doelgroepen binnen de regionale bevolking lijkt dan ook een belangrijk uitgangspunt voor het te ontwikkelen marketingplan. Het (beter) bereiken van deze 'moeilijke doelgroepen' vereist inspanningen, die veelal niet direct resultaten opleveren. Voor de individuele musea - met name de kleinere - zijn deze inspanningen vaak niet op te brengen. Daarom willen de geraadpleegde museummedewerkers graag hun krachten bundelen ten behoeve van op deze doelgroepen gerichte wervingsacties en activiteiten.

Overige actiepunten die uit het onderzoek naar voren komen zijn de verbetering en/of uitbreiding van:

- bereikbaarheid van, bewegwijzering naar en parkeergelegenheid rond de musea;

- informatieverstrekking op de gevels;
- prijsstelling van de entree;
- doorverwijzing tussen de musea onderling;
- samenwerking met horeca en middenstand in de directe omgeving;
- wandel- en fietsroutes waarin een bezoek aan het museum kan worden opgenomen;
- combinatie-activiteiten in een nabij gelegen stadskern of natuurgebied;
- samenwerking met andere kunst- en cultuurinstellingen;
- samenwerking met de lokale en regionale VVV's en toeristische organisaties;
- educatieprojecten voor het basisonderwijs en voor het voortgezet onderwijs;
- toegankelijkheid voor ouderen en invaliden;
- specifiek aanbod voor senioren;
- kindvriendelijkheid en kinderactiviteiten.

Daarnaast is het realiseren van een themaproject een belangrijk item.

Uiteraard kan de verzamelde informatie over het specifieke mediagebruik van de onderscheiden doelgroepen als leidraad dienen bij de publiciteitscampagnes rond en de doelgroepgerichte informatieverstrekking over structurele verbeteringen en nieuwe activiteiten die worden gerealiseerd.

Aanbevelingen

Ten behoeve van de genoemde actiepunten biedt de eindrapportage van het onderzoek in de aanbevelingen een scala aan concrete samenwerkingsprojecten en activiteiten. Ter illustratie volgen hier enkele voorbeelden.

Werving nieuw publiek via schriftelijke media

Om regionaal publiek te enthousiasmeren voor de musea in hun woonomgeving is een serie artikelen over de musea in Zuid-Kennemerland een adequaat instrument.

Regionaal publieksonderzoek Zuid-Kennemerland

Dit kan bijvoorbeeld worden geplaatst in het Haarlems Dagblad of een ander regionaal dagblad, in huis-aan-huisbladen of in het Noord-Holland Magazine. Met deze artikelen kan ook worden getracht interesse te kweken voor vrijwilligerswerk in de musea en voor de vriendenverenigingen.

Korting na 16.00 uur

Gezien het feit dat regiobewoners gemiddeld later komen dan het overige publiek en relatief vaak rekening houden met de entreprijs, valt een korting na 16.00 uur te overwegen. Voor de korting na 16.00 uur is brede steun binnen de musea, omdat het veelal stil is aan het einde van de middag. Om te bevorderen dat vooral de niet-cultureel actieve regiobewoner met deze korting over de drempel komt, is het belangrijk deze maatregel bekend te maken in op deze doelgroep gerichte informatie.

Verbreiding van bereik senioren

Om een verbreding van het bereik van senioren te bewerkstelligen kunnen bejaarden- en verzorgingshuizen worden benaderd met een gezamenlijke actie. Ouderen die nooit in een museum komen, kunnen ook worden bereikt met outreach-activiteiten, zoals het wijkgeschiedenisproject van het Historisch Museum Zuid-Kennemerland. Daarnaast slaan activiteiten in de sfeer van kunstnijverheid (zoals demonstraties van oude ambachten die aansluiten op het onderwerp van het betreffende museum) goed aan bij lager opgeleide ouderen. Wellicht is het mogelijk om in een samenwerkingsverband tussen de musea die regelmatig dezelfde demonstraties willen realiseren een ambulant demonstratieteam op te zetten.

Activiteiten voor grootouders met kleinkinderen

Om het bezoek van grootouders

met kinderen te bevorderen is het organiseren van op kind (en grootouders gerichte) videovertoningen en rondleidingen door een educatieve suppoost een goede gedachte. Senioren blijken hier een relatief grote belangstelling voor te hebben. Uit de ervaring van de geraadpleegde museummedewerkers blijkt dat demonstraties van oude ambachten ook goed aanslaan bij kinderen. Omdat dit ook aantrekkelijk is voor ouderen past dit ook goed in een aanbod voor grootouders die een dagje op stap gaan met hun kleinkind(eren).

Samenwerking met strategische partners binnen het themaproject

Ten behoeve van de invulling van de extra activiteiten in het kader van een themaproject kan gezocht worden naar samenwerking met niet-museale instellingen. Het blijkt dat uiteenlopende kunst- en cultuurinstellingen in de regio belangstelling hebben voor samenwerking met musea. Een themaproject kan een belangrijke impuls geven aan de nadere invulling van deze samenwerking. Ook kan dit impulsen geven aan samenwerking met de horeca, de detailhandel en de VVV. Een grootschalig regionaal themaproject kan bijvoorbeeld aanleiding geven om in bestaande wandel-, fiets- en rondvaartroutes museumbezoek op te nemen. Uiteraard kunnen er ook nieuwe routes en arrangementen worden ontwikkeld naar aanleiding van het thema, die na het project blijven gehandhaafd.

Vervolgonderzoek

Wanneer de musea in Zuid-Kennemerland nieuw publieksbeleid gaan realiseren is het van belang dat de effecten hiervan zo uitputtend mogelijk in kaart worden gebracht. Het in 1996 uitgevoerde publieksonderzoek kan hierbij als een nulmeting fungeren. Daarnaast wordt gedacht aan vervolgonderzoek

onder (speciale doelgroepen binnen het) non-publiek en het toeristisch publiek.

Bovendien kan dit onderzoek ook een vervolg krijgen in andere regio's van Noord-Holland. Het onderzoek is bedoeld als een pilot-onderzoek. Het levert niet alleen bruikbare gegevens op voor de regio Zuid-Kennemerland, maar bood tevens de kans om een methodiek te ontwikkelen. Er is met dit onderzoek een samenwerking tussen diverse organisaties en functionarissen tot stand gebracht, er zijn kwantitatieve en kwalitatieve onderzoekstechnieken gecombineerd en tussentijdse uitkomsten zijn teruggekoppeld naar relevante sleutelfiguren. Deze onderzoeksopzet is door de betrokkenen als zeer vruchtbaar ervaren en kan in andere regio's worden herhaald. Hierdoor kan een compleet overzicht ontstaan van de mogelijkheden voor publieksbenadering en samenwerking in de gehele provincie.

De eindrapportage van het Regionaal Publieksonderzoek Zuid-Kennemerland is op te vragen bij: Stichting Kunst en Cultuur Noord-Holland, telefoon (023) 531 91 39, f 25,- excl. verzendkosten.

Publiek voor musea in Zeeland

Musea nemen hun publieksfunctie steeds serieuzer. Het zijn niet uitsluitend de schatkamers van de cultuur. Zeker in een zo sterk op recreatie gerichte provincie als Zeeland worden musea ook gezien als onderdeel van het toeristisch-recreatieve product. Ze maken daarmee een wezenlijk deel uit van de sociaal-economische infrastructuur. Daarom is het van belang de bezoekersaantallen van musea goed in de gaten te houden en zo goed mogelijk in te spelen op wensen van het publiek.

Actief museumbeleid

In de statistieken van het CBS staat Zeeland te boek als een provincie met 28 musea. Er zijn 37 musea en/of museale attracties. Tellen we ook galeries en tentoonstellingsruimten voor hedendaagse kunst, particuliere musea en historische gebouwen met interessante collecties mee dan zijn het er zelfs 64. Verreweg de meeste van deze musea of museale attracties worden geheel door vrijwilligers in stand gehouden. Echte professionele musea en museale attracties zijn schaars in de provincie.

Landelijke cijfers laten zien dat in de jaren '90 een stagnatie optreedt in de groei van de bezoekersaantallen in musea. In Zeeland is zelfs sprake van een daling. Dit gegeven is voor de Provincie Zeeland aanleiding geweest om een actief museumbeleid

te gaan voeren. Zij wil de musea handreikingen geven voor marketingstrategieën in de hoop dat de bezoekersaantallen weer zullen stijgen. Onderdeel van het museumbeleid is een grootschalig publieks- en bevolkingsonderzoek, dat onlangs is uitgevoerd door VMC Zeeland.

Interviews

In het hoogseizoen van 1996 zijn ruim 1.200 bezoekers van in totaal 14 musea geïnterviewd. De musea zijn geselecteerd door de provinciaal museumconsulent. Deze heeft daarbij gelet op bezoekersaantallen, collectie en geografische spreiding om een zo representatief mogelijk beeld te verkrijgen. De interviews zijn mondeling afgenomen, direct aansluitend aan het bezoek. Gevraagd is naar motieven om Zeeuwse musea te bezoeken en naar het oordeel over het bezochte museum. Daarnaast is in het najaar van 1996 telefonisch een bevolkingsonderzoek gehouden onder ruim 1.000 inwoners van Zeeland. Hier was het doel om erachter te komen waarom men Zeeuwse musea (niet) bezoekt en hoe men tot (meer) museumbezoek is te bewegen. Tevens was het de bedoeling om in Zeeland verblijvende toeristen in het onderzoek te betrekken. Dit zou gebeuren via analyse van gegevens uit het zogenaamde Gasten Informatie Systeem. De beschikbare gegevens bleken echter niet voldoende betrouwbaar.

Het bevolkings- en publieksonderzoek leverden een schat aan informatie op waar musea in de provincie mee verder kunnen in de ontwikkeling en verbetering van hun publieksbeleid. Het onderzoeksrapport is zo opgezet dat elk museum zichzelf erin kan terugvinden. Er wordt per museum een museumprofiel en een bezoekersprofiel geschetst alsook de redenen voor bezoek en de waardering. Musea kunnen daardoor precies nagaan waar zij staan en wat volgens

hun publiek de sterke en zwakke punten zijn. Daarnaast leveren de analyses ook algemene inzichten over hoe (potentieel) publiek aankijkt tegen musea.

(On)bekendheid van de musea

Zo blijkt dat wanneer je inwoners van Zeeland vraagt hoeveel musea er volgens hen in de provincie zijn, je de meest uiteenlopende antwoorden krijgt. Schattingen variëren maar liefst van 0 tot 500. Het grootste deel van de bevolking schat het aantal musea beduidend lager in dan de 28 die het CBS in Zeeland telt. Een deel van de verklaring voor de zo uiteenlopende schattingen zal ongetwijfeld zijn dat lang niet iedereen dezelfde ideeën heeft over wat een museum is en wat niet. Daarnaast getuigen de vele wilde schattingen van een grote onbekendheid met musea. De mate waarin een museum bekend is bij de bevolking van Zeeland verschilt overigens behoorlijk per museum. Vrijwel iedereen kent Delta Expo. Het Zeeuws Museum, het Zeeuws Biologisch Museum en de Stoomtrein Goes-Borsele zijn bekend bij de meerderheid van de Zeeuwse bevolking. De andere in het onderzoek betrokken musea zijn bij de meerderheid onbekend.

Delta Expo is niet alleen het bekendste, maar ook veruit het best bezochte museum in het onderzoek. Tweederde van de Zeeuwse bevolking is er ooit wel eens geweest. De Meestooft daarentegen is slechts door een op de twintig inwoners van Zeeland ooit bezocht. Iemand die een museum heeft bezocht, kent dat museum natuurlijk. Omgekeerd zal niet iedereen die een museum kent het ook bezocht hebben. Toch is de relatie tussen het kennen en het bezocht hebben van een museum erg sterk. Zo sterk zelfs dat we er een typering van musea op hebben gebaseerd. Musea zijn dan te karakteriseren als

Over de auteur

dr. ing. Dick van der Wouw is coördinator bij de afdeling onderzoek van de Zeeuwse Raad voor Volkgezondheid, Maatschappelijke ontwikkeling en Cultuur Zeeland (Stichting VMC Zeeland).

door

Dick van der Wouw

Publiek voor musea in Zeeland

Typering van musea naar mate van bezoek door en bekendheid bij Zeeuwse bevolking

bereik	bezoekt %	kent %	naam
boven-provinciaal	>50	>80	Delta Expo op Neeltje Jans
provinciaal	30-50	50-80	Zeeuws Museum in Middelburg Stoomtrein Goes - Borssele Zeeuws Biologisch Museum in Oostkapelle
regionaal	10-30	30-50	Museum voor Zuid- en Noord-Beveland in Goes Stedelijk Museum Vlissingen Maritiem museum Zierikzee Streekmuseum de Vier Ambachten in Hulst Stadhuismuseum Zierikzee Archeologisch Museum in Aardenburg
lokaal	<10	<30	Museum Schouwen-Duiveland Goemanszorg in Dreischor Streeklandbouwmuseum Agrimuda in St. Anna ter Muiden Burghse Schoole in Burgh-Haamstede Meestooft in Sint Annaland

musea met een lokaal, regionaal, provinciaal of boven-provinciaal bereik (zie tabel).

Een aanzienlijk deel van de Zeeuwse bevolking is latent geïnteresseerd in musea in Zeeland. Negen van de tien inwoners van Zeeland wil als het uitkomt wel een museum in Zeeland bezoeken, acht van de tien vinden een museumbezoek de moeite waard. Maar van de meeste musea kennen ze niet eens het bestaan. Tegelijkertijd blijkt dat zeker de helft van het publiek in een museum gekomen is als gevolg van indirecte informatie (bijvoorbeeld een spontane ingeving). Men weet al enige tijd dat het museum bestaat en achtte het moment rijp voor een bezoek. Zij zijn dus niet naar het museum gekomen naar aanleiding van het lezen van een folder, een krantenartikel of informatie via VVV. Of er ook een dergelijke latente bereidheid onder toeristen is om musea te bezoeken konden we helaas niet vaststellen. Wel is duidelijk dat een grotere bekendheid bij de bevolking samengaat met een veelvoud aan bezoekers van buiten Zeeland. De beste aanbeveling voor musea om meer publiek te trekken is dan ook: zorg dat je meer bekend raakt.

Profiel van de museumbezoeker

Bekend is dat vooral hoger opgeleide mensen belangstelling hebben voor musea. Dat blijkt ook uit dit onderzoek. Uit ons onderzoek blijkt echter ook dat je in alle lagen van de bevolking een even groot deel vindt met enige belangstelling voor musea. Het verschil tussen de bevolkingslaag met hoge opleiding en lage opleiding is nu juist dat onder de hoog opgeleiden een veel groter deel te vinden is met een sterke belangstelling voor musea. Dit resultaat wordt ondersteund door een recent rapport van het Sociaal Cultureel Planbureau.

Oudere mensen zijn over het algemeen meer geïnteresseerd in musea dan jongere mensen. Het lijkt er op dat veel mensen met een gemiddelde belangstelling voor musea op latere leeftijd een meer uitgesproken belangstelling ontwikkelen, terwijl mensen met geringe belangstelling ook op latere leeftijd weinig geïnteresseerd blijven. Dit resultaat vindt eveneens enige ondersteuning in het recente rapport van het Sociaal Cultureel Planbureau.

Museumbezoek wordt niet echt als ontspanning gezien. Naar een museum ga je om mooie dingen te zien, om

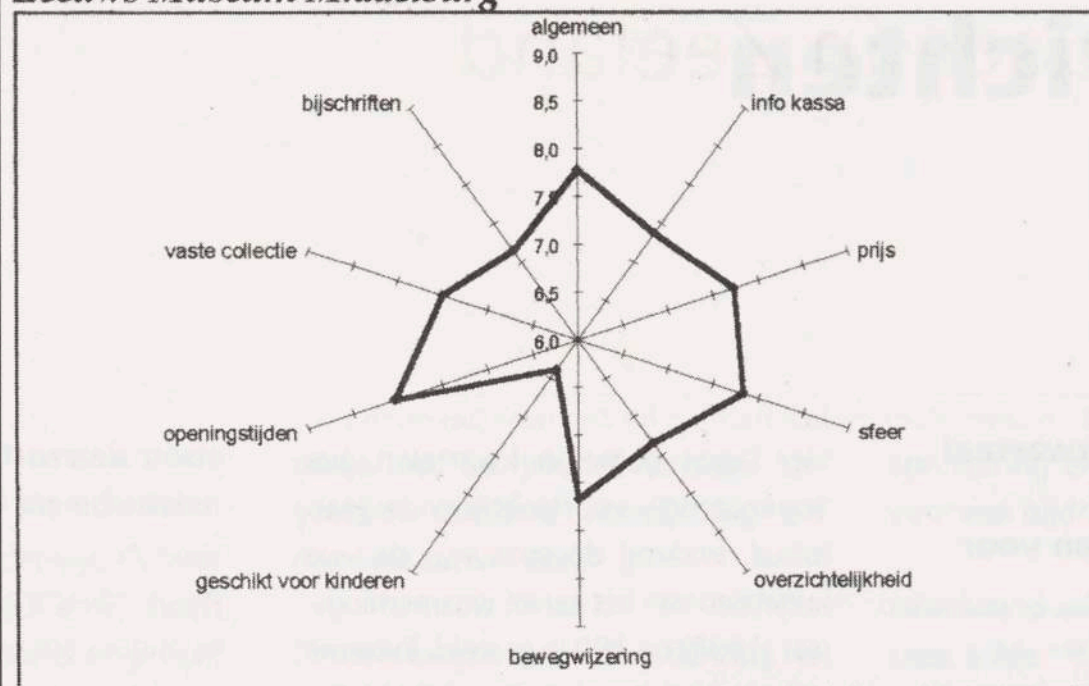
iets te leren of voor je algemene ontwikkeling. De Zeeuwen die nooit naar een museum gaan, vinden ontspanning en iets cultureels doen de minst aansprekende redenen om wel naar een museum te gaan.

Wanneer je wilt mikken op nieuwe publieksgroepen die minder museumgericht zijn, dien je als instelling aansluiting te zoeken bij wat mensen mooi vinden om naar te kijken en waarvan ze iets kunnen leren. De bevolkingsgroep die niet zo museumgericht is, ziet een bezoek aan een museum minder als ontspanning. Musea zouden er derhalve aan kunnen werken om hun aanbod op moderne aansprekende manieren aan het publiek te tonen. Het gaat vaak juist om 'het verhaal erachter'. De relatief lage waarderingen voor bijschriften bijvoorbeeld duidt erop dat hier nog het een en ander aan schort. Via wisselcollecties kan een grotere dynamiek in het aanbod gebracht worden. Het blijkt dat dit vaak bredere publieksgroepen weet aan te spreken.

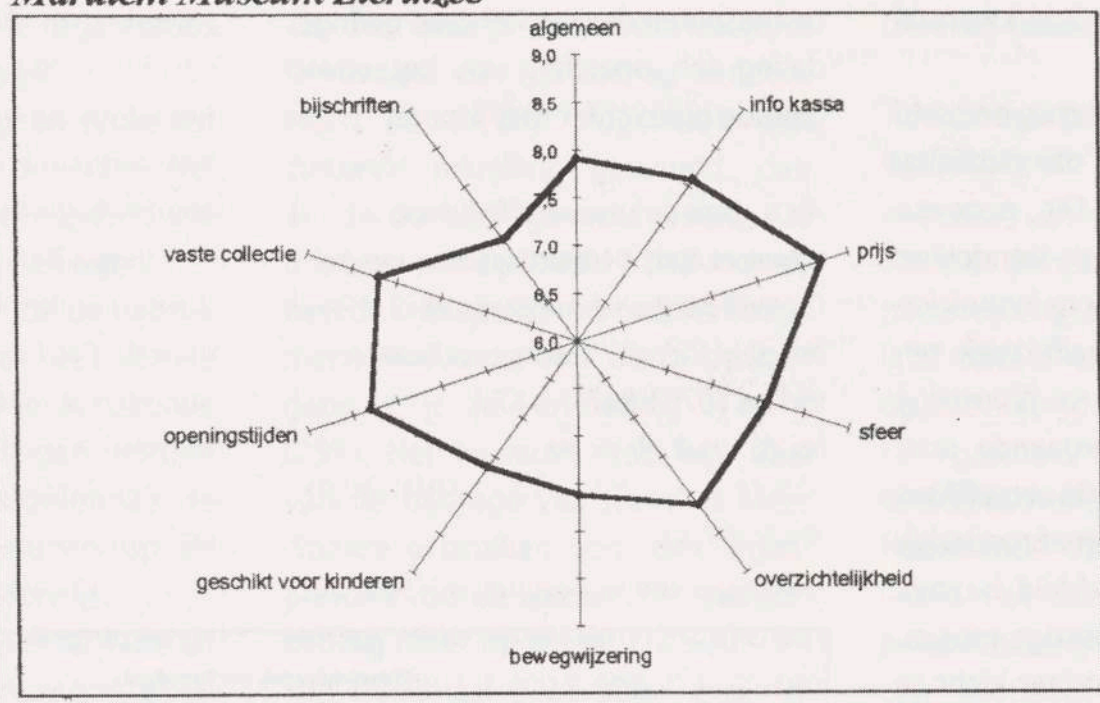
Voor het overgrote deel van de mensen met inwonende kinderen vormen die kinderen een belangrijk motief om naar een museum te gaan. Kinderen lijken daarmee een sleutelrol in het museumbezoek te vervullen. Ouders gaan vaak naar een museum omdat zij het voor hun kinderen leerzaam vinden. Dit geldt zeker ook voor de bevolkingsgroep die niet zo museumgericht is. En het lijkt er op dat jonge mensen met een eenmaal opgedane belangstelling voor musea die in hun verdere leven vasthouden en op hogere leeftijd verbreden door vaker musea te gaan bezoeken. Aan de geschiktheid van een groot deel van de musea voor kinderen blijkt volgens het publiek echter nog het nodige te verbeteren.

In het onderzoek wordt overduidelijk aangetoond dat de musea in

Zeeuws Museum Middelburg



Maritiem Museum Zierikzee



Zeeland een belangrijke bijdrage leveren aan recreatie en toerisme. De meerderheid van de bezoekers in bijna alle musea is afkomstig van buiten Zeeland. In Delta Expo en het Maritiem Museum maken de toeristen zelfs meer dan 90% uit van de bezoekers. Toeristen combineren een bezoek aan een museum vaak met een of meerdere andere cultureel-toeristische activiteiten. Bijvoorbeeld winkelen en de stad of het dorp bekijken.

Waardering

De 14 musea in Zeeland worden door de inwoners van Zeeland die er recent nog zijn geweest gewaardeerd met een ruim voldoende tot goed. De Burghse Schoole, Agrimuda en het Stedelijk Museum krijgen van de bevolking een 7. Goemanszorg, de Stoomtrein en Delta Expo krijgen een 8. De andere musea zitten daartussenin. De mensen die direct na het bezoek aan een museum zijn ondervraagd, waarderen musea over het algemeen wat hoger dan

inwoners van Zeeland die aangeven recent in het museum te zijn geweest. De gemiddelde rapportcijfers gegeven door de bezoekers variëren van 7.6 tot 8.3. In de meeste musea zijn negen van de tien bezoekers tevreden met wat hen geboden is. Het museum heeft volgens hen goed aan de verwachtingen voldaan. Bij vier musea geeft meer dan 10% van de bezoekers aan dat men er meer van had verwacht.

In het onderzoek zijn bezoekers gevraagd om voor negen onderdelen van het museum een waardering uit te spreken. Samen met een algemeen oordeel over het museum levert dit een overzicht van relatief sterke en zwakke punten van musea op. Dit kan heel inzichtelijk worden weergegeven door middel van zogenaamde web-diagrammen. De hier weergegeven figuren geven de waardering van het publiek voor het Maritiem Museum in Zierikzee en het Zeeuws Museum in Middelburg.

Het publiek waardeert het Maritiem Museum met een gemiddelde van 7,9. De toegangsprijs (twee gulden) wordt relatief hoog gewaardeerd, de bijschriften relatief wat lager. Het Zeeuws Museum krijgt een algemene publiekswaardering van gemiddeld 7,8. Relatief zwakke punten volgens het publiek zijn de geschiktheid voor kinderen en de bijschriften. De geschiktheid voor kinderen wordt overigens in negen en de bijschriften in zes musea als minpunt van het museum gewaardeerd. De prijs wordt in vijf musea als een pluspunt genoemd, in drie musea als minpunt.

Naast waardering voor algemene museumkenmerken is het publiek bij elk museum ook gevraagd naar speciale dingen over het bezochte museum. Musea krijgen daarmee een publieksoordeel over heel specifieke zaken. Zo werd duidelijk dat een combikaart in Middelburg voor een rondvaart, een stadswandeling en een bezoek aan het Zeeuws Museum door zes van de tien bezoekers van het Zeeuws Museum als (erg) zinvol werd beoordeeld. Bezoekers van het Maritiem Museum daarentegen blijken niet erg geïnteresseerd in een zeiltocht- of een meerdaags hotel arrangement.

Voor meer informatie: Zeeuwse Museumstichting, Wim Scholten (provinciaal museumconsulent Zeeland), telefoon (0118) 63 99 55

Tips en berichten

Bezoekcijfers 2de kwartaal 1997

De barometer van en voor musea

CBS en NMV geven op basis van een beperkte waarneming een schatting van het museumbezoek in het afgelopen kwartaal. Dit keer het museumbezoek in het 2de kwartaal van 1997.

Het kwartaalbezoekcijfer is bedoeld als graadmeter voor de publieksfunctie van musea. Dit gegeven moet gebruikt worden als trendcijfer: van belang zijn dan ook de ontwikkelingen van het kwartaalbezoek ten opzichte van het overeenkomstige kwartaal van het voorgaande jaar, het seizoenspatroon en de vergelijking van het bezoek van een afzonderlijk museum en het gemiddeld bezoek in qua grootte gelijksoortige musea. Om in de loop van het jaar zicht te houden op de ontwikkeling van het museumbezoek wordt een zogenaamd voortschrijdend jaartotaal samengesteld waarbij het laatste kwartaalcijfer wordt opgeteld bij de drie voorgaande kwartalen. De uitkomsten worden vervolgens geïndexeerd op basis van de vier kwartalen van 1995. Hierdoor wordt een indicatie verkregen van de reële ontwikkeling van het afgelopen kwartaal, waarbij de seizoensinvloed goeddeels buiten beschouwing blijft.

Het museumbezoek bedroeg in het 2de kwartaal van 1997 bijna 7,5 mln. Hiermee ligt het bezoek bijna 4% lager dan in het 2de kwartaal van vorig jaar, maar nog steeds bijna 9% boven het museumbezoek in het 2de kwartaal van 1995.

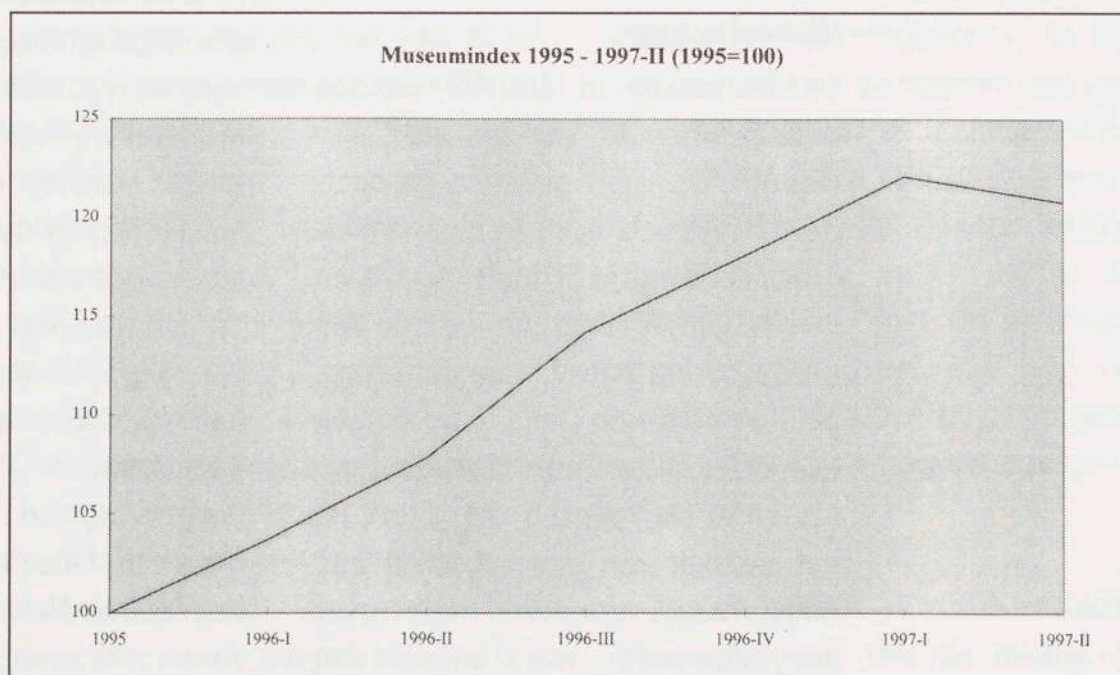
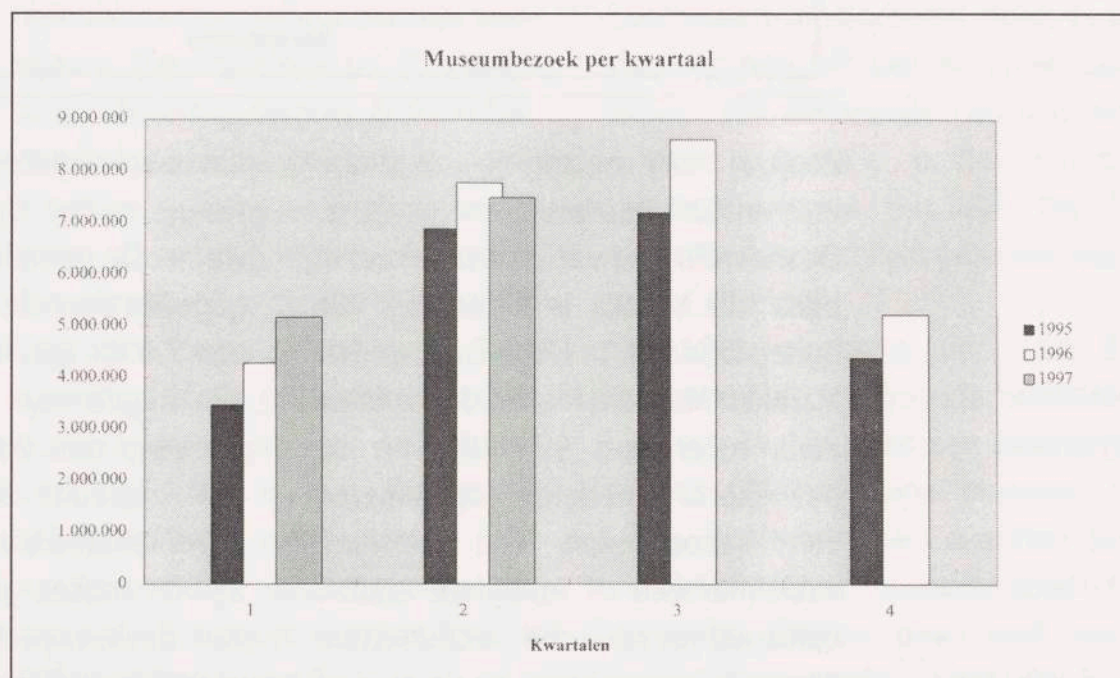
Het bezoekersaandeel van de grote musea is weer aangetrokken tot het niveau van de helft van het totale museumbezoek.

De museumindex

De museumindex bestaat uit de som van het museumbezoek van de

vier laatst gemeten kwartalen, het zogenaamde voortschrijdende jaartotaal, waarbij de som van de vier kwartalen van het eerste waarnemingsjaar (1995) op 100 is gesteld. Extreme uitkomsten zoals die bij kleine steekproeven nogal eens voorkomen, worden hierdoor gerelativeerd. In het 2de kwartaal van 1997 komt de museumindex op 121, een geringe daling ten opzichte van het voorgaande indexcijfer met 1 punt.

Als u gratis de kwartaalcijfers wenst te ontvangen kunt u contact opnemen met het Centraal Bureau voor de Statistiek
Infogroep Cultuur, Toerisme en Recreatie
telefoon (070) 337 58 67
fax (070) 337 59 96



Erfgoed Actueel, bureau voor cultureel erfgoed en educatie

Het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen (OCenW) heeft het bureau Erfgoed Actueel opgericht om samenwerking tussen onderwijs en culturele instellingen verder te bevorderen. Het bureau zal samenwerkingsverbanden stimuleren tussen diverse overkoepelende organisaties van cultuur en onderwijs.

Het bureau zet zelf geen projecten op en financiert geen projecten. Het bureau ondersteunt geen individuele scholen of culturele instellingen.

Aan de onderwijskant zal de nadruk liggen op inpassing van het culturele erfgoed in de lessen. Aan de culturele kant zullen de instellingen worden gestimuleerd om programma's te ontwikkelen die aansluiten op de leerdoelen van het onderwijs.

Na een periode van inventarisatie en onderzoek zal het bureau aanzetten geven voor het ontwikkelen van nieuwe didactische methoden voor een verdere verbetering van de samenwerking tussen culturele instellingen en scholen.

Adres: Herengracht 474, 1017 CA Amsterdam, telefoon (020) 427 08 80, fax (020) 427 08 33

Kunst & Meer Waarde: meer waarde voor kunst en cultuur

Kunst en bedrijfsleven horen bij elkaar: steeds vaker krijgen culturele instellingen (financiële) steun van het bedrijfsleven bij de organisatie van een manifestatie, de inrichting van een museumzaal, de productie van een catalogus of de aankoop van een schilderij. Kunst & Meer Waarde is een stimuleringsprogramma van de Stichting Meer Waarde. Deze stichting wil de samenwerking tussen culturele instellingen en het bedrijfsleven bevorderen en vooral het midden- en kleinbedrijf stimuleren culturele projecten te sponsoren. Kunst & Meer Waarde richt zich met

name op de podiumkunsten, de beelden kunsten, vormgeving en museale activiteiten.

De werkwijze van de stichting is eenvoudig. Een museum organiseert een tentoonstelling, gesponsord door een plaatselijk bedrijf. Kunst & Meer Waarde verhoogt de bijdrage van het bedrijf met overheidsgeld. De hoogte van het bedrag varieert. Heeft het bedrijf nog nooit een culturele instelling gesteund, dan wordt de bijdrage verdubbeld. De bijdrage van een bedrijf dat voor de tweede keer sponsort, wordt verhoogd met 50%. Als dat voor de derde keer gebeurt, is de verhouding 1 op 4 (25%). Het museum moet een deel van de bijdrage van Kunst & Meer Waarde gebruiken voor een tegenprestatie voor de sponsor. Het sponsorbedrag moet minimaal f 2.500,- en kan maximaal f 25.000,- zijn. De maximale jaarlijkse bijdrage van Kunst & Meer Waarde voor een culturele instelling is f 50.000,-.

De culturele instelling en het bedrijf dienen gezamenlijk een aanvraag in. Deze aanvraag moet minimaal twee maanden voor aanvang van de activiteit of het project worden ingediend. Beoordeling vindt in principe plaats binnen zes weken. Kunst & Meer Waarde vraagt van het bedrijf een verklaring over de betrokkenheid bij cultuursponsoring in het verleden. De sponsor moet tevens de intentie uitspreken om ook in de toekomst kunst en cultuur te willen ondersteunen door middel van sponsoring.

Kunst & Meer Waarde heeft voor de komende twee jaar een budget van 1,1 miljoen gulden. Het geld is afkomstig van het Ministerie van OCenW, de gemeente Amsterdam en het Prins Bernard Fonds. Om in aanmerking te komen voor een bijdrage van Kunst & Meer Waarde moet de bijdrage van een bedrijf bestaan uit een financiële bijdrage. Facilitaire

sponsoring en donaties komen niet voor een bijdrage in aanmerking.

Informatie en aanvraagformulieren bij:

Kunst & Meer Waarde

Korte Leidsdwarstraat 12

1017 RC Amsterdam

telefoon (020) 421 68 00

fax (020) 421 50 33

(maandag gesloten)

Toegangspoort voor musea op Internet: 'Holland Museums'

In februari van dit jaar is op uitnodiging van het Ministerie van OCenW een pilotproject gestart om een gezamenlijke museumsite 'Holland Museums' op Internet op te zetten. De betrokken partners zijn de Nederlandse Museumvereniging (NMV) en het Nederlands Bureau voor Toerisme (NBT). Het doel van de site is om buitenlandse en Nederlandse toeristen een overzicht te bieden van de musea in Nederland.

Wat wordt er aangeboden?

Belangrijke informatie-onderdelen van de site zijn de museale database met basisgegevens van het museum [1] en een te ontwikkelen tentoonstellingendatabase. Voor elk participierend museum zal er waar mogelijk een link worden aangebracht naar de eigen site. Heeft het museum geen eigen site dan biedt het project de mogelijkheid om twee webpagina's te maken. [2].

N.B. Musea die niet participeren in het project blijven opgenomen in de museum- en de tentoonstellingen-database.

Daarnaast zullen extra informatieve en functionele rubrieken aan de site worden toegevoegd zoals een kinderrubriek 'for kids only' met verwijzingen naar kinderactiviteiten in een museum en een memoryspel van museale objecten. Verder een nieuwsrubriek onder redactie van de NMV waar museaal nieuws zal verschijnen dat voor een toeristisch

Tips en berichten

publiek van belang kan zijn. Op een prominente plaats in de site zal een 'object van de week' komen met objectgegevens en een link naar het museum waar het object vandaan komt. Een bijzondere rubriek gaat worden 'richt je eigen virtuele museum in'. Participerende musea krijgen een 'museumkamer' op de site waar vijf afbeeldingen van objecten tentoongesteld mogen worden. De bezoeker van de site 'Holland Museums' krijgt een 'eigen kamer' en kan die inrichten en later veranderen met de objecten uit de diverse museumkamers.

Welke musea doen mee?

Om praktische redenen is er voor gekozen om in het pilotproject met een beperkt aantal musea te werken.

De volgende musea zijn betrokken bij het pilotproject:

Amsterdams Historisch Museum; Museum het Rembrandthuis, Amsterdam; Rijksmuseum, Amsterdam; Nederlands Scheepvaartmuseum, Amsterdam; Drents Museum, Assen; Milieu-Educatiecentrum, Eindhoven; Ecomare, De Koog; Mauritshuis, Den Haag; Museon, Den Haag; Teylers

Museum, Haarlem; Museum Boerhaave, Leiden; Stedelijk Museum De Lakenhal, Leiden; Rijksmuseum van Oudheden, Leiden; Nationaal Oorlogs- en verzetsmuseum, Overloon; Nederlands Textielmuseum, Tilburg; Limburgs museum, Venlo.

Musea die willen participeren moeten in ieder geval vijf afbeeldingen van voorwerpen aanleveren t.b.v. het virtuele museum en algemene informatie over het museum. De tekst moet in het Nederlands en het Engels aangeleverd worden.

Stand van zaken

De producenten van de site zijn Tribute MultiMedia te Amsterdam en IBT MultiMedia te Hengelo. In december zal het project on-line te bezichtigen zijn, en kunnen alle musea participeren. Een museum zal dan voor een bedrag van f 250,- per jaar [3] een basispakket aangeboden krijgen.

Informatie

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met de betrokkenen:

* Ingrid Fischer, Maya Janssen, Anton Nijboer, adviseurs bij het

Nederlands Bureau voor Toerisme
telefoon (070) 370 57 05;
e-mail anyboer@nbt.nl

* Manus Brinkman, directeur Nederlandse Museumvereniging, telefoon
(020) 670 11 00; nmvcr@netland.nl

Musea die op de hoogte gehouden willen worden van de voortgang van het project kunnen contact opnemen met: Judith van Meeuwen, tijdelijk medewerker NMV, p/a Rijksbureau voor Kunsthistorische Documentatie (RKD)
telefoon (070) 347 15 14;
e-mail rkd@bart.nl

[1] Zie voor de huidige database van de Nederlandse musea de site van het NBT <http://www.nbt.nl/Details-int-mus.html>.

[2] Musea zonder eigen site kunnen tekst en afbeeldingen aanleveren voor deze twee pagina's (twee pagina's voor de Nederlandse -, en twee pagina's voor de Engelstalige versie)

[3] Dit is een voorlopig vastgesteld bedrag en exclusief BTW.

Rectificatie

HOE VERPAKKEN WE ?		
fotografische verzameling	plat in doos (met tussenvel)	staande berging fourflap of enveloppe
UNICA	daguerrotypie, ambrotypie, tintypie, pannotypie, etcetera	
NEGATIEF Z/W		glasplaten, lantaarnplaatjes, autochromeplaten, nitraatnegatieven, di-tri- acetaat, polyester
NEGATIEF KLEUR		alle kleuren negatieven
AFDRUK Z/W	oude procédés, edeldrukken, afdrukken op barietpapier, afdrukken op P.E. papier	
AFDRUK KLEUR	alle kleurafdrukken, collages, polaroid	

Nevenstaand schema is in het vorige nummer foutief afgedrukt. Hiernaast staat het juiste schema. U kunt het uitknippen of kopiëren en over het foutieve schema in nummer zeven plakken.

Bij het schema 'Hoe klimatiseren we?' op paginanummer 13 van nummer 7 staat bij de kolom temperatuur: 'in % Celsius'. Dit moet uiteraard °Celsius zijn.

Kiekendieven in het museale veld: copyright en fotoverzamelingen

In het eerste nummer van Museumpeil is er aandacht besteed aan auteursrechten in het algemeen en in het bijzonder van beeld- en geluidsmakers. In de volgende bijdrage gaat het over auteursrechten met betrekking tot het gebruik van foto's. De voorbeelden zijn praktisch en spreken zeer tot de verbeelding. Aan de hand van een stappenmethode wordt u wegwijds gemaakt hoe te handelen in bepaalde situaties.

De museale situatie: het samenstellen van een tentoonstelling met catalogus

U kent dat wel: de nieuwe wethouder van cultuur wil over twee weken een tentoonstellinkje dat de stad promoot, want dan ontvangt hij een delegatie Chinese zakenlieden, potentiële investeerders.

U weet het wel: eens vlug kijken in de kiekjesdozen met ansichten en foto's. De vrienden van het museum hebben vorig jaar nog de door hun vergaarde foto's over de stad aan het museum geschonken. Een mooie foto van de oud-wethouder van cultuur, die vorig jaar het veld moest ruimen. Een fraaie kleurenfoto van de tram beschilderd met het bekende matroosje van Dick Bruna. Ook nog foto's van de fraaie beeldhouwwerken, gevelsculpturen, installaties en montages van de bekende lokale kunstenaars, opgenomen in de lokale kunstroute. U maakt er in een mum van tijd een, weliswaar eenvoudige, maar toch

echte tentoonstellingscatalogus mee. Een deel van de foto's komt ook op de tentoonstelling te hangen. En van dat gestileerde tekeningetje op het foldertje van de Stichting Openingsfestiviteiten Nieuwe Brug maakt de museumfotograaf een leuk logo'tje voor de tentoonstellingsfolder.

U slaagt er in: op tijd opent de wethouder van cultuur de tentoonstelling op vrijdagavond. Een gezellige vernissage. U gaat 's avonds een beetje moe maar tevreden naar huis en slaapt de slaap der onschuldigen.

Het museum als kiekendief: de gevolgen van het gebruik van de foto's

Maandagmorgen 9 uur op het museum. U wilt net uw eerste slok koffie nemen, of daar rinkelt al de telefoon: ex-wethouder van cultuur is aan de lijn, woedend. U hebt hem niet gevraagd of u de foto waarop hij zo nadrukkelijk was neergezet, mocht gebruiken, laat staan ophangen in de expositie. U verweert zich: die foto is op uw verzoek en met toestemming van de ex-wethouder gemaakt door de secretaris van de Vereniging van Vrienden tijdens een opening van een tentoonstelling door de ex-wethouder. Het mag niet baten, de ex-wethouder blijft kwaad. (U hebt geen gelijk).

De volgende morgen vindt u bij de post een boze brief van de Stichting Openingsfestiviteiten Nieuwe Brug, waarin u ervan beschuldigd wordt hun logo te hebben gebruikt, al is het wel vervormd, met de mededeling dat de ontwerper van het logo, een claim zal indienen. U raakt geïrriteerd. De ontwerper die voor het museum werkt, heeft duidelijk een andere stijl gehanteerd. Bovendien, de brug is er en de stichting wordt binnenkort opgeheven. U zult ze wel eens een pittige brief schrijven. (Niet doen, u hebt geen gelijk).

Nog een dag later krijgt u een

rekening van de Stichting Bruna, omdat u ongevraagd een foto gebruikt heeft waarop heel duidelijk de bekende matroos van Dick Bruna staat, ook al was die op een tram als achtergrond geschilderd. Nou wordt u toch boos. Sinds wanneer moet je iemand toestemming vragen om een foto op straat te maken! Hoe durven ze! Die rekening betaal ik nooit, gromt u. (Wel doen, u heeft geen gelijk).

Tot overmaat van ramp vindt u ook nog een aanbod tot schikking van de Stichting Beeldrecht, want u hebt zonder haar toestemming foto's geëxposeerd, en ook nog afgebeeld in de catalogus, van kunstenaars die de behartiging van hun rechten aan deze Stichting hebben overgedragen. Weigert u de schikking te accepteren -een heel bedrag al- dan wordt onverbiddelek een rechtszaak aangespannen. Uw bloed gaat koken. Die kunstenaars, die U al zo dikwijls gelegenheid tot exposeren hebt gegeven. Bovendien, ze hebben het zelf gezegd: geen enkel bezwaar. U belt direct de juridisch adviseur van het museum en verzoekt hem direct een ferme brief te schrijven. (Even wachten, zegt hij, u hebt geen gelijk).

u voelt zich na dit alles heel ellendig, gecriminaliseerd, onbegrepen. U bent er ziek van. U blijft enkele dagen thuis.

Korte uitleg Auteursrecht*

Terug naar de realiteit. Er is een auteurswet sedert 1912. Die is sindsdien al enige keren aangepast. Het komt er op neer dat elke foto die geen pure reproductie is, er onder valt. Dat houdt in, dat men, zelfs als men opdrachtgever is, zonder toestemming van de fotograaf een foto niet in het openbaar mag tonen noch vermenigvuldigen en verspreiden, enkele uitzonderingen daargelaten.

Over de auteur

Jan van de Voort is adviseur culturele informatieverzorging bij de Afdeling Automatiseringsadviezen bij de Rijksdienst voor Kunsthistorische Documentatie.

door

Jan P. van de Voort

Kiekendieven in het museale veld: copyright en fotoverzamelingen

Exploitatieright*

En als u die toestemming heeft, dan zal de fotograaf dat altijd beperken voor die ene gelegenheid (bijv. expositie) of voor dat ene doel (bijv. een publicatie), gewoonlijk tegen een bepaalde prijs. Dat heet 'exploitatie-recht' of 'licentie'.

Persoonlijkheidsrecht*

En ook al betaalt u er voor, dan mag u nooit zonder toestemming iets aan die foto veranderen. Dat heet het 'persoonlijkheidsrecht'.

Portretrecht*

En als het een portretfoto is, dan zal ook de geportretteerde toestemming moeten geven tot openbaarmaking of verspreiding.

Dit alles geldt voor foto's gemaakt door fotografen die nog geen 70 jaar geleden overleden zijn of, ingeval rechtspersonen de auteursrechthebbende zijn, 70 jaar na de eerste openbaarmaking van de foto. Enkele jaren geleden was dat nog 50 jaar. Dus alleen foto's van vóór 1 januari 1926 zijn op dit moment zeker vrij van auteursrechten.

En hoe zit het met het fotograferen van moderne gebouwen?

Het openbaar maken en verspreiden van foto's van een hedendaags gebouw dat als origineel gekwalificeerd kan worden en tevens het hoofdbestanddeel van de foto vormt, vereist de toestemming van de architect of diens auteursrechthebbende. Er is geen toestemming vereist voor het gebruik in eigen kring, bijvoorbeeld voor studie en wanneer het betreffende gebouw geen hoofdvoorstelling vormt.

Aandachtspunten bij museale foto-acquisitie

Bij het verwerven van foto's (aankoop, schenking, bruikleen, in opdracht museum vervaardigd) is

het belangrijk de volgende vaststellingen te doen en in het registratiesysteem vast te leggen:

1. Is het een origineel of een reproductie? Indien een origineel, ga naar 3; indien een reproductie, ga naar 2.
2. Noteer in de collectie-registratie wie de maker van de reproductie is en wanneer die gemaakt is. Ga naar 3.
3. Is de originele foto ouder dan 70 jaar? Zo ja, ga naar 10; zo nee ga naar 4.
4. Hoe heet de auteursrechthebbende? Dat kan de fotograaf van het origineel zijn of diens erfgenamen of de instelling bij wie de fotograaf in dienst was. Maar het kan ook zijn dat het auteursrecht geheel is overgedragen aan een ander, bijv. een belanghebbendenorganisatie als de Stichting Beeldrecht. Noteer naam en adres van de auteursrechthebbende alsmede de vervaardigingsdatum in uw collectie-registratie. Ga naar 5. Let op: wanneer u de foto krijgt of koopt van iemand die slechts een licentie heeft (toestemming gebruik foto voor een beperkt doel, bijv. voor opname in een folder of boek), dan is dat niet de auteursrechthebbende.
5. Gaat het om een portret of groepsportret, noteer dan naam/namen en adres van de geportretteerde(n) in uw collectie-registratie. Ga naar 6.
6. Maakt de fotograaf in opdracht van het museum een foto van een voorwerp, dan is het museum de eigenaar van de foto, maar de fotograaf de auteursrechthebbende. Dikwijls zal een fotograaf of zijn erfgenamen de nagelaten foto-collectie aan het museum schenken of verkopen. Dan vallen eigenaar en auteursrechthebbende samen. Zijn auteur en eigenaar dezelfde? Zo ja, ga naar 7; zo nee, ga naar 9.
7. Vraag de auteursrechthebbende-

tevens-eigenaar die aan u de foto wil schenken of verkopen, of ook het volledige exploitatie-recht wordt overgedragen. Zo ja, ga naar 8; zo nee, ga naar 9.

8. Bent U eigenaar geworden en is u tevens het volledige auteursrecht overgedragen, dan kunt u met de foto's doen wat u wilt, met uitzondering van beperkingen die het persoonlijkheidsrecht oplegt (dus foto niet wijzigen) of die het portretrecht oplegt (toestemming vragen voor openbaarmaking aan opdrachtgever/geportretteerde of ingeval van geen opdrachtgever, niet in strijd met het redelijk belang van de geportretteerde openbaar maken).
9. Wanneer u het exploitatie-recht niet krijgt en dus alleen eigenaar bent, zult u tot vermelde termijn van 70 jaar verstreken is, steeds toestemming voor een bepaald gebruik moeten vragen aan de auteursrechthebbende. Dat is meestal de fotograaf of de belanghebbendenorganisatie.
10. 70 jaar na overlijden is het auteursrecht uitgewerkt. Als eigenaar kunt u voorwaarden stellen aan het gebruik, bijv. een tarief voor reproductie eisen.
11. Altijd moet de naam van de fotograaf vermeld worden bij openbaarmaking en of vermenigvuldiging gedurende vermelde termijn van 70 jaar.

Wat wel en wat niet doen?

Als het museum foto's bezit die auteursrechtelijk beschermd zijn, dan zal het toestemming moeten vragen voor de volgende handelingen:

1. Exponeren van foto's, tenzij het museum zelf opdrachtgever-eigenaar van de gemaakte foto's als zelfstandig kunstwerk is (dus daarop geen ander auteursrechtelijk beschermd kunstwerk staat afgebeeld).
2. Afbeelden van foto's in een publicatie (catalogus, boek of

tijdschrift, folder) of affiche, uitgezonderd in een verkoopcatalogus.

3. Afbeelden van foto's via dia-serie, videovertoning, CD-ROM, CD-I, 'video on demand', Internet.
4. Verkopen van ansichtkaarten en affiches.

Geen toestemming is vereist:

1. Wanneer een foto gereproduceerd wordt voor intern gebruik en studie, bijv. ten behoeve van conservering en restauratie.
2. Voor reproducties van te verkopen objecten in een verkoopcatalogus.
3. Voor een afbeelding als 'citaat' ter toelichting in een recensie of studieboek.
4. Voor onderwijsdoeleinden in publicaties en beeldopnamen, mits betaling van een redelijke vergoeding. Openbaarmaking in het kader van niet-commercieel geprogrammeerd onderwijs is vrij.

Nooit doen: exploitatierechten van beeldmateriaal overdragen aan derden bijv. voor multimedia-toepassingen, opslag in databases, of een presentatie op Internet. Wanneer fotografen in dienst van het museum werken, dient in het aanstellingscontract te staan dat het exploitatierecht van de door hun gemaakte foto's bij het museum berusten. Een zelfde bepaling moet men opnemen bij het geven van foto-opdrachten aan niet in museumdienst werkende fotografen. Het fotomateriaal van de museale collectie is in deze digitale plaatjesmaatschappij kostbaar.

* Verklarende woordenlijst:

Auteursrecht: 'Het auteursrecht is het uitsluitend recht van de maker van een werk van letterkunde, wetenschap of kunst, of van diens rechtverkrijgenden, om dit openbaar te maken en te verveelvoudigen, behoudens de beperkingen, bij de wet gesteld' (Auteurswet 1912, art. 1).

Exploitatieright: Het al dan niet commercieel (laten) gebruiken van het auteursrecht om daar inkomsten uit te trekken. De maker of diens rechtverkrijgende(n) kan dit overdragen (licentie geven) aan een ander, onder meer of minder beperkende voorwaarden.

Persoonlijkheidsrecht: Het recht van de maker of diens erfgenaam (mits nadrukkelijk bij testament of codicil daartoe aangewezen) om zich te verzetten tegen aantasting van het werk en het niet vermelden van de naam van de maker bij publicatie.

Portretrecht: Het recht van een geportretteerde om, ingeval hij niet opdrachtgever is, zich te verzetten tegen publicatie vanwege een redelijk belang, bijvoorbeeld zedelijk of economisch. In geval hij opdrachtgever is, mag hij publicatie van het portret weigeren, en mag hij altijd een reproductie van het portret (laten) maken. De duur van het portretrecht wordt ingewikkeld wanneer er twee of meer personen afgebeeld zijn. In geval van opdracht, heeft men de toestemming nodig van alle geportretteerden of, gedurende tien jaar na overlijden, van hun erfgenamen, om de andere portretten dan het eigene, te verveelvoudigen.

Als er geen sprake is van een opdracht heeft de auteursrechthebbende (bijvoorbeeld de fotograaf) de toestemming van alle geportretteerden nodig, of bij overlijden, van hun nabestaanden gedurende tien jaar na dat overlijden.

Enkele praktische publicaties:

Kloosterboer, Karin
Foto-auteursrecht in theorie en praktijk
Arnhem, Gouda Quint BV, 1990
ISBN 90-6000-685-2

Limberg, Th.
Auteursrecht in de hortus der beeldende kunsten
Culemborg, Phaeton, [s.a.] (1992
ISBN 90-72456-43-2

Beeldrechtwijzer: Auteursrecht van beeldende kunstenaars
's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1987
ISBN 90-12-055733

Enkele nuttige adressen:

- Stichting Beeldrecht, Postbus 43, 1180 AA Amstelveen, telefoon (020) 540 75 65
- CEDAR (Centrum voor Dienstverlening Auteurs- en aanverwante Rechten, Postbus 725, 1180 AS Amstelveen, telefoon (020) 540 73 12
- Stichting Burafo, Postbus 707, 1180 AS Amstelveen, telefoon (020) 540 72 82 (copyright beroepsfotografen)
- Stichting Foto Anoniem, Postbus 1620, 1000 BP Amsterdam, telefoon (020) 420 65 31 (helpen uitgevers bij publicatie foto's waarvan de maker onbekend is)

Dit artikel is gebaseerd op een lezing van de auteur op de dag over fotoregistratie van de Vereniging Cultureel Erfgoed Zuid-Holland en de Brabantse Museumstichting op 7 november 1996 in het Maritiem Museum 'Prins Hendrik' te Rotterdam

Cultuur en School

In het artikel 'Museumeducatie in de jaren '90' (Museumpeil 6, december 1996) komt al even de Cultuurnota 1997-2000 (Pantser of ruggengraat) aan de orde, met de daarbij behorende notitie van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen (OCenW), Cultuur en School. In deze laatste notitie wordt uitwerking gegeven aan uitgangspunten die in Pantser of ruggengraat worden verwoord: Culturele instellingen moeten een meer structurele band ontwikkelen met name met het onderwijs, met als doel het verbeteren van het schoolklimaat en het in aanraking brengen van een zo breed mogelijke groep (met nadruk moeilijk bereikbare) jongeren met cultuur. In dit artikel wordt een impressie gegeven van de eerste ervaringen met Cultuur en School.

De uitvoering van Cultuur en School

Om de structurele banden tussen culturele instellingen en het onderwijs te versterken stelt het Rijk de komende jaren een grote som geld beschikbaar. OCenW heeft met de provincies en grote steden in het land afspraken gemaakt over de uitvoering van Cultuur en School. Om dit proces van onderhandelingen te vergemakkelijken is Nederland ingedeeld in vijf convenantsgebieden. Het Ministerie heeft convenanten gesloten met clusters van provincies en grote steden waarbij als voorwaarde gesteld is dat deze convenantpartners zelf ook evenveel geld bijdragen als het Rijk te verdelen heeft.

De betrokken provincies en gemeenten zijn gezamenlijk verantwoordelijk voor de opstelling van een projectplan dat tegelijkertijd ter beoordeling voorgelegd wordt aan de staatsecretaris van OCenW, de betrokken provinciale staten en

gemeenteraden. OCenW toetst de projectplannen aan de aandachtspunten die opgesteld zijn voor de zogenaamde 'marginale toetsing'.

De toetsing

Het toetsingskader van het Ministerie richt zich op twee onderdelen: de structuur en procedure, en de inhoud. Het eerste deel slaat op de organisatievorm waarbinnen het geheel zich dient af te spelen. Het Rijk geeft hierbij een opsomming van aandachtspunten: eenvoud en transparantie; mogelijke snelle besluitvorming; oordeel van deskundigen; afstemming/koppeling van vraag en aanbod; samenwerking tussen overheden; aanspreekpunt voor scholen en culturele instellingen.

Ten aanzien van de inhoud van de planning toetst OCenW op doelstelling, kwaliteit, herkenbaarheid, overdraagbaarheid, afstemming op verschillende doelgroepen, vernieuwende projecten en inzet van een diversiteit aan cultuurvormen.

In de loop van 1997 heeft de landelijke overheid hier nog aan toegevoegd: aandacht voor cultureel erfgoed, mede-uitvoering geven aan een van de centrale onderwijsdoelstellingen, namelijk de multiculturele samenleving en aandacht voor de 'witte plekken': voortgezet onderwijs, met name mavo, vbo/mbo en speciaal onderwijs.

De aanvraagprocedure

In grote lijnen gaat een aanvraag op de volgende wijze door de molen:

- eerst naar de eigen regionale convenantpartner (stad of provincie);
- deze stelt prioriteiten vast en legt het geheel voor aan het Ministerie van OCenW voor de marginale toetsing;
- na de toetsing worden de plannen eventueel bijgesteld door het politieke systeem van de eigen convenantpartner (stad of provincie), waarna het geld wordt toegekend of de aanvraag wordt afgewezen.

De gang van zaken

Wat allereerst opvalt is dat de ervaringen tot nu toe verschillend zijn. In een aantal regio's is aan de eerste ronde (aanvragen voor de tweede helft van 1997) in het geheel niet meegedaan. Redenen hiervoor zijn dat de convenantpartners (steden en provincies) hun gelden al geheel verdeeld hadden en zij geen kans zagen het benodigde bedrag bij elkaar te krijgen. Verder lijkt het erop dat onduidelijkheid over de procedure en spelregels een aantal partners heeft lamgelegd. In een aantal gebieden is de eerste ronde te verwachten in april 1998.

De provincie Noord-Holland (met als aparte partner Amsterdam), de regio Midden (provincie Utrecht, stad Utrecht en Flevoland) en de regio Noord (Groningen, stad en provincie, Friesland en Drenthe) hebben in april wel aanvragen neergelegd. De regio's Noord en Midden hebben inmiddels hun aanvragen voor 1998 ingediend.

De ingediende projecten worden volgens bovenstaand schema (de aanvraagprocedure) eerst door de 'eigen' overheid (provincie of stad) beoordeeld. Welke richtlijnen daarvoor worden gehanteerd is niet overal duidelijk. In de provincie Utrecht heeft dit niet tot discussies geleid: de plannen zijn vroegtijdig doorgesproken met de betrokken ambtenaar van cultuur waarbij duidelijk werd welke bedragen te besteden waren. In Noord-Holland was er sprake van een situatie waarin er meer aanvragen waren dan er geld beschikbaar was. De provincie Noord-Holland besloot de toetsing van de projecten zelf ter hand te nemen. Afhankelijk van de aard en de inhoud van de projecten zou advies worden gevraagd aan een ad hoc adviescommissie bestaande uit externe deskundigen. In deze ronde is geen gebruik gemaakt van een adviescommissie. Honorering geschiedt niet overal op dezelfde

door Dominique
Hamerlijnck,
provinciaal museum-
consulent Stichting
Kunst en Cultuur
Noord-Holland en
Hiske Land, consulent
publiekstaken bij de
Stichting Ondersteu-
ning Musea Utrecht

gronden. Aanvragen die het zeker gehaald zouden hebben in het ene gebied worden afgewezen in het andere. Het Ministerie laat in de beoordeling de criteria van de marginale toetsing zwaar wegen. Het loont de moeite de aan te vragen projecten zelf langs deze maatlat te houden om de sterke en zwakke punten te registreren.

Cultuur en School in Noord-Holland (regio West)

Noord- en Zuid-Holland (inclusief Leiden en Haarlem) vormen samen één convenantsgebied, regio West, in de onderhandelingen met het Rijk. De gemeente Amsterdam maakt in dit verband geen onderdeel uit van deze afspraken. Voor de hele regio komt 1 miljoen per jaar beschikbaar voor samenwerkingsprojecten met een vernieuwend karakter en een voorbeeldfunctie op het brede terrein van cultuureducatie. Het Noord-Hollandse budget is f 500.000,- per jaar voor de komende 4 jaar. De provincie draagt f 200.000,- per jaar bij en het Rijk f 300.000,-.

Het Ministerie had kenbaar gemaakt dat het voor de uitvoering van deze afspraken geen groot opgetuigde organisatie wilde. De beide betrokken provincies hebben vroeg in de onderhandelingen aangegeven dat ze er de voorkeur aan gaven de advies- en uitvoeringsprocedure per provincie te willen organiseren. De provincies wilden zo ook graag duidelijk houden dat de provinciale gelden alleen in de eigen provincie zouden worden besteed. Mochten er projecten ontstaan die de provinciale grenzen overschrijden, dan kunnen hier afzonderlijke afspraken over worden gemaakt. Mochten er projecten ontstaan die grensoverschrijdend zijn naar andere convenantsgebieden, dan is het mogelijk om ook hier afspraken over te maken. Dit jaar was het nog niet mogelijk om in Noord-Holland meerjarige projecten

in te dienen. Met ingang van 1998 zal dit wel mogelijk zijn.

De provincie heeft een beperkte rol richting onderwijs. Hierdoor was het moeilijk om in de korte periode die er lag tussen de aankondiging van de regeling en de indiening van de projectplannen, contact met onderwijsinstellingen te leggen. De provincie Noord-Holland heeft er voor gekozen om de steunpunten kunstzinnige vorming als tussenpersoon voor het onderwijs te benaderen. Aangezien in dit kader een brede interpretatie is gegeven aan cultuureducatie zijn ook de amateurkunsten en het sociaal-cultureel werk, naast de musea en andere culturele instellingen, benaderd.

Cultuur en School in de provincie Utrecht (regio Midden)

In het totaal was in de regio Midden in 1997 f 871.000,- (in 1998 1 miljoen) te verdelen. In deze regio stelde de stad Utrecht al snel vast dat haar aandeel geheel in de richting van drama zou gaan, als beste middel om een grote doelgroep (allochtonen) te bereiken. De musea in de stad stonden daarbij dus buiten spel. De Provincie besloot de sectoren kunsten en cultureel erfgoed gelijkelijk te bedelen. Om versnippering van het geld te voorkomen (een projectje hier, een projectje daar) werden de provinciale instellingen voor de kunsten en cultureel erfgoed aangewezen als verantwoordelijke instanties op hun terrein. Het totale te besteden bedrag (in 1997 ruim tweeënhalve ton) van Rijk en Provincie werd derhalve in tweeën geknipt. De Steunpunten Kunstzinnige Vorming vertegenwoordigen het kunstenveld, de Federatie Stichts Cultureel Erfgoed (waarin is opgenomen de Stichting Ondersteuning Musea, het museumconsulentschap van de provincie Utrecht) staat voor het geheel aan musea, historische verenigingen, monumentenzorg en archieven. Bij de Federatie Stichts

Cultureel Erfgoed is de consulent publiekstaken voor de musea aangewezen als coördinator. Deze aanpak heeft als groot voordeel dat de twee instellingen die toch al het provinciale beleid op het gebied van kunst- en cultureel erfgoededucatie uitvoeren het veld goed overzien en in staat zijn tot projectaanvragen te komen die inspelen op de lacunes in het werkveld.

De Federatie Stichts Cultureel Erfgoed heeft een raamwerkplan ingediend met daarin opgenomen vier deelprojecten, die in het geheel gehonoreerd zijn. In oktober 1997 zijn de aanvragen voor 1998 ingediend.

De gehonoreerde plannen

Van de 36 aanvragen die in het kader van Cultuur en School zijn ingediend bij de provincie Noord-Holland ontvangen er zeven subsidie vanuit de Cultuur en School-gelden. Daarnaast heeft de provincie besloten vijf extra projecten te ondersteunen. In de provincie Utrecht heeft de Federatie vier projecten aangevraagd die tezamen de eerste stap vormen in het structureel versterken van het aanbod voor het onderwijs in de provincie. De activiteiten in het kader van Cultuur en School zijn zo opgezet dat zowel basisschool, basisvorming (havo/vwo en vbo/mavo) als de tweede fase aanbod komen. Daarnaast wordt aandacht besteed aan het versterken van de educatieve vaardigheden van culturele instellingen als musea en het betrekken van lerarenopleidingen bij cultureel erfgoed.

Hieronder is ter inspiratie en om thuis te raken in de terminologie een selectie opgenomen van gehonoreerde projecten. Die projecten die geen raakvlak vertonen met de museale wereld zijn hierbij buiten beschouwing gebleven.

Noord-Holland

Een groot deel van de projecten zijn afkomstig uit de hoek van de kunst-

zinnige vorming. Projecten waarbij musea betrokken zijn:

* Culturele schoolreisjes

Samenstellen van een gids met culturele bezienswaardigheden.

Doelstellingen:

1. Stimuleren van schoolreisjes met een cultureel karakter;
2. een impuls geven aan het toegankelijk maken van culturele instellingen voor kinderen en jongeren;
3. stimuleren van receptieve activiteiten;
4. stimuleren van samenwerking tussen musea en steunfunctie-instellingen op het gebied van lesmateriaal;
5. gemeentelijke musea aantrekkelijker maken voor scholen buiten hun directe omgeving.

Doelgroep: Basisonderwijs en eerste jaren voortgezet onderwijs.

Herkenbaarheid/vernieuwing:

Vernieuwde aanpak, nieuw idee.

Overdraagbaarheid: Project is overdraagbaar, toepasbaar op andere provincies.

Samenwerking: Onderwijs, instellingen voor kunsteducatie, musea, schouwburgen, recreatieve instellingen, VVV.

Toegekend bedrag: f 75.000,--.

Instelling: Provinciaal consulent kunsteducatie.

* Wonen, werken, mobiliteit

Een combinatie van lesmateriaal, film en multi-media.

Doelstellingen:

1. Het stimuleren van het bewustwordingsproces bij jongeren t.a.v. de kwaliteit van hun culturele- en natuurlijke woon/leefomgeving;
2. jongeren in contact brengen met historie, kunst, cultuur en natuur in hun leefomgeving;
3. integratie bevorderen tussen culturele instellingen, natuur- en milieu-educatie instellingen en het onderwijs;
4. toegankelijkheid naar instellingen vergroten voor het onderwijs en

via het onderwijs de jongeren.

Doelgroep: Basisvorming (voortgezet onderwijs, vbo-mavo, ivbo). Lesmateriaal zal toegespitst worden op de vernieuwingen in de basisvorming en de eindtermen vbo/mavo.

Herkenbaarheid/vernieuwing: Project geeft een nieuwe impuls aan de cultuureducatie, m.n. omgevingseducatie m.b.v. nieuwe media.

Overdraagbaarheid: Project heeft een voorbeeldfunctie, is overdraagbaar naar andere VO-scholen, regio's en kan aangepast worden voor het basisonderwijs.

Samenwerking: Scholen voor voortgezet onderwijs, acht regionale musea, historische verenigingen, archieven, bibliotheken, instellingen voor natuur- en milieu-educatie in de regio, Onderwijs Begeleidingsdienst (OBD), Stichting Leerplan Ontwikkeling (SLO), Katholiek Pedagogisch Centrum (KPC), Rijksdienst voor de Monumentenzorg (RdMz), Hogeschool Holland, centrum voor kunsteducatie GOCK.

Toegekend bedrag: f 75.000,--.

Instelling: Stichting Omgevingseducatie Gooi, Vecht- en Eemstreek.

Naast de afspraken in het kader van het convenant zoals hierboven beschreven, hebben Rijk en provincie afzonderlijke afspraken gemaakt rond een basisvormingsproject. In het Zuiderzeemuseum zijn een 12-tal omgevingseducatieroutes voor de vakken aardrijkskunde en geschiedenis (de gammavakken) ontwikkeld. Naast deze routes zullen een paar routes worden ontwikkeld waarin de gammavakken worden gecombineerd met Nederlands en/of kunstzinnige vormingsvakken. Hierdoor ontstaat een uniek aanbod van routes die een samenwerking tussen docenten uit verschillende vakgroepen mogelijk maakt. Daarnaast wordt een programma ontwikkeld dat leraren kunnen volgen voordat ze met hun leerlingen de omgevingseducatieroutes

gaan lopen. Hierin wordt uitleg gegeven over omgevingseducatie en onderzoekend leren zodat de leraren vervolgens de methode kunnen overdragen op hun leerlingen. Op deze wijze wordt zo optimaal mogelijk gebruik gemaakt van de ontwikkelde routes en methoden.

In de komende jaren zullen op andere locaties omgevingseducatieroutes worden ontwikkeld.

Gehonoreerde plannen in Utrecht

De Steunpunten Kunstzinnige Vorming (SKV's) en de Federatie hebben ieder een aanvraag ingediend. Bij een aantal aanvragen wordt aangegeven dat er gestreefd wordt naar samenwerking. Alle aanvragen op het gebied van cultureel erfgoed zijn in een totaalaanvraag ingediend, voorzien van een raamwerknotitie en een lijst van uitgangspunten voor activiteiten in het kader van Cultuur en School, cultureel erfgoed in de provincie Utrecht.

* Verbreding van kwalitatief goed en aan de wensen van de docenten tegemoetkomend materiaal voor het basisonderwijs

Allereerst zal een evaluatie plaatsvinden van bestaande projecten op het gebied van cultuureducatie bovenbouw basisonderwijs. Deze projecten zullen getoetst worden met behulp van leerkrachten die niet bekend zijn met cultureel erfgoededucatie.

Looptijd: Zes maanden.

Beoogd resultaat: Inzicht krijgen in knelpunten in de projecten en de wensen van het onderwijs. Het project wordt vervolgd in 1998.

Uitvoering: Federatie Stichts Cultureel Erfgoed.

Overige betrokkenen: SKV's, musea, archiefdiensten, docentenpanels (als betrokkenen bij bestaande projecten en als potentiële gebruikers), vakgroep Cultuureducatie Universiteit Utrecht, SCO-Kohnstamm Instituut.
Kosten: f 32.000,--.

*** Omgevingseducatie bavo gericht op musea met streekgebonden collecties**

Doelstelling: Vervaardigen van een stramien voor een project lokale omgevingseducatie in samenhang met het plaatselijke museum.

Looptijd: Tien maanden.

Beoogd resultaat: Een stramien met draaiboek voor het vervaardigen van een lokaal project in Veenendaal.

Uitvoering: Federatie Stichts Cultureel Erfgoed i.s.m. Historisch Museum 'het Kleine Veenloo' in Veenendaal met vier docenten uit het voortgezet onderwijs. Bijzonderheid: dit stramien wordt verwerkt tot cursus bavo voor museummedewerkers (te geven maart-april 1998) en is het begin van een provinciebreed aanbod voor de basisvorming.
Kosten: f 5.000,--.

*** Proefproject bavo vbo/mavo gebaseerd op 'Scholen adopteren Monumenten'**

Beoogd resultaat: Een op het curriculum van vbo/mavo toegesneden provinciale versie van het Europese project van 'Scholen adopteren Monumenten'.

Looptijd: Ontwikkelingsfase 1 jaar 1997/1998.

Uitvoering: Federatie Stichts Cultureel Erfgoed i.s.m. docenten vbo/mavo, RdMz, Nationaal Contact Monumenten (NCM) en provinciale organisaties op het gebied van monumenten.

Kosten: f 40.000,--.

*** Ontwikkeling van twee regionale themapakketten tweede fase VO-CKV1 en bijscholing docenten**

Looptijd: Zes maanden.

Beoogd resultaat: 1. Het structureel inpassen van het aanbod van culturele activiteiten in de verplichte lesstof activiteiten van het vak CKV1 in de tweede fase; 2. het verzorgen van nascholing vanaf januari 1998 van docenten in de culturele vak-

ken, waarbij het werken met culturele instellingen als verlengde leeromgeving centraal staat.

Uitvoering: Federatie Stichts Cultureel Erfgoed, SKV's, Universiteit Utrecht (IVLOS en Cultuureducatie).

Overige betrokkenen: Culturele instellingen in de provincie Utrecht w.o. Centraal Museum, Museum Catharijneconvent en het Mondriaanhuis, Docentenoverleg Kunsthistorie, docenten CKV in een klankbordgroep.

Kosten: f 75.000,--

Cultuur en School in de provincie Groningen (regio Noord)

In het convenantsgebied Noord is per jaar 1 miljoen beschikbaar voor projecten cultuureducatie die in het kader van Cultuur en School worden ingediend. Het Rijk draagt f 600.000,-- per jaar bij; de partners moeten samen f 400.000,-- per jaar op tafel leggen.

Dit jaar zijn de projecten in twee rondes bij het Ministerie ingediend. De in de eerste ronde ingediende projecten zijn alle toegekend. Daarbij zaten onder andere:

*** Geologie en archeologie**

Doelstelling: Een geïntegreerd onderwijsaanbod op het gebied van de geologie en archeologie voor het basis- en voortgezet onderwijs.

Product: Lesmateriaal

Kosten: f 50.000,--.

Uitvoeringsgebied: Drenthe

Samenwerking: Drents Museum en Het Drentse Landschap

*** De Oldehove**

Doelstelling: Leerlingen van de bovenbouw van het basisonderwijs inzicht verschaffen in bouwstijlen en bouwgeschiedenis van de Oldehove en hen aansporen een eigen torenontwerp te maken.

Product: Lesmateriaal

Kosten: f 28.000,--

Uitvoeringsgebied: Leeuwarden

Het gedeelde erfgoed

Het gedeelde erfgoed behandelt de publieke belangstelling voor musea, monumenten, archieven en archeologie. Op ieder terrein is onderzocht hoe groot het publiek is en hoe het is samengesteld. Ook is nagegaan in hoeverre het museum- en monumentenpubliek tussen 1979 en 1995 groter is geworden en van samenstelling is veranderd.

Uit het rapport zijn ten aanzien van de musea een aantal interessante signaleringen en tendenzen te halen.

Een recente daling van het museumbezoek.

Na jaren van groei van zowel het aantal museumbezoekers, als ook van het aantal musea moet worden geconstateerd dat er toch grenzen aan de groei zijn. Sinds 1995 is het totale bezoekersaantal aan de Nederlandse musea voor het eerst gedaald. Een daling waarvan niet te voorspellen valt of deze zich zal doorzetten of van tijdelijke aard is. Het rapport signaleert een tweetal generaties: De jeugd, opgegroeid met televisie, video, computer en internet wordt aangeduid met de 'beeldgeneratie'. De veertig plussers, nog opgegroeid met het gesproken en geschreven woord, de 'schriftgeneratie'. Met betrekking tot de leeftijdsopbouw van de museumbezoeker wordt het volgende vastgesteld. De leeftijdsgroep tussen de 40 en 60 jaar (schriftgeneratie) is oververtegenwoordigd. De leeftijdsgroep jonger dan 40 jaar (beeldgeneratie) is ondervertegenwoordigd en vertoont een daling. Toch scoren de musea bij jongeren niet slecht in vergelijking met andere culturele sectoren. In 1955 bezocht 31% van de 12 tot 21-jarigen een museum, terwijl 14% naar beroepstoneel of klassieke muziek ging.

De aandacht van het publiek wordt steeds vluchtiger.

Dit is een gevolg van het huidige vrijetijdspatroon van de cultureel geïnteresseerden, in het rapport

aangeduid met 'Erlebniskultur': men pikt overal wat van mee. Musea en monumenten, maar ook bioscopen, schouwburgen en concertzalen worden met enige regelmaat bezocht en afgewisseld met allerlei andere vormen van recreatie, vermaak en uitgaan.

Via dit rapport komen we meer, veel meer aan de weet over de veranderingen in de verdeling en besteding van vrije tijd, de samenstelling van het publiek van musea, bezoek aan de verschillende typen musea, de bezoeker aan de 'smaakmakende' tentoonstellingen.

Toch ontbreekt een aantal zaken in het rapport. Zo is er bijvoorbeeld niet ingegaan op de invloed van de museumjaarkaart op het bezoekersaantal; een thema dat door de uitbreiding van de kaart met de Rabobank-kaart en de NS-kaart momenteel wel zeer actueel is. Ook aan de invloed van het weer op het museumbezoek wordt geen aandacht besteed. Bestaat er zoiets als museumweer? We weten met name van de 'toeristische musea' dat vele warme, zonnige dagen in juli en augustus, niet bevorderlijk zijn voor een talrijk museumbezoek. Daarnaast zijn er museumdirecteuren die zeggen dat er geen goed of slecht museumweer bestaat. Een antwoord op deze vragen wordt in het rapport niet gegeven. Toch kan afrondend worden geconcludeerd dat na het onderzoek van 1979, dat van 1995 een waardevolle graadmeter is en interessant vergelijkingsmateriaal geeft over de publieke belangstelling voor musea, monumenten en archieven.

HET GEDEELDE ERFGOED

Jos de Haan

194 blz., met samenvatting in het Engels
Sociaal en Cultureel Planbureau
Rijswijk, maart 1997, f 36,--
ISBN 90-5250-926-3

verkrijgbaar bij de boekhandel of telefonisch
bij Infolio, (070) 381 99 00

Scholen adopteren Monumenten

In nagenoeg iedere gemeente in Nederland staan een of meer historische gebouwen. Ze hebben een bepaalde betekenis voor hun omgeving. Vaak vertellen ze ons iets over de geschiedenis van het dorp, de stad of streek. Het project Scholen adopteren Monumenten houdt in dat een school een langdurige band met een monument aangaat. Het biedt docenten de mogelijkheid om aan de hand van een tastbaar voorbeeld uit de omgeving van de school de geschiedenis van de leefomgeving duidelijk te maken. Alle mogelijke vakken kunnen met behulp van een monument tot leven worden gebracht. Een monument uit de directe omgeving van de school kan jarenlang als kapstok dienen om de historische, sociale, culturele en geografische achtergronden van de omgeving aan op te hangen.

De handleiding, uitgegeven door het Nationaal Contact Monumenten en de Rijksdienst voor de Monumentenzorg, is een inspirerend, praktisch en helder vormgegeven boekje, dat vooral is geschreven voor docenten van het basisonderwijs en het voortgezet onderwijs. De handleiding geeft negen voorbeelden hoe docenten een monument uit de directe omgeving van de school kunnen gebruiken om inhoud te geven aan de kerndoelen van het basisonderwijs en de basisvorming. Bij elk voorbeeld (een park, armenhuis, kasteel, archeologisch monument, zeepfabriek, dorpskern, sluis, begraafplaats en schoolgebouw) worden lesopdrachten voor verschillende vakken gegeven. Het boekje eindigt met een beknopte adressenlijst en een literatuuroverzicht.

Scholen adopteren monumenten: Een handleiding voor docenten en andere betrokkenen voor het gebruik van de historische omgeving in het onderwijs, Nienke Pool.
Nationaal Contact Monumenten (NCM)/-
Rijksdienst voor de Monumentenzorg, 1997
ISBN 90-71107-48-5 / 90-72691-28-8
Te bestellen voor f 10,--
(excl. verzendkosten) bij het NCM,
telefoon (020) 627 77 06

Verwacht: Het glazen museum

Ook al zijn er tegenwoordig vele mogelijkheden door middel van geautomatiseerde hoogstandjes een tentoonstelling te maken, ergens zullen toch altijd wel vitrines blijven staan. Veel musea hebben zelfs een rijkgeschakeerd vitrinepark. Oude banketbakkerstoonbanken, witgelakte medicijnkasten, knutselwerkjes van spaanplaat en showvitrines voor in het moderne interieur staan naast dure maatvitrines en robuuste serieproducten. Dat was althans de situatie die het Gelders Oudheidkundig Contact (GOC) aantrof bij een verkennend onderzoek naar gebruik en kwaliteit van vitrines in musea, dat enkele jaren geleden werd uitgevoerd. Uit dit onderzoek kwamen twee zaken glashelder naar voren. Veel musea bouwen of verbouwen zelf vitrines. En: de kwaliteit van veel vitrines laat nogal te wensen over.

Met deze gegevens in de hand begon het GOC aan een project met een dubbele doelstelling. Allereerst het opstellen van minimumeisen waaraan een bruikbare museumvitrine moet voldoen, en vervolgens het maken van een eenvoudig basisontwerp voor zelfbouwvitrines. Dit vitrineproject zal binnenkort resulteren in de publicatie van een brochure onder de titel 'Het glazen museum'. Projectmedewerkster Monique Jaspars beschrijft in het boekje allereerst de technische randvoorwaarden. Vitrines dienen om voorwerpen te beschermen, maar dan moeten ze wel goed op slot kunnen, stof tegenhouden, en niet bestaan uit materialen die zelf direct of indirect schade aan voorwerpen veroorzaken. Ze moeten stevig op hun poten staan, ook als over een ongelijke houten vloer een klas schoolkinderen voorbijkomt. Dit programma van eisen kan als leidraad dienen bij zelfbouwvitrines, maar ook als checklist bij aankoop

of huur van vitrines (en als argument om wrakke afdankertjes van gulle gevers de deur te wijzen). Behalve technische aspecten komt overigens ook de presentatiekant aan bod: vormgeving, inrichting, aankleding, verlichting en plaatsing van de vitrine.

Bij de brochure horen bouwbeschrijvingen voor vitrines van diverse standaardmodellen. Deze sets (één voor hout/glasvitrines en één voor aluminium/glasvitrines) bevatten bouwtekeningen, stap-voor-stap bouw instructies en opgaven van benodigde materialen. De maatvoering van de modellen kan worden aangepast aan de specifieke wensen van het museum. Voor de bouw is enige handvaardigheid nodig en goed timmermansgereedschap, maar technische hoogstandjes zijn vermeden.

'Het glazen museum' is een publicatie van het Landelijk Contact van Museumconsulenten (LCM). De totstandkoming wordt mede mogelijk gemaakt door subsidies van de provincie Gelderland (eerste fase van het project) en de Mondriaan Stichting. De precieze verschijningsdatum is nog niet bekend, u wordt via uw museumconsulent op de hoogte gebracht. De brochure gaat f 12,50 kosten en de bouwbeschrijvingen f 24,50 per stuk (prijzen onder voorbehoud).

Syllabus Museum en publiek

Het Landelijk Contact van Museumconsulenten (LCM) bereidt gezamenlijk leerboeken voor, die worden gebruikt bij de basiscursussen die door de bureaus van de provinciaal museumconsulenten worden georganiseerd. Deze syllabi dienen niet alleen als basis voor de lesstof, museummedewerkers gebruiken ze vaak als naslagwerk. Het Ministerie van OCenW maakt door financiële ondersteuning de ontwikkeling van deze leerboeken mogelijk.

Hoofdtaken van het museum

Met de ontwikkeling van de syllabus 'Museum en publiek' wordt een derde hoofdtak van het museum in een leerboek behandeld. Na de beheer- en documentaire taak - registreren, documenteren, ontsluiten en onderzoeken van de collectie - in 'Registratie en documentatie' (1994) en de behoudtaak - het fysiek behouden van de collectie - in 'Passieve conservering' komt nu de publiekstaak - de communicatie tussen het museum en zijn (mogelijke) bezoekers - in 'Museum en publiek' aan de orde. De vierde kerntaak, de bedrijfstaak - bedrijfsvoering, organisatie, personeel en financiën - zal aan de orde komen in de laatste syllabus.

Doelgroep

De doelgroep zijn de medewerkers van musea die zonder voorkennis bepaalde taken op zich (willen) nemen. De elementaire kennis over museale kerntaken wordt behandeld. De cursussen geven de basisinformatie over verschillende onderwerpen die allen een eigen cursus verdienen. De basiscursussen vormen een start voor de ontwikkeling van kennis van de medewerkers in een museum. Ze dienen niet als verdieping van kennis.

Museum en publiek

De syllabus 'Museum en publiek' gaat over het vele werk dat in musea wordt verzet om bezoekers te trekken, te boeien, te vermaken, te onderwijzen en liefst nog vaak terug te laten komen. Een museumbezoek is voor de meeste bezoekers een aangename invulling van hun vrije tijd. Een invulling die niet alleen verstrooiend, maar ook leerzaam, leuk en interessant kan zijn. Elk museum maakt zijn eigen keuzes in de combinatie tussen presentatie, informatie, educatie, recreatie en studie. Daarnaast communiceert het museum met verschillende organisaties en groeperingen die van belang zijn

de erfgoed

voor het voortbestaan van het museum.

De communicatie tussen museum en publiek wordt op twee niveaus in het museum vorm gegeven:

- op het niveau van het management worden beleidsbeslissingen genomen over doelgroepen waarop het museum zich richt en de wijze waarop en de middelen waarmee deze benaderd en bediend worden. Op basis van het beleidsplan van het museum wordt een communicatiebeleid ontwikkeld;
- op het uitvoerend niveau wordt het beleid omgezet in activiteiten op de terreinen:

presentatietaken: de vaste en tijdelijke tentoonstellingen;

educatieve taken: begeleiding van groepen en individuele bezoekers met behoefte aan extra informatie;

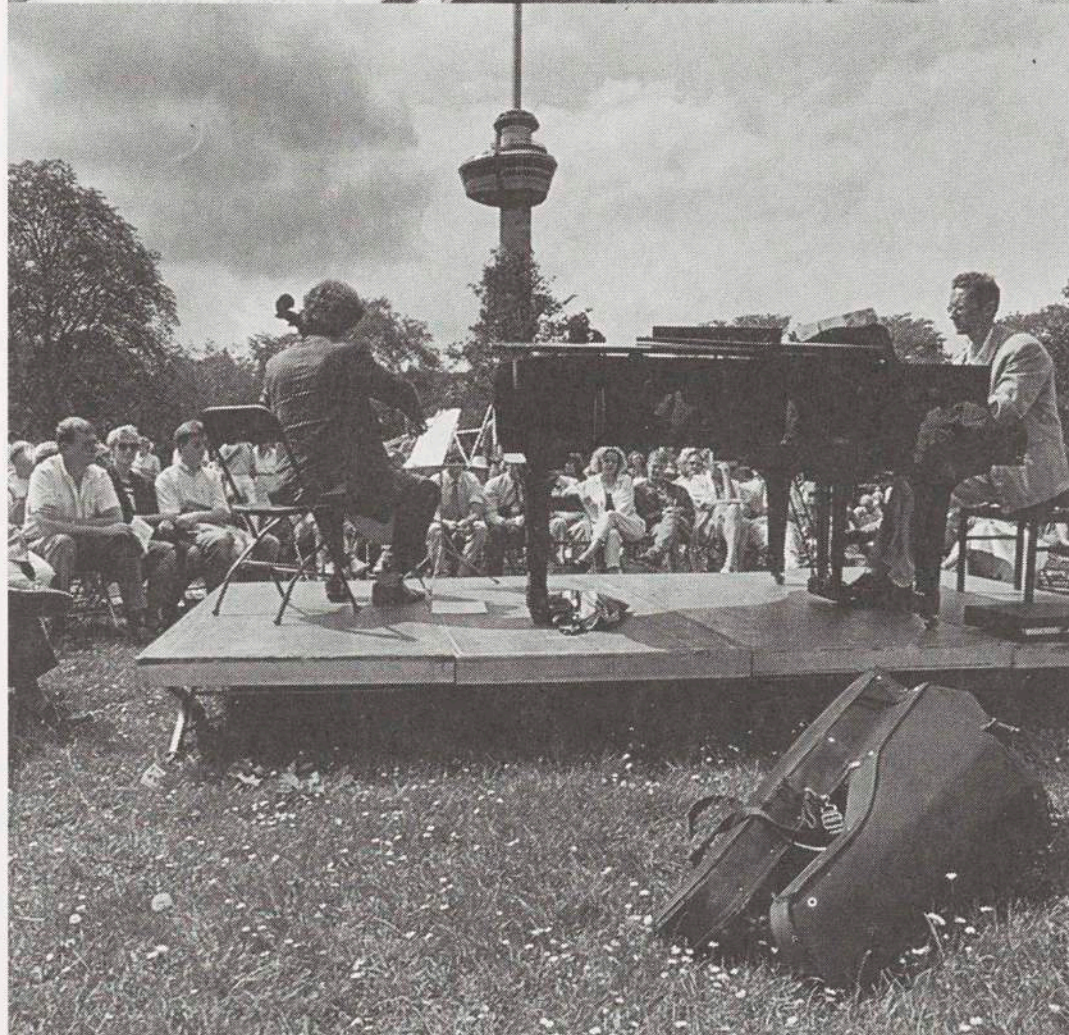
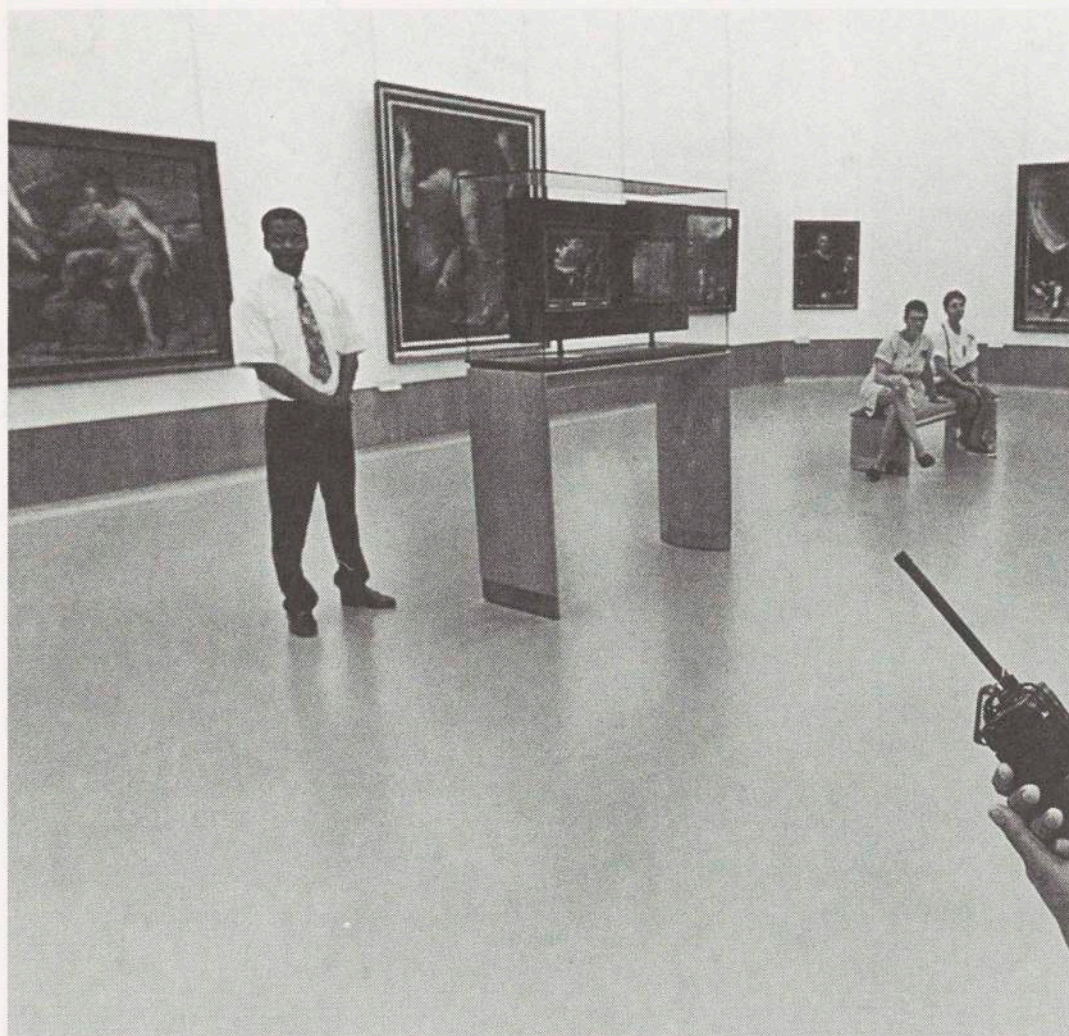
pr- en marketingtaken: de communicatie met publieksgroepen -iedereen waar het museum mee te maken heeft- en de communicatie met de doelgroepen -bezoekers en potentiële bezoekers van het museum-;

gastvrijheid: een zo hoog mogelijke kwaliteit in de ontvangst van bezoekers en de beschikbare faciliteiten voor bezoekers.

De publiekstaak is geen taak die beperkt is tot de tentoonstellingsbouwer of de medewerkers die belast zijn met educatie of communicatie. Alle medewerkers in het museum vullen samen de verschillende aspecten van de publiekstaak in, of het op het voorwaardenscheppende of het uitvoerende niveau is. Van baliemedewerker tot directeur en bestuur, iedereen draagt bij aan de kwaliteit van de communicatie van het museum met de verschillende publieksgroepen.

Inhoud

De syllabus gaat in verschillende hoofdstukken in op de invulling van de publiekstaak. In het eerste hoofdstuk wordt een beeld gegeven van de samenstelling van het museumpubliek. Het tweede hoofdstuk geeft kort de belangrijkste communicatietheorieën weer die van toepassing zijn op museale communicatie. De hoofdstukken 4, 5 en 6 gaan in op tentoonstellingscommunicatie, museumeducatie en marketing en public relations. Gastvrijheid wordt behandeld in hoofdstuk 7 en het communicatiebeleidsplan in hoofdstuk 8. De syllabus eindigt met een literatuurlijst van boeken die kunnen worden gebruikt voor een verdere verdieping van de kennis.



Voor een culturele organisatie als de uwe is het fiscaal beleid een weerbarstige materie. Enerzijds wordt u om redenen van doelmatigheid gedwongen de grenzen van de fiscale mogelijkheden te zoeken. Anderzijds vraagt uw maatschappelijke verantwoordelijkheid een zekere terughoudendheid als het gaat om risicovol fiscaal gedrag.

Partners in fiscaal beleid

De belastingadviseurs van VB zijn meer dan fiscale specialisten. Onze aanpak is erop gericht het probleemoplossend vermogen van uw organisatie te vergroten. Samen met u maken ze een verantwoorde afweging tussen de ruimte die de belastingwetgeving biedt aan de ene kant en de politieke en bestuurlijke realiteit van uw organisatie aan de andere kant. Het uiteindelijke doel is een correcte en verantwoorde belastingaangifte.

Met ruim 1.300 medewerkers en 30 strategisch gespreide vestigingen behoort de VB Groep tot de grote accountants- en advieskantoren van Nederland. Voor meer informatie kunt u contact opnemen met VB Belastingadviseurs, mr. J.W. Gosselink, telefoon 030-6025100.

 **VB Belastingadviseurs**

