

Vakblad voor  
museummedewerkers

nummer 14, najaar 2000

# museum

# peil

**Cultuur en School**

Ontwikkelingen in  
diverse provincies

**Auteursrecht**

Het museum als gebruiker  
en rechthebbende

**Publieksonderzoek  
in het Gooi**



# Museum Magazijn

Uw partner voor de museumwinkel

Assortiments- en inrichtingsadvies

Custommade producten in kleine aantallen

Museale producten uit binnen- en buitenland, zoals : Replica glas, tinnen replica's, historisch speelgoed en koelkastmagneten met afbeeldingen van kunst

Zie ook onze site op internet:

[www.museumbv.nl](http://www.museumbv.nl)

E-mail [info@museumbv.nl](mailto:info@museumbv.nl)

Of bezoek ons kantoor/showroom:

Hendrik Jacobszstraat 14

1075 PD Amsterdam (nabij Vondelpark)

tel. 020 4711 723 fax 020 4713 455

## MAATMEUBILAIR EN VITRINEBOUW VOOR MUSEA



FRIES MUSEUM - LEEUWARDEN



**KWADRANT**  
INTERIEURBOUW

RIGAWEG 2 • 9723 TH GRONINGEN  
TELEFOON (050)5417916 • TELEFAX (050)5417634  
INTERNET: [WWW.KWADRANT.COM](http://WWW.KWADRANT.COM)

## Restauratie-Atelier Helmond B.V.

voor restauratie en conservering van  
**papier, leer en perkament**

- Boeken, in leer en perkament
- Charters en zegels
- Prenten en tekeningen
- Kaarten en affiches
- Massaconservering
- Vrijblijvende offertes

- **Vacuüm-vriesdrogen**

**ondersteuning bij calamiteiten**

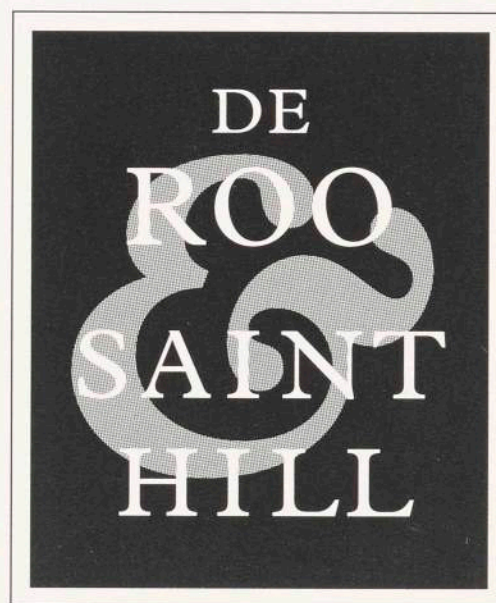
- **24 uur bereikbaar bij brand- en waterschade**  
06-575.896.31

**Panovenweg 40, 5708 HR HELMOND (NL)**

**Tel: 0492 - 55 39 90 Fax: 0492 - 55 24 42**

E-mail: [info@restauratie-atelierhelmond.nl](mailto:info@restauratie-atelierhelmond.nl)

Internet: [www.restauratie-atelierhelmond.nl](http://www.restauratie-atelierhelmond.nl)



LIJSTENMAKERS

SPARRENSTRAAT 12 ZW - 2023 WX HAARLEM  
TELEFOON 023 527 60 15 - TELEFAX 023 527 01 93



# Museum en Publiek

Wat is het bestaansrecht van een museum? Musea denken daar genuanceerd over. Ze verzamelen, behouden, presenteren en onderzoeken de materiële getuigenissen van de mens en zijn omgeving. Politici benadrukken graag af en toe één van de museumtaken. Stond het behoud van de collectie lange tijd bovenaan de politieke agenda, tegenwoordig ligt het accent op publieksbereik. De regering zet in op culturele diversiteit, investeren in jeugd, beter laten zien van cultureel vermogen, nieuwe media en cultureel ondernemerschap. Alleen relevant voor musea die door het Rijk gesubsidieerd worden? Nee, want provincies en gemeenten nemen een groot deel van dit gedachtegoed over in hun eigen programma's cultuurbereik, die deels door het Rijk worden gefinancierd. In de stedelijke en provinciale programma's nemen Cultuur en School-projecten een belangrijke plaats in. Het doel van deze projecten is de ontwikkeling van structurele relaties tussen scholen en culturele instellingen. Veel musea zijn inmiddels vertrouwd geraakt met begrippen als kerndoelen, omgevingsgeschiedenis, basisvorming en Culturele en Kunstzinnige Vorming (CKV). *Museumpeil* belicht drie Cultuur en School-projecten, in respectievelijk Utrecht, Zeeland en Noord-Holland. Hoe kan de aandacht voor cultureel erfgoed het best worden verankerd in het onderwijs?

Musea denken onvoldoende marktgericht. Ze moeten niet vanuit de eigen collectie richting publiek redeneren, maar precies andersom. Aldus Ad Geerdink in zijn lezing bij het tienjarig jubileum van de Federatie van Drentse Musea en Oudheidkamers. Maar waar heeft het publiek behoefte aan? Recent publieksonderzoek in het Gooi bracht samenstelling en wensen van het publiek van een aantal kleinere musea in beeld. *Museumpeil* brengt verslag uit. Tenslotte een nuancering: publieksbereik is voor subsidiënten niet het enige beoordelingscriterium. Het recent gesloten Tattoo Museum in Amsterdam bereikte een jong, internationaal publiek en beheerde een cultureel zeer diverse collectie, maar ontving nooit een cent subsidie. Het museum werkte niet professioneel genoeg. Inmiddels beschikt het museum wel over een ambitieus beleidsplan. Wellicht het begin van een professionele doorstart?

Publieksbereik in de ruimste zin van het woord vormt het onderwerp van de zojuist verschenen *Syllabus bij de basis-cursus museum en publiek*, een uitgave van de Stichting Landelijk Contact van Museumconsulenten. De bijbehorende cursussen worden aangekondigd in het *Scholingsaanbod 2001*.

## Inhoud

### Voorwoord

- 4 Cultuur en School Het Tweede Wereldoorlog-project in de provincie Utrecht *Hiske Land*
- 6 Omgevingsonderwijs in Zeeland 'Dat zoeken we op' *Josien Pootjes*
- 7 Culturele en Kunstzinnige Vorming op school  
Grids: de samenwerking tussen scholen en culturele instellingen in West-Friesland *Jan Sparreboom*
- 10 Auteursrecht in musea  
Het museum als gebruiker en als rechthebbende *Annemarie Beunen en Madeleine de Cock Buning*
- 14 Tattoo Museum Amsterdam Gesloten, maar niet verdwenen *Renée van Minden en Esther ter Beek*
- 16 Provinciaal museumconsulent bemiddelt tussen museum en overheid *Annelies Jordens*
- 18 Creatieve sponsorwerving Adopteer een museumstuk in Deventer Elke Pluijmen
- 21 Publieksonderzoek in twaalf Gooise musea *Birgitta Fijen en Letty Ranshuysen*
- 24 Lezing museum en publiek 'Een geweldige tijd...' *Ad Geerdink*
- 26 Op weg naar de euro *Stichting Museumjaarkaart*
- 28 't Fiskershûske in Moddergat: een geregistreerd museum *Hans de Haan*
- 31 Het nummeren van museumvoorwerpen met schrijfstiften *Marysa Otte*
- 31 Het gebruik van MDF-ZF plaatmateriaal voor museale doeleinden *Nico J.M. Boeijink*
- 33 Twee nieuwe gezichten in het LCM-bestuur *Birgitta Fijen en Agnes Vugts*
- 34 Publicaties

## Colofon

### Museumpeil nummer 14, najaar 2000

Museumpeil informeert museummedewerkers over landelijke en provinciale ontwikkelingen in de museumsector vanuit een praktijkgericht perspectief. Museumpeil is een gezamenlijke uitgave van de bureaus van de provinciaal museumconsulenten en verschijnt tweemaal per jaar. Museumpeil wordt gratis verspreid onder de relaties van de museumconsulenten.

### Redactie

Minette Albers,  
Hans de Haan,  
Ellen Loozen,  
Marianne de Rijke,  
Birgitta Fijen,  
Jelmer Prins  
(eindredactie)

### Redactieadres

Stichting Ondersteuning  
Musea  
Postbus 10058  
3505 AB Utrecht  
tel: (030) 234 38 80  
fax: (030) 232 86 24  
e-mail:  
fsce@erfgoed-utrecht.nl

### Abonnementen

Een jaarabonnement kost f 25,-. Opgave bij het redactieadres. Abonnementen lopen per kalenderjaar en dienen voor het einde van het jaar te worden opgezegd.

### Advertenties

Van Kruijsbergen Project  
Media v.o.f.  
Will A.G. van Kruijsbergen  
Anna Blamanlaan 4  
6532 SP Nijmegen  
tel: (024) 350 22 27  
fax: (024) 350 22 29  
e-mail:  
wakruijs@worldonline.nl

### Vormgeving

De Vormers, Utrecht

### Drukwerk

Libertas, Bunnik  
Oplage 2000  
ISSN 1381-1088

### ©Museumpeil

Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de redactie. De redactie aanvaardt geen aansprakelijkheid voor de schade, van welke aard ook, die het directe of indirecte gevolg is van handelingen of beslissingen die gebaseerd zijn op informatie uit dit blad.

Foto omslag: Interieur van de 'volksheerberg' in het Ferdinand Domela Nieuwenhuis Museum. Multimedia in een negentiende-eeuws jasje (foto Ferdinand Domela Nieuwenhuis Museum)

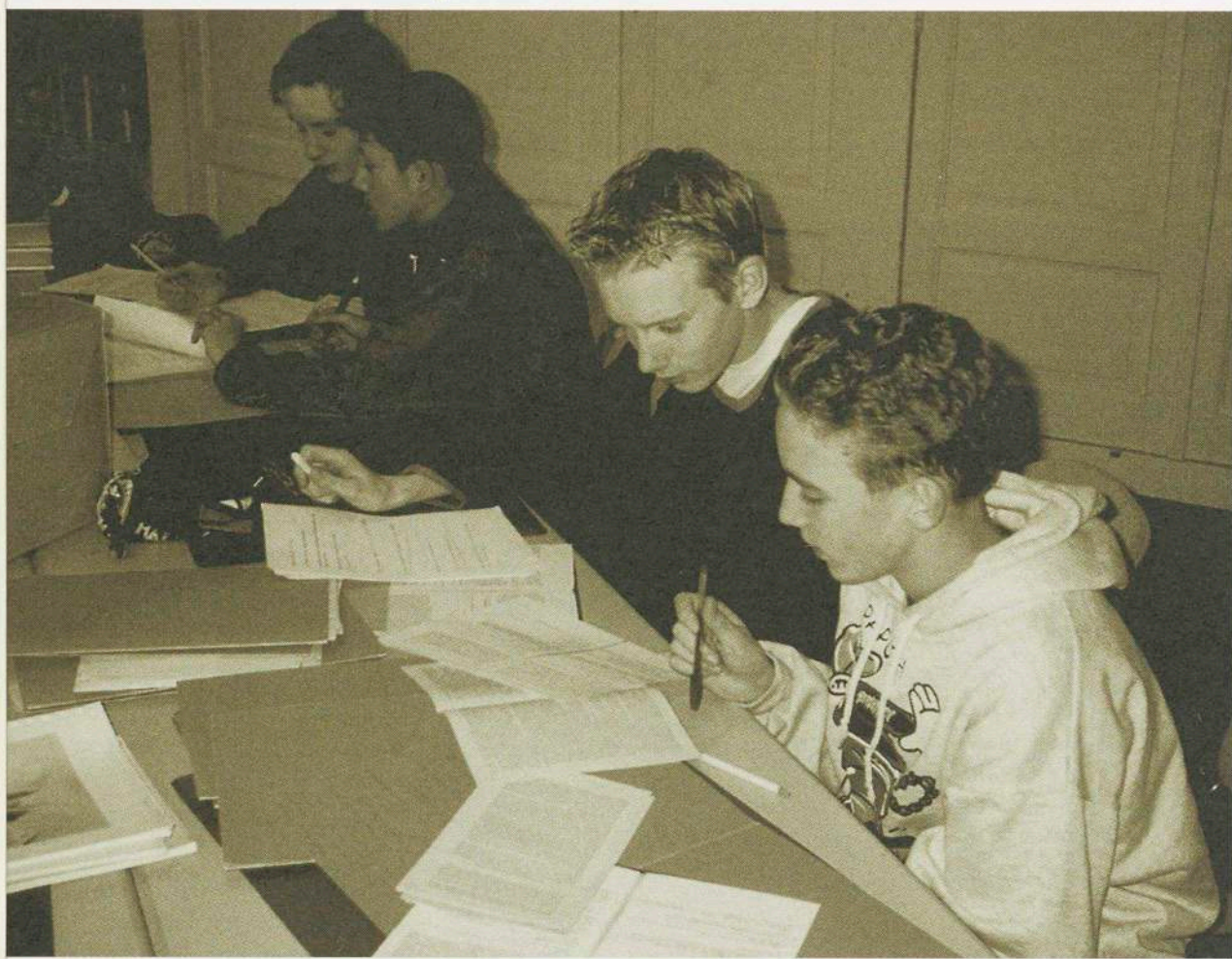


# Cultuur en School

## Het Tweede Wereldoorlog-project in de provincie Utrecht

Door Hiske Land,  
projectleider Cultuur  
en School,  
Federatie Stichts  
Cultureel Erfgoed

Reeds drie jaar is de Federatie Stichts Cultureel Erfgoed (FSCE) – waarin het provinciaal museumconsulentschap is opgenomen – de centrale uitvoerder van Cultuur en School-projecten op het gebied van cultureel erfgoed in de provincie Utrecht. De FSCE streeft naar een doorgaande leerlijn vanaf groep vier/vijf basisschool tot en met het voortgezet onderwijs. Iedere leerling zou elk schooljaar in aanraking moeten komen met aspecten van cultureel erfgoed in de eigen omgeving. Uitgangspunt van de Cultuur en School-projecten is dat ze lesstof-vervangend moeten zijn. Ieder project moet meerwaarde hebben voor zowel het onderwijs als de betrokken culturele instellingen. Een mooi voorbeeld is het project 'Amersfoort in de Tweede Wereldoorlog'.



Leerlingen aan het  
werk in de studiezaal  
van de Gemeentelijke  
Archiefdienst  
Amersfoort  
(foto Taco Oussoren)

### Amersfoort in de Tweede Wereldoorlog

In het streven naar een doorlopende leerlijn stond begin 1999 de derde klas havo/vwo op het programma voor een Cultuur en School-project van de FSCE. Eerst werd onderzocht welk vak in aanmerking kwam, wat de lesinhoud was, wat de vakspecifieke en vakoverstijgende kerndoelen waren, welke kennis en vaardigheden verwacht mogen worden van een leerling van pakweg vijftien jaar, welke werkvormen bij deze leerling aansluiten, en met welke culturele instellingen kon worden samengewerkt. Vervolgens benaderde de FSCE een drietal scholen voor voortgezet onderwijs in Amersfoort, met het voorstel materiaal te ontwikkelen waarin de Tweede Wereldoorlog

(deel van de verplichte lesstof) centraal staat. Deze scholen (Eemland Zuid, De Amersfoortse Berg en Het Hooghe Landt) zijn gekozen omdat zij zelf ooit contact hadden opgenomen met Museum Flehite. Een minimale belangstelling voor cultureel erfgoed viel dus te verwachten. Tijdens voorbesprekingen met de secties geschiedenis bleek dat deze zich in het voorstel konden vinden. Het enthousiasme bij Het Hooghe Landt was zelfs dermate groot dat het materiaal samen met deze school is ontwikkeld.

### De leerlingen aan het werk

In november 1999 startte Het Hooghe Landt een proef met vijf klassen, in totaal 136 leerlingen. Na een korte introductie in de klas gingen de leerlingen in groepjes op onderzoek uit. Elke groep kreeg een eigen onderzoeksthema, zoals de mobilisatie in de meidagen 1940, het verzet, de jodenvervolgung, het dagelijks leven tijdens de bezetting en Kamp Amersfoort. Het ene groepje bestudeerde in Museum Flehite een illegale telefooncentrale en ging daarna naar het gemeentearchief, waar geselecteerde bronnen lagen te wachten. Het volgende groepje toog naar het Museum Nederlandse Cavalerie en onderzocht bronnen op straat, bijvoorbeeld een herinneringsplaque op een plaats waar gijzelaars geëxecuteerd waren. Een derde groepje bezocht Kamp Amersfoort, las een dagboekfragment, en bekeek vervolgens in het Armando Museum schilderijen die op het kamp zijn geïnspireerd. Elk groepje formuleerde met behulp van een aantal deelvragen het antwoord op de hoofdvraag en leverde het totaal als werkstuk in bij de docent. De vwo-groepen verzorgden ook nog een presentatie over het eigen thema in de klas. De docenten waren enthousiast. In pakweg tien uur werd een aantal doelen bereikt dat op school moeilijk te verwezenlijken is. Het project heeft een duidelijke meerwaarde: niet alleen wordt de lesstof 'van het papier'



gehaald, ook krijgen de leerlingen beter begrip van de eigen woonplaats en oefenen zij onderzoeksvaardigheden. Wat de docenten nog het meest opviel was de gedrevenheid en het enthousiasme waarmee de leerlingen zich op het project stortten. Een docent: 'Het meest treffend vond ik de tips die de leerlingen van hun klasgenoten meekregen over hoe je zo'n onderzoek het beste kunt aanpakken, welke problemen er kunnen zijn bij bronnenonderzoek en hoe je die kunt oplossen.' Via de website worden leerlingen en andere belangstellenden steeds op de hoogte gebracht van de laatste stand van zaken: [www.erfgoed-utrecht.nl/onderwijs](http://www.erfgoed-utrecht.nl/onderwijs).

## De meewerkende culturele instellingen

Vijf Amersfoortse culturele instellingen werkten mee aan dit project: Museum Flehite, het Armando Museum, het Museum Nederlandse Cavalerie, de Gemeentelijke Archiefdienst en het herinneringscentrum Kamp Amersfoort. Deze instellingen zijn onder andere geselecteerd op grond van hun motivatie: realiseerde het project hun eigen doelstellingen? Een positief antwoord biedt namelijk meer kans op een langdurige betrokkenheid. Uiteraard speelde de mogelijke inhoudelijke bijdrage de grootste rol (wat hebben ze aan bronnen op het gebied van...). Daarnaast is samen met de instellingen gekeken naar een aantal randvoorwaarden: maximale capaciteit per dag, of en hoe de leerlingen hun komst vooraf moeten melden (met name van belang als het benodigde materiaal niet permanent aan het publiek

wordt getoond), en hoe de entree geregeld wordt. Dit laatste resulteerde in de uitreiking van een entreepasje aan de leerlingen, waarmee ze gedurende vier weken onbeperkt toegang kregen tot alle instellingen.

Een voordeel van dit project is dat de leerlingen zelfstandig werken, en nauwelijks begeleiding nodig hebben van de betrokken culturele instellingen. Maar de te gebruiken bronnen – museale objecten en archiefstukken – moeten voor de leerlingen wel te vinden zijn. Een knelpunt, zo bleek in de praktijk. Een essentieel stuk vertoefde enige tijd elders, omdat de afspraken met de educatief medewerker intern niet waren doorgesproken.

## Vervolgprojecten in andere woonplaatsen

Dit schooljaar (2000–2001) wordt 'Amersfoort in de Tweede Wereldoorlog' uitgevoerd door vier scholen, met ongeveer 720 deelnemende leerlingen. De FSCE is daarbij nog steeds het aanspreekpunt voor de Amersfoortse scholen. Op termijn zal het project echter moeten draaien zonder deze tussenkomst en zal één van de betrokken culturele instellingen de coördinatie overnemen. Een logische en noodzakelijke ontwikkeling. De FSCE richt zich nu op de 'vertaling' van het Tweede Wereldoorlog-project naar andere woonplaatsen in de provincie Utrecht. Momenteel wordt het materiaal voor Zeist en omgeving en voor Woerden samengesteld.



- 'Oproep in het kader van de mobilisatie', historische bron voor de leerlingen in Museum Flehite (foto Janneke Pluim)

## Entreekosten en transport obstakels voor museumbezoek?

Transport en entreekosten gelden als belangrijke belemmeringen voor scholen om deel te nemen aan culturele activiteiten buitenshuis. Uit recent onderzoek in de provincie Utrecht blijkt echter dat deze twee factoren niet van doorslaggevend belang zijn. Veel belangrijker is de motivatie van de school of de betreffende leerkracht. Carol Richardson interviewde in opdracht van de Federatie Stichts Cultureel Erfgoed achttien leerkrachten van groep zes, naar aanleiding van het project 'Bouwen aan de Poort' van Museum Flehite in Amersfoort. Ook scholen die niet deelnamen zijn in het onderzoek betrokken.

De entreekosten (voor het project 'Bouwen aan de Poort' f75,- per groep) blijken voor de deelnemende leerkrachten geen rol te spelen. Vrijwel alle gebruikers geven aan dat het geld voor het museumbezoek uit het budget voor

'extra activiteiten' komt, waaruit ook het schoolreisje betaald wordt. Ook de niet-gebruikers zien de entreprijs niet als belangrijke belemmering.

Transport is ook geen reden voor de gebruikers om af te zien van deelname aan een museumproject. Scholen schakelen vaak ouders in voor het vervoer van de leerlingen naar een museum. De drie scholen die gebruik maken van het openbaar vervoer zijn daarover zeer tevreden. Scholen huren zelden een bus voor museumbezoek. Het enige knelpunt op het gebied van vervoer wordt de reistijd genoemd.

'De kinderen moeten op tijd terug zijn op school en dat is vaak wel krap.' Vooral onbekendheid met het aanbod bleek een belangrijke factor te zijn waardoor scholen niet deelnamen. De leerkrachten kenden het aanbod niet, omdat dit op een aantal scholen centraal wordt geselecteerd.

Ook gaven leerkrachten aan dat het aanbod vaak verspreid wordt op een moment (in maart of april) waarop zij

nog niet weten welke groep zij krijgen. Het aanbod moet uiteraard ook van goede kwaliteit zijn. 'Het gaat mij om het aanbod, om de vraag of het aantrekkelijk is voor leerlingen. Ik vind het belangrijk dat ze iets over hun omgeving weten. Dus gaan we gewoon', meldt een leerkracht.

## Tips voor musea

- zorg voor een kwalitatief goed (en kindvriendelijk!) aanbod;
- verstuur (nog) een mailing in het begin van het schooljaar, rechtstreeks aan de leerkracht van de betreffende groep(en);
- geef tips voor transport, zowel voor het gebruik van openbaar vervoer als voor parkeergelegenheid en -tarieven;
- maak duidelijk dat een groep zo ingepland kan worden dat bezoek en heen- en terugreis mogelijk zijn binnen schooltijd.



# Omgevingsonderwijs in Zeeland

## 'Dat zoeken we op'

Door Josien Pootjes,  
projectcoördinator  
'Dat zoeken we op',  
Bureau Provinciaal  
Museumconsulent  
Zeeland

'Dat zoeken we op' levert een duurzame bijdrage aan de integratie van het cultureel erfgoed in het onderwijs. In dit project zijn lesmateriaal en leermiddelen ontwikkeld voor het omgevingsonderwijs in de basisvorming van het voortgezet onderwijs in Zeeland.



### Omgevingsonderwijs

Omgevingsonderwijs is niet nieuw. Sinds jaar en dag wordt de leefomgeving van de leerlingen als een bron van kennis gezien. Het huidige omgevingsonderwijs is sterk toepassingsgericht, besteedt veel aandacht aan het ontwikkelen van vaardigheden en bevordert de samenhang tussen de vakken. De omgeving en het daarin aanwezige cultureel erfgoed bieden vele mogelijkheden tot actief en zelfstandig leren.

'Dat zoeken we op' is een samenwerkingsverband van onderwijsinstellingen en instellingen op het gebied van het cultureel erfgoed. Het doel is de ontwikkeling van een structuur die voorziet in een (methodische) inbedding van het cultureel erfgoed in de basisvorming van het voortgezet onderwijs in Zeeland. De aard en de opzet van deze structuur zijn provinciaal, de invulling is regionaal of lokaal. Het project wordt financieel mogelijk gemaakt door de provincie

geschiedenis en de beeldende vakken – zijn gelijk vertegenwoordigd. Elke onderzoeksopdracht doet een appèl op vaardigheden, zoals samenwerken, interviewen, een presentatie houden, een verslag schrijven, foto's maken, met behulp van de computer informatie zoeken. Het niveau van de opdrachten kan worden aangepast aan alle niveaus in het voortgezet onderwijs. In elke regio wordt een trainingsbijeenkomst georganiseerd voor docenten die met het materiaal aan de slag willen.

### Onderzoeksopdracht gevelstenen

De onderzoeksopdracht voor de beeldende vakken over gevelstenen is getest met 180 leerlingen uit klas drie havo/vwo van de Christelijke Scholengemeenschap Walcheren in Middelburg. De leerlingen kregen een opdrachtenboek en een logboek. Bij de inleiding werd een (echte!) gevelsteen getoond uit de leskistlade. Er werden groepjes samengesteld en elk groepje leerlingen kreeg een adres mee, om in de stad een gevelsteen te bekijken. Vier leerlingen gingen naar het gemeentearchief om 'verdwenen' gevelstenen op te zoeken. Achtergrondinformatie over de gevelstenen was op school aanwezig in de leskistlade. In hun logboek verzamelden de leerlingen alle informatie. De volgende lessen werden besteed aan het zelf ontwerpen van een gevelsteen en bij de eindpresentatie werd alle informatie samen met het eigen werkstuk besproken.

In totaal zijn de leerlingen zes lessen met deze onderzoeksopdracht bezig geweest. Wanneer er tijdens de les opmerkingen komen als: 'Nu woon ik al mijn hele leven in Middelburg, maar ik had nog nooit gevelstenen gezien', of: 'Ik vind het veel leuker om iets van mijn eigen stad te leren van vroeger, dan dat ik een werkstuk moet maken over Afrika', dan mag geconcludeerd worden dat het de leerlingen bijzonder aanspreekt om op deze manier, met hun eigen omgeving als uitgangspunt, te leren.

Op straat...op zoek  
naar gevelstenen  
(foto

Bureau provinciaal  
museumconsulent  
Zeeland)

Zeeland. De coördinatie is in handen van het Bureau Provinciaal Museumconsulent Zeeland.

### Thematische aanpak

Het overkoepelende thema 'Wonen en werken in Zeeland' is onderverdeeld in drie subthema's: 'Handel', 'Stad en platteland' en 'Water'. Voor elk thema wordt een kast samengesteld. De kasten bevatten verschillende lades (leskisten), met echte voorwerpen, geschreven bronnen, literatuurlijsten (inclusief internetadressen), plattegronden, foto's etc. De docentenhandleiding geeft aan waar het onderwerp in de vakmethodes wordt behandeld en wat de vakoverstijgende mogelijkheden zijn. Ook moet de docent weten welke voorbereiding wordt verlangd als de leerlingen een bezoek gaan brengen aan één van de culturele instellingen. Voor de leerlingen zijn hulpbladen ontwikkeld, voor als ze naar het archief of naar het museum gaan, een presentatie moeten houden of een interview gaan afnemen.

In totaal worden 24 onderzoeksopdrachten ontwikkeld, verdeeld over de drie thema's. De onderzoeksopdrachten sluiten aan bij de meest gebruikte onderwijsmethodes. Alle betrokken vakken – economie, aardrijkskunde,

Eind dit jaar wordt het project 'Dat zoeken we op' afgerond. De start is besproken in *Museumpeil* nummer 11 (juni 1999). Voor meer informatie over inhoud en voortgang kunt u terecht op de website: [www.people.zeelandnet.nl/bpmz/dzmo](http://www.people.zeelandnet.nl/bpmz/dzmo) (ook voor een abonnement op de nieuwsbrief) of tel. (0118) 63 10 51. Van de lessen over gevelstenen is een videoverslag beschikbaar.



# Culturele en Kunstzinnige Vorming op school

## Grids: de samenwerking tussen scholen en culturele instellingen in West-Friesland

In totaal 1084 leerlingen uit 4-havo en 4-vwo in Oostelijk West-Friesland volgden in het schooljaar 1999-2000 voor het eerst het vak Culturele en Kunstzinnige Vorming (CKV). Op initiatief van het Steunpunt Kunstzinnige Vorming West-Friesland werd, voorafgaand aan dit schooljaar, een project gestart met de naam Grids. Doel van dit project was om voor docenten en leerlingen het regionale aanbod van culturele instellingen in het oostelijk deel van West-Friesland op overzichtelijke wijze te presenteren.

### Informatie-uitwisseling

In het voorjaar van 1999 stelde het Steunpunt Kunstzinnige Vorming West-Friesland (SKV) een overleggroep samen. Dit netwerk in wording bestond uit de kunstcoördinatoren van de scholen voor voortgezet onderwijs in de regio (met name van scholen uit de kernen Hoorn, Enkhuizen en Stede Broec) en vertegenwoordigers van culturele instellingen. De overleggroep heeft vraag en aanbod geïnventariseerd. Wat is de inhoud van het vak CKV, hoe is het georganiseerd en wat hebben de culturele instellingen te bieden? De scholen verschaften informatie over het aantal leerlingen dat het vak zou gaan volgen (1084) en over de thema's die de leerlingen zouden kunnen kiezen (geen verrassing: 'helden' en 'de stad'). De culturele instellingen brachten informatie in over hun programma's, voorstellingen, exposities en faciliteiten. De overleggroep besloot de informatie in een gidsje en op een website te bundelen en beschikbaar te stellen aan docenten en leerlingen. Het project werd financieel mogelijk gemaakt door de gemeente Hoorn en de provincie Noord-Holland. De museumconsulent nam enige malen deel aan het overleg.

### Website en gids

Na een korte, maar zeer arbeidsintensieve periode van gegevens verzamelen, website-ontwikkeling en vormgeving konden de leerlingen van de vierde klas van havo en vwo via [www.grids.nl](http://www.grids.nl) en een boekje, *Grids 1999-2000, CKV-wijzer voor de regio West-Friesland*, een keuze maken uit het actuele culturele aanbod. Gids en site zijn gelijkvormig opgebouwd en geven de leerlingen de kans te zoeken naar cultuur in de eigen regio, onderverdeeld in hoofdstukken: beeldende kunst en architectuur, cultureel erfgoed, cursussen, film, literatuur, muziek, theater, theatergroepen en diversen. Onder het hoofdstuk cultureel erfgoed worden in de gids vijf musea

vermeld met adres en korte inleiding (op de website zijn het er zeven). Een kunstmuseum wordt onder het hoofdstuk beeldende kunst en architectuur behandeld.

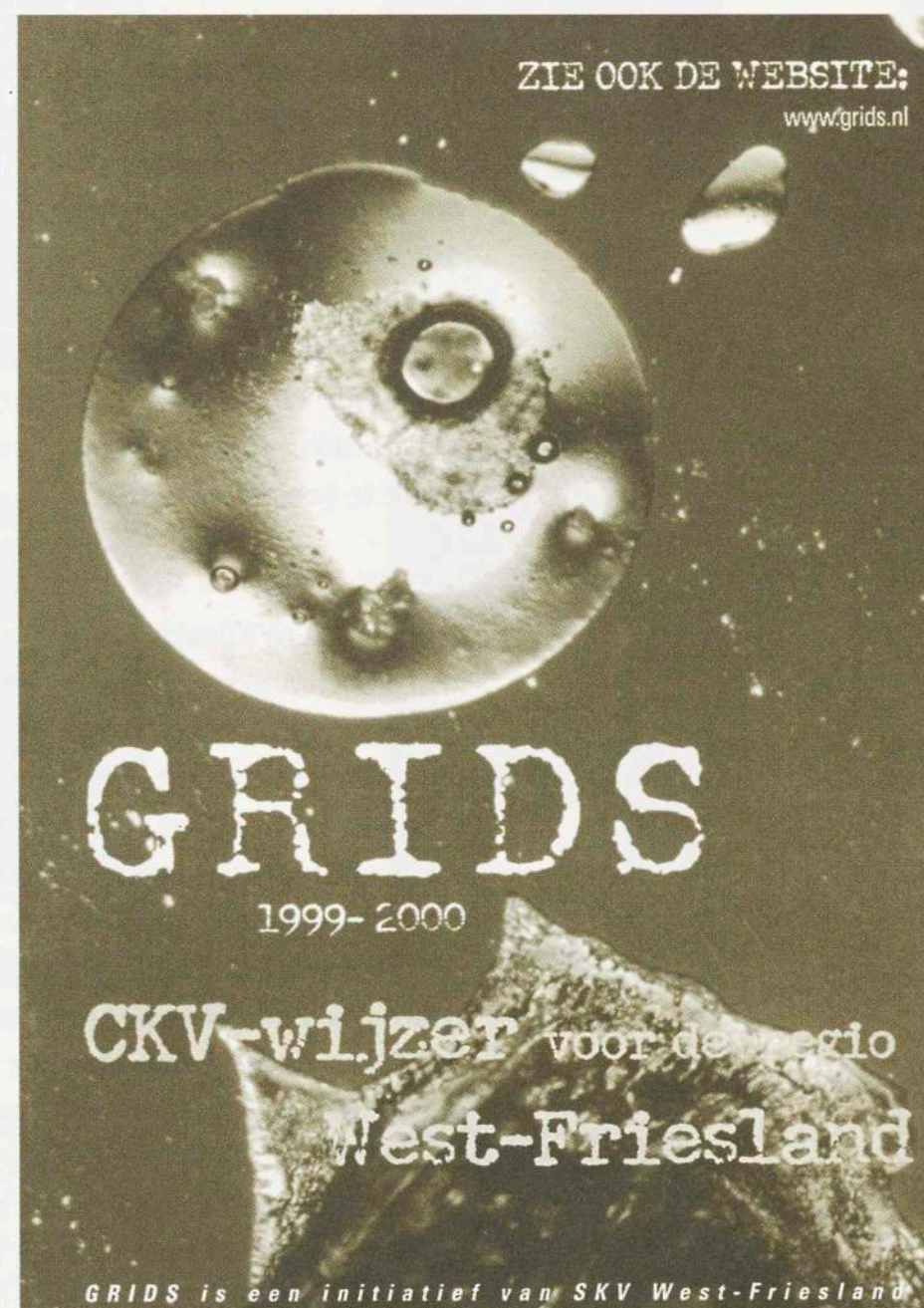
Verder treft men in de gids en op de site de adresvermelding aan van drie historische verenigingen, de archiefdienst, de in de regio opererende waterschappen, de regionale archeologische organisatie, een behoudsorganisatie voor boerderijen, een monument en vier relevante websites.

### Ervaringen en resultaten

Mede op basis van een enquête onder de leerlingen zijn de ervaringen in het eerste jaar door de overleggroep geëvalueerd.

Het project verkeert nog in een aanloopfase, dus er kan nog geen definitieve conclusie worden getrokken. Toch kunnen anderen hun voordeel doen met de in deze fase opgedane ervaringen. Gezien de achtergrond van de lezers van *Museumpeil*, staat hier de sector musea en cultureel erfgoed centraal.

Door Jan Sparreboom,  
museumconsulent,  
Stichting Museaal en  
Historisch Perspectief  
Noord-Holland



Grids 1999-2000  
(SKV West-Friesland)



- De feestelijke introductie van gids en site bracht een flink aantal leerlingen op de been. Zij kregen in een theater een voorproefje van enkele theater- en muziekonderdelen uit het aanbod. Dit heeft echter niet kunnen verhinderen dat slechts elf procent van de leerlingen gedurende het schooljaar gebruik maakte van Grids om hun culturele activiteiten te plannen. Onder de kunstcoördinatoren bestaat de indruk dat kort tevoren geplande, gerichte pr-acties op scholen (folders, affiches van actuele culturele activiteiten) meer effect sorteren.
- De leerlingen waardeerden het gebruiksgemak en de duidelijkheid van het boekje, maar vonden het uiterlijk minder aantrekkelijk. De vraag of leerlingen eigenlijk wel op de hoogte waren van het bestaan van het gidsje is echter niet gesteld. Ook over de waardering van de inhoud onder docenten en leerlingen zijn geen gegevens gevraagd en bekend. Op de vraag of het gidsje er het komende jaar ook weer moest komen, antwoordde 62 procent van de leerlingen bevestigend; 55 procent vond dat de website moest blijven bestaan.
- De website werd gedurende het schooljaar 400 maal bezocht. Ongeveer de helft van de bezoekers kwam uit Nederland. Helaas is niet te achterhalen welk percentage van de 200 Nederlandse bezoekers West-Friese leerlingen betreft. Wel is bekend dat geen enkele leerling gebruik heeft gemaakt van de mogelijkheid e-mail te sturen naar de organisatie via de website. De website is dan ook niet op alle scholen even intensief onder de aandacht van de leerlingen gebracht. De kunstcoördinatoren van de scholen zullen hier in het volgende jaar meer aandacht aan besteden. Ondanks de tegenvallende eerste resultaten hebben scholen en culturele instellingen namelijk besloten de website te handhaven. Uitgave van het boekje zal niet worden voortgezet, omdat het te duur is in relatie tot de te behalen resultaten.

#### **Waar gingen de leerlingen naar toe?**

- Het Steunpunt Kunstzinnige Vorming en de culturele instellingen hadden graag al na het eerste jaar een overzicht gehad van alle door de leerlingen gekozen voorstellingen en andere culturele activiteiten. Wat kiezen de kids? Helaas wilden de scholen nog niet meewerken aan het maken van een overzicht, omdat ze vreesden dat het teveel werk zou opleveren. Toch is het interessant na te gaan hoeveel leerlingen in hun eerste jaar CKV een museum of monument bezochten, en in welk verband. Een indicatie hiervoor geeft het gebruik van de CJP-vouchers, tegen inlevering waarvan iedere leerling gratis toegang krijgt.
- De resultaten van het onderzoek zijn teleurstellend. In de acht onderzochte instellingen (zeven musea en een monument) in de regio, met een gezamenlijk bezoekersaantal van circa 550.000, gebruikten slechts zestig leerlingen in het kader van hun CKV-vak de voucher als entreebewijs.
- Het Westfries Museum in Hoorn, dat gratis toegang verleent aan leerlingen uit de regio, werd bezocht door 75 West-Friese 4-havo- en 4-vwo-leerlingen, in vijf groepen van vijftien, in schoolverband en klassikaal. Hiermee is dit museum eenzaam koploper. Interessant is dat het

programma van dit museum erop gericht was deze leerlingen uit te leggen hoe een museum functioneert, en dus niet aansloot bij de in CKV behandelde thema's. Ook andere musea ontvingen leerlingen in groepsverband (als schoolexcursie) zonder dat daarbij de vouchers werden gebruikt. Het Zuiderzeemuseum in Enkhuizen (300.000 bezoekers per jaar) leverde dat in het schooljaar 1999-2000 in totaal 1640 leerlingen uit de regio West-Friesland op. Dit betrof echter in hoofdzaak leerlingen basisvorming. In het Frisia Museum voor het Magisch Realisme in Spanbroek kwamen in 2000 tot nu toe 51 leerlingen binnen met een voucher. Van deze leerlingen is echter niet nagegaan waar ze vandaan kwamen. Er hebben zich geen West-Friese CKV-leerlingen gemeld bij het Westfries Genootschap (een historische vereniging) of bij de archiefdienst van de West-Friese gemeenten.

#### **Voorlopige conclusie**

In de erfgoedsector is in het eerste, experimentele jaar van het bestaan van Grids nog weinig gebruik gemaakt van de geboden informatie en van de vouchers. Voor een deel is dit te verklaren uit onbekendheid onder de leerlingen met het vak CKV, met Grids en met het gebruik van de vouchers. Maar ook de kunstcoördinatoren van de scholen zijn nog onvoldoende op de hoogte van de mogelijkheden van erfgoededucatie. Over de vraag vanuit het onderwijs kunnen nog geen conclusies getrokken worden. Hoe en waarom leerlingen voor een bepaalde culturele activiteit kiezen is vooralsnog onduidelijk en lijkt afhankelijk van toevalligheden. De erfgoedinstellingen zijn in ieder geval niet in staat geweest om dit proces te sturen. De overige culturele instellingen hebben, meer door gerichte pr-acties dan door Grids, meer leerlingen kunnen bereiken. In de toekomst zou ook het gebruik van andere informatiekanalen in het onderzoek moeten worden betrokken, zoals bijvoorbeeld de Uitkrant, de Uitlijn, het Noord-Holland Magazine, de CKV-Wijzer Midden-Kennemerland ([www.ckvwijzer.nl](http://www.ckvwijzer.nl), lees vooral het interessante prikbord voor leerlingen, met veel drieletterwoorden), Kunst en Cultuur Noord-Holland (de Karavaan), het Jeugdtheaterfestival en het CJP-magazine.



# PRONKSTUKKEN TE KIJK

Maar dan moeten die waardevolle kunstschaten wel veilig in vitrines opgesteld staan!



Groninger Museum



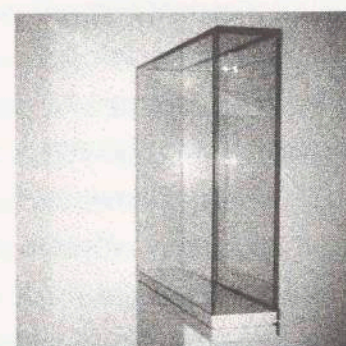
Munten- en penningenvitrine



Nationale Bank van België



Gemeentearchief Deventer



Museum Bronbeek, Arnhem

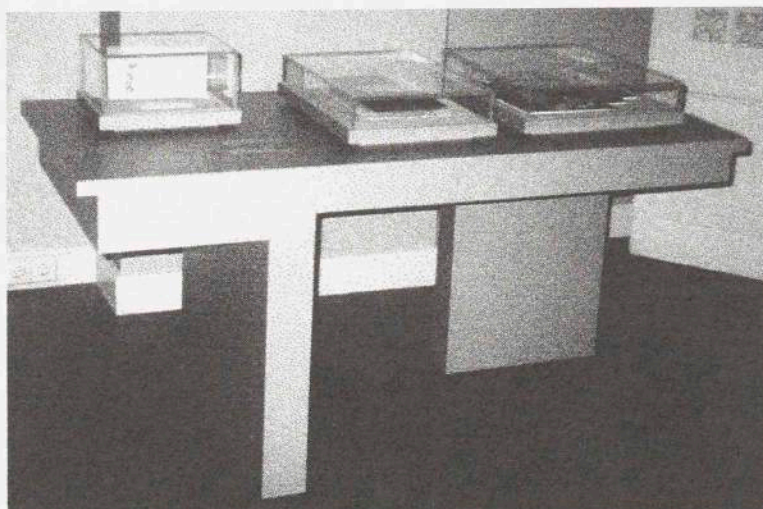
ROTHSTEIN, de wereldwijd erkende museuminrichter heeft een uitgebreid leveringsprogramma:

- Vitrines \* in diverse maten en uitvoeringen (o.a. dampdicht + Art Sorb voor een constant klimaat)
- Verlichting (o.a. glasfaser)
- Wand- en presentatiesystemen
- Depot- en archiefinrichting
- Toebehoren

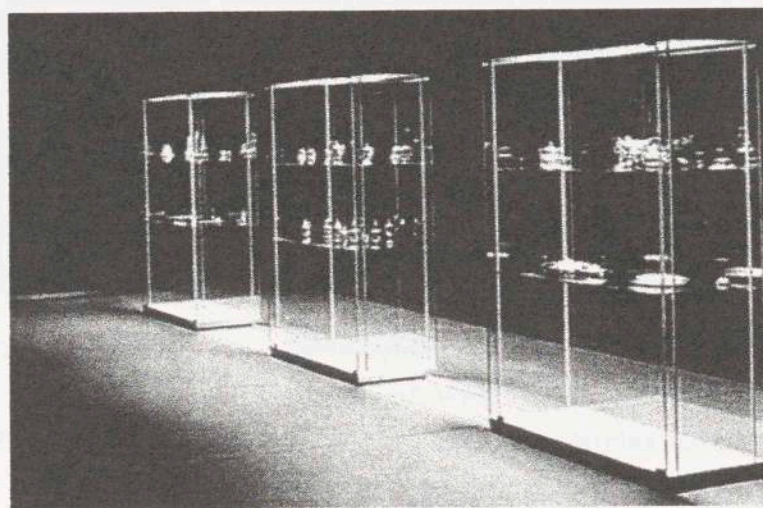
De vitrines hebben standaardmaten. Een wijziging is geen probleem en elke maat, kleur (RAL/NEXTEL) of uitvoering kan worden gemaakt. Ook naar architectenontwerp.

ROTHSTEIN producten zijn gegarandeerd van zéér hoge kwaliteit en worden tegen uiterst aantrekkelijke prijs geleverd.

\* = ROTHSTEIN-vitrines voldoen aan de conserveringseisen van de ICCROM.



Anne Frank Museum



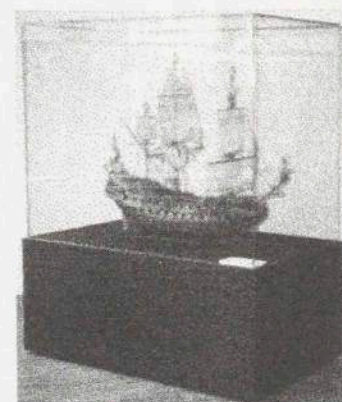
ROTHSTEIN, type ROVA-vitrines voor verhuur



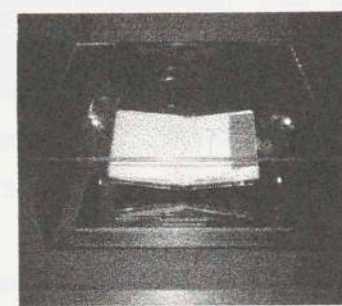
Mariniersmuseum Rotterdam



Schatkamer St. Mengold



Mariniersmuseum Rotterdam



Anne Frank Museum



Rijksarchief Zeeland

## ROVA VERHUURSERVICE

Perfect uitgevoerde vitrines in museumkwaliteit, stofdicht en met stelwanden. Dé oplossing voor wissel-, reizende- of speciale tentoonstelling; functioneel, degelijk en economisch. Wij installeren de vitrines en halen ze weer op, wáár de tentoonstelling ook plaatsvindt. Vakkundig, betrouwbaar en op tijd.

**ROTHSTEIN**  
Vitrines en museuminrichting

**IBT Nederland**

(Innovatieve Beheersings Technieken)

Postbus 25244

3001 HE ROTTERDAM

Telefoon: 010-2443231, Telefax: 010-4254723

Internet: [www.rothstein.de](http://www.rothstein.de)



# Auteursrecht in musea

## Het museum als gebruiker en als rechthebbende

Door Annemarie  
Beunen, Universiteit  
Leiden, en Madeleine  
de Cock Buning, De  
Brau Blackstone  
Westbroek

**Zojuist verschenen: de *Museumrechtwijzer*, een juridisch handboek voor musea.**

**Verschillende auteurs behandelen de Nederlandse wetgeving die musea direct aangaat.**

**Dit artikel geeft een samenvatting van het hoofdstuk over auteursrecht, met speciale aandacht voor het museum als rechthebbende.**

### Inleiding

Auteursrecht rust op alle werken die oorspronkelijk zijn en duurt vanaf de creatie van het werk tot zeventig jaar na de dood van de maker. Een groot aantal musea heeft dus (kunst)voorwerpen in de collectie waarop auteursrecht rust. Zij zijn als gebruikers van deze auteursrechtelijk beschermde werken voor een aantal belangrijke activiteiten afhankelijk van de toestemming van de makers van die werken. Steeds vaker worden musea ook zelf (auteurs)rechthebbenden op hun eigen producten, bijvoorbeeld catalogi, beeldbanken, websites enzovoort. Dit hangt nauw samen met de door de techniek geboden mogelijkheden om collecties digitaal te ontsluiten. Zo zijn musea enerzijds gebruikers van beschermde werken en genieten ze anderzijds zelf bescherming voor producten die van die werken zijn afgeleid. Beide hoedanigheden van musea komen hier aan bod.

### Het museum als gebruiker van auteursrechtelijk beschermde werken

Musea houden zich met diverse voor het auteursrecht relevante activiteiten bezig. Ze exposeren beschermde werken, maken tentoonstellings- en bezitscatalogi en doen (soms zelfs uitgebreid) aan merchandising. Musea onderhouden bovendien vaak eigen websites en (multi-media-)databanken. Sommige musea vertonen films en videokunst. Met welke rechten en rechthebbenden krijgen musea te maken wanneer ze auteursrechtelijk beschermde werken willen gebruiken?

### Tentoonstellen

Bij de koop of het in bruikleen geven van een kunstwerk wordt meestal een of andere vorm van expositie beoogd. Hoewel tentoonstellen moet worden beschouwd als een auteursrechtelijk relevante openbaarmakingshandeling waarvoor afzonderlijke toestemming van de rechthebbende nodig is, wordt daarvoor in de praktijk zelden een licentievergoeding aan de kunstenaar betaald. Voor eigenaars van kunstwerken bestaat een uitzondering in de Auteurswet die hun de bevoegdheid geeft het werk vrij te exposeren. Deze uitzondering heeft geen betrekking op foto's, films en video's zodat een museum het beste uitdrukkelijk toestemming voor de vertoning kan bedingen bij de maker.

Aan het tentoonstellen van een werk verbindt de Auteurswet een aantal voorwaarden die verband houden

met de zogenaamde persoonlijkheidsrechten van de maker: de tentoonstelling dient zorgvuldig te geschieden ten opzichte van de maker. Zo moeten naam en titel steeds bij het werk worden vermeld en mag het niet in een voor de kunstenaar nadelige context worden tentoongesteld. Voor andere wijzen van vertonen – bijvoorbeeld in een diaserie of op video, cd-rom, cd-i of Internet – is altijd speciale toestemming van de maker nodig. Voor door werknemers van het museum geschreven teksten geldt – evenals voor de meeste andere werkzaamheden van werknemers – dat het museum als auteursrechthebbende daarvan wordt aangemerkt. Met freelancers die in opdracht van het museum werken, moeten apart afspraken worden gemaakt, omdat het auteursrecht bij hen berust. Zij moeten het auteursrecht op hun teksten en dergelijke schriftelijk overdragen aan het museum of deze in ieder geval in licentie geven. Hetzelfde geldt voor freelance vormgevers of de makers van het promotie- en educatief materiaal bij een tentoonstelling. Ook na de overdracht van het auteursrecht zal de naam van de freelancer echter bij de tentoonstelling en afbeeldingen daarvan moeten worden vermeld, tenzij deze afstand heeft gedaan van het recht op naamsvermelding. Musea mogen bovendien niet zonder toestemming een door een externe vormgever ingerichte tentoonstelling wijzigen, ook in dit geval weer tenzij deze afstand heeft gedaan van het recht zich tegen wijzigingen te verzetten. De tentoonstelling verminken of misvormen mag echter nooit.

### Catalogi en merchandising

Het opnemen van werken (tekst en beeldmateriaal) in een museumcatalogus behelst verveelvoudiging en het verspreiden van de catalogus impliceert openbaarmaking. Voor beide handelingen is toestemming nodig van de makers van die werken. Er is echter een Europese auteursrechtlijn in aantocht waarin mogelijk een beperking komt die het gebruik van een kunstwerk ter promotie van openbare kunsttentoonstellingen vrij laat (bijvoorbeeld voor posters en persberichten). Voor het gebruik van werken op de *voorkant* van catalogi, ansichtkaarten, mokken, placemats enzovoort is toestemming van de maker vereist. In een licentieovereenkomst kan worden vastgelegd wie welk percentage krijgt van de eventuele opbrengst van deze producten. Om kostbare protesten op grond van persoonlijkheidsrechten te voorkomen, is het bovendien verstandig af te spreken dat de





maker de (druk)proeven bekijkt op kwaliteit en kleur alvorens ze in productie worden genomen.

#### Nieuwe media

Steeds vaker maken musea gebruik van nieuwe media bij het vergaren, bewaren, onderzoeken en beschikbaar stellen van hun collectie. Registratie van museale objecten vindt plaats in databaseprogrammatuur, in toenemende mate in multimedia. Voor de digitale vastlegging van een werk op bijvoorbeeld een diskette, harde schijf, cd-rom of cd-i dient een museum toestemming van de maker te verkrijgen; er vindt immers verveelvoudiging plaats. Een website waarop het museum een multimediale databank met zijn collectie plaatst, geldt als een afzonderlijke verveelvoudiging en openbaarmaking van de werken uit die collectie, zodat ook daarvoor toestemming van de kunstenaar vereist is. Nieuwe media bieden ook nieuwe mogelijkheden voor de presentatie van werken binnen de muren van het museum. Door middel van informatiezuilen met cd-rom of cd-i kan

bijvoorbeeld een tentoonstelling nader worden toegelicht. Voor zover de informatie in deze digitale producten auteursrechtelijk beschermd is, moet voor dit gebruik eveneens toestemming van de rechthebbende worden verkregen.

#### Beperkingen

Het auteursrecht is in de Auteurswet op een aantal punten door de wetgever beperkt. We noemden al de beperking dat de eigenaar van een kunstwerk dit werk zonder toestemming van de maker mag tentoonstellen. Ook op kunstwerken en architectuur die permanent aan de openbare weg staan, kan de maker geen volledige auteursrechtelijke aanspraak maken. Deze werken mogen zonder toestemming worden gefotografeerd, gefilmd of hoe dan ook worden verveelvoudigd en openbaargemaakt, mits het kunstwerk of het gebouw niet de hoofdvoorstelling van de reproductie vormt. Museumgebouwen of standbeelden en dergelijke mogen dus niet zelfstandig -

▪ Museumwinkel  
▪ Kasteel Groeneveld,  
▪ Baarn  
▪ (foto Rik Doornberg)



- zonder toestemming van de auteursrechthebbende -
- worden geëxploiteerd door er bijvoorbeeld ansichtkaarten van uit te geven.
- Reproducties (citaten) van kunstwerken mogen zonder toestemming van de maker en vergoedingsvrij *als illustratie* worden gebruikt mits aan een aantal voorwaarden wordt voldaan. In de eerste plaats dient het afgebeelde werk te worden geplaatst in het kader van een aankondiging of wetenschappelijke verhandeling. Een bericht over een aanstaande tentoonstelling van een kunstenaar is zo'n aankondiging. Een beoordeling is een recensie of bespreking van het kunstwerk. Daarnaast moet er een inhoudelijk verband zijn tussen het beeldcitaat en de tekst. Bij een artikel over een tentoonstelling van een schilder mag een van zijn schilderijen worden afgebeeld. De rechter oor-

## Het museum als rechthebbende

Van de auteursrechtelijk beschermde werken die een museum voor zijn activiteiten gebruikt, worden meestal weer nieuwe producten gemaakt. Denk aan tentoonstellings- of bezitscatalogi, videofilms, promotie- en lesmateriaal, merchandising, websites of cd-roms; alle zijn het producten waarin afzonderlijke kunstwerken zijn opgenomen. Voor de opname van deze werken moet het museum alle makers om toestemming vragen, wat er meestal op neerkomt dat (via de Stichting Beeldrecht) een licentievergoeding aan hen betaald moet worden. De nieuwe producten die uit de beschermde werken worden samengesteld, kunnen echter ook zelf weer voor bescherming in aanmerking komen.



Website van het  
Rijksmuseum,  
databank met  
afbeelding van  
Vermeers Keukenmeid

- deelde in 1989 echter dat er tussen foto's van de collectie van het Utrechtse Centraal Museum en een artikel over de uitbreiding van dat museum te weinig inhoudelijk verband bestond, zodat het *Utrechts Nieuwsblad* daarvoor geen beroep op het citaatrecht kon doen. Ook moet het beeldcitaat ondergeschikt zijn aan de tekst. Als uitgangspunt geldt dat de afbeelding niet louter versiering mag zijn. Bovendien moeten de titel en de maker van het werk worden vermeld (bronvermelding), terwijl ook de overige persoonlijkheidsrechten van de maker van het geciteerde werk moeten worden gerespecteerd.

## Auteursrecht en andere rechten

De bovengenoemde nieuwe producten genieten auteursrecht mits ze voldoende oorspronkelijk zijn. Dat geldt voor websites, films, catalogi en cd-roms. Daarentegen zullen ansichtkaarten of merchandising producten (zoals T-shirts of kalenders met schilderijen van Picasso) waarschijnlijk niet oorspronkelijk genoeg zijn voor auteursrecht. Naast het auteursrecht bestaat sinds 1999 ook het databankrecht. Hiervoor komen producten in aanmerking die als een databank zijn te beschouwen, oftewel een verzameling van systematisch geordende elementen die afzonderlijk toegankelijk zijn. Voorbeelden zijn catalogi, fotocollecties, archieven, cd-roms of websites. Het data-



bankrecht kan dus zowel op niet-elektronische als op elektronische data-banken rusten. Dit recht is speciaal voor databankproducenten gecreëerd als beloning voor de substantiële investeringen die zij doen om databanken samen te stellen. Vaak krijgt men te maken met opeenstapelingen van rechten op hetzelfde product. Het auteursrecht en/of databankrecht dat een product (bijvoorbeeld een catalogus) op zichzelf geniet, laat het auteursrecht op elk van de werken die erin zijn opgenomen namelijk ongemoeid. Ook op oude objecten, waarvan de maker langer dan zeventig jaar dood is, kan overigens een soort auteursrecht rusten dat men editio princepsrecht noemt. Dit recht komt toe aan degene die een dergelijk voorwerp voor het eerst publiceert en wordt daarom ook wel vinderecht genoemd. Het geeft de vinder tot 25 jaar na de eerste publicatie het recht om anderen (al dan niet tegen een vergoeding) toe te staan het voorwerp te reproduceren of openbaar te maken.

Afgezien van de rechten die op de museale objecten zelf rusten, kan zich ook een extra beschermingslaag aandienen bij foto's daarvan. Foto's kunnen namelijk op zichzelf ook weer oorspronkelijk genoeg zijn voor auteursrecht. Bij foto's van driedimensionale objecten (sculpturen, toegepaste kunst, volkenkundige voorwerpen enzovoort) is dat eerder het geval dan bij technisch perfecte foto's van tweedimensionale werken zoals schilderijen of prenten. In het eerste geval heeft de fotograaf meer keuzemogelijkheden wat betreft standpunt, lichtval en dergelijke, zodat hij de foto meer oorspronkelijkheid kan meegeven.

#### Wie is rechthebbende?

Aan wie komen de rechten toe op foto's van collectieonderdelen en de nieuwe producten die ervan worden gemaakt? Dat hangt af van de relatie die er bestaat tussen het museum en de fotograaf of de maker van het product. Worden de foto's en het product gemaakt door medewerkers die bij het museum in dienst zijn, dan komt het auteursrecht erop toe aan het museum als werkgever (tenzij hun arbeidscontract daarover iets anders bepaalt). Heeft het museum het fotograferen en de fabricage van het product echter uitbesteed aan een externe fotograaf of bedrijf, dan blijft het auteursrecht bij deze opdrachtnemers. Vaak zal het museum zelf willen beschikken over het auteursrecht op de foto's of de producten die het laat maken. Het museum moet dan in de opdrachtovereenkomst (schriftelijk) regelen dat de fotograaf of het bedrijf zijn auteursrecht in zijn geheel aan het museum overdraagt. In de huidige informatiemaatschappij is het slim daarbij expliciet te vermelden dat de auteursrechtoverdracht ook de rechten ten aanzien van digitaal gebruik omvat en bovendien geldt voor alle, nog onbekende toekomstige exploitatiewijzen. Zo hoeft het museum niet voor iedere keer dat het de foto wil gebruiken, toestemming te vragen aan de fotograaf en hem in ruil daarvoor een licentievergoeding te betalen.

#### Uitbating van museaal beeldmateriaal

Zoals hiervoor is opgemerkt, rust er niet altijd auteursrecht op foto's van museale objecten (en als er al

auteursrecht op bestaat, berust dat ook niet steeds bij het museum zelf). Gebrek aan oorspronkelijkheid maakt dat met name foto's van tweedimensionale werken dit soms moeten ontberen. Denk bijvoorbeeld aan een foto van Vermeers Keukenmeid op de website van het Rijksmuseum. De publicatie van niet auteursrechtelijk beschermde foto's in bijvoorbeeld een catalogus, op cd-rom of Internet heeft tot gevolg dat iedereen deze vrij mag hergebruiken zonder daarvoor toestemming nodig te hebben van de fotograaf en/of het museum (tenzij het museum deze voorwaarde daaraan uitdrukkelijk heeft verbonden). Hetzelfde geldt voor foto's die door bezoekers in het museum worden gemaakt.

#### Het museum als eigenaar of beheerder

Als eigenaar of beheerder van het gebouw en de collectie kan het museum wel voorwaarden stellen aan de toegankelijkheid ervan door bijvoorbeeld een fotografeerverbod in te stellen. Foto's van collectieonderdelen kunnen dan uitsluitend bij de fotodienst van het museum besteld worden. Het museum bezit daarmee een monopoliepositie omdat het de enige bron is van het beeldmateriaal van zijn collectie. Als culturele ondernemers kunnen musea wellicht in de verleiding komen hun machtspositie commercieel uit te buiten. Daarbij moeten ze wel opletten geen misbruik van hun monopolie te maken door hoge prijzen voor het beeldmateriaal te vragen. Dat stuit niet alleen op bezwaren omdat museale objecten vaak met publieke gelden zijn verworven, maar het is ook in strijd met het mededingingsrecht. Uit het mededingingsrecht vloeit voort dat een monopolist zijn materiaal tegen redelijke voorwaarden aan anderen ter beschikking moet stellen. Prijsdifferentiatie naar soorten gebruikers (bijvoorbeeld commercieel of niet) is daarbij overigens toegestaan.

#### Uitbating: zelf doen of uitbesteden?

Een museum kan bestellingen van zijn beeldmateriaal zelf afhandelen of uitbesteden. Museaal beeldmateriaal is zeer gewild bij commerciële bedrijven zoals Microsoft-dochter Corbis. Dergelijke ondernemingen benaderen musea en fotoarchieven om hun materiaal te digitaliseren en op Internet aan te bieden. Het voordeel is dat zij ook actief reclame maken voor het beeldmateriaal. Een nadeel van deze bedrijven is echter dat zij proberen voor een lange periode de exclusieve bevoegdheid te krijgen om bestellingen af te handelen. In ruil daarvoor biedt men musea relatief lage vergoedingen. Ook eist men soms de mogelijkheid de afbeeldingen te manipuleren en claimt men auteursrecht op de gescande afbeeldingen, hoewel deze claim in veel gevallen niet houdbaar is. Wel kan een museum dat sterk in zijn schoenen staat gunstigere voorwaarden uit de onderhandelingen slepen. Een andere mogelijkheid is de uitbating van het beeldmateriaal over te laten aan een non-profit organisatie zoals de Stichting Beeldrecht. Mits er voldoende vraag naar museaal beeldmateriaal bestaat, zou de museumwereld kunnen overwegen een eigen organisatie op te richten waar al het beeldmateriaal van de Collectie Nederland kan worden besteld.

'Museumrechtwijzer',  
juridisch handboek  
voor musea  
redactie:  
Annemarie Beunen  
Amsterdam:  
Stichting Boekman-  
studies, 2000,  
ca. 300 pagina's  
ISBN 90-6650-066-2,  
prijs f59,50  
Te bestellen bij de  
boekhandel of de  
Boekmanstichting,  
tel. (020) 624 37 36,  
e-mail  
secretariaat@  
boekman.nl

Voor meer informatie  
over auteursrecht op  
beeldmateriaal:  
Stichting Beeldrecht,  
tel. (020) 347 05 65,  
e-mail info@cedar.nl,  
website www.cedar.nl



# Tattoo Museum Amsterdam

## Gesloten, maar niet verdwenen

Door Renée van Minden  
en Esther ter Beek,  
studenten Culturele  
Studies, Universiteit  
van Amsterdam

Het voortbestaan van het jonge Tattoo Museum staat voortdurend op het spel. Momenteel heeft het museum zelfs geen eigen expositieruimte. De collectie is echter bijzonder genoeg, en bovendien afkomstig uit verschillende culturen en aantrekkelijk voor jongeren – speerpunten van het huidige overheidsbeleid. Twee enthousiaste studenten schreven een ambitieus beleidsplan.



Japanse man met  
traditionele Irezumi-  
tatoeage,  
(foto: Felix Beato,  
ca. 1880, collectie  
Tattoo Museum)

### Tattoo Museum

Het Tattoo Museum is in 1996 opgericht door Henk Schiffmacher, tatoeëerder en gepassioneerd verzamelaar van tatoeagekunst. Gedurende ruim twintig jaar bracht hij een indrukwekkende, internationale verzameling bijeen, die onder andere bestaat uit tatoeageontwerpen, tatoeagemachines, foto's, stukken geprepareerde getatoeëerde huid en prenten. De verzameling is ondergebracht in een stichting, de Stichting Tattoo. Deze stichting beheert ook het museum. Ter vervulling van een jongensdroom werd de verzameling

vier jaar geleden voor het publiek opengesteld in het Tattoo Museum aan de Oudezijds Achterburgwal in Amsterdam. Een groep enthousiaste tatoeageliefhebbers heeft de eerste drie jaar alle zeilen bijgezet om het museum draaiende te houden. Ondanks een niet gering bezoekersaantal van ongeveer 18.000 mensen per jaar, hield het museum problemen veroorzaakt door een gebrek aan financiële middelen. Het museum ontvangt geen enkele subsidie en is afhankelijk van entreegelden en incidentele giften. Tevens ontbrak het aan specifieke kennis van het museumwerk. Dit waren de twee belangrijkste redenen van de sluiting van het museum in oktober 2000. Het museum beschikt inmiddels wel over een ambitieus beleidsplan.

### De stage

Wij zijn Renée van Minden en Esther ter Beek, twee derdejaars studenten Culturele Studies aan de Universiteit van Amsterdam, en liepen het afgelopen jaar stage bij het Tattoo Museum.

Met Henk Schiffmacher spraken we af dat we eerst een bedrijfsanalyse zouden maken, die het beginpunt zou vormen van een beleidsplan voor het jaar 2000. De bedrijfsanalyse zou de problemen die de dreigende sluiting van het museum veroorzaakten in kaart brengen. Het beleidsplan zou de lijnen uitzetten naar een nieuwe, professionele toekomst van het museum. We doken in alle belangrijke contracten en paperassen, voerden gesprekken met alle medewerkers (inclusief de vrijwilligers), leveranciers en andere 'stakeholders' van het Tattoo Museum. Zo kregen we al snel een goed beeld



### SWOT-analyse: de sterke kanten van het Tattoo Museum

- Het Tattoo Museum is het enige instituut ter wereld dat op deze schaal de geschiedenis en actualiteit van de tatoeagekunst in kaart brengt.
- De locatie van het museum is zeer gunstig voor de aanloop van publiek. De aparte sfeer van de rosse buurt draagt bij aan de mystiek van tatoeages.
- De initiatiefnemer van het Tattoo Museum, de heer Henk Schiffmacher, geniet internationale bekendheid op tatoeagegebied.
- De bereikbaarheid met het openbaar vervoer is meer dan goed te noemen.
- De medewerkers van het Tattoo Museum zijn zeer enthousiast en beschikken over de creativiteit om beperkingen te overwinnen en de aanwezige middelen optimaal te benutten.
- Het Tattoo Museum beschikt over zeer specifieke kennis omtrent tatoeage.
- Het Tattoo Museum beschikt over een groot internationaal netwerk dat bestaat uit tatoeëerders, deskundigen en liefhebbers.
- Het Tattoo Museum heeft veel verbindingsmogelijkheden met andere disciplines, onder andere popmuziek, film, jongerenculturen, volkenkunde en geschiedenis.

van de stand van zaken. Maar hoe moesten we dat vertalen naar een beleidsplan?

De cursus 'Het schrijven van een beleidsplan voor een museum', aangeboden door het Landelijk Contact van Museumconsulenten, kwam voor ons precies op het juiste moment. Maar zou men ons, twee jonge, enthousiaste maar vreemde eenden in de bijt - vanuit een dito museum - wel serieus nemen? Al snel bleek dat onze vragen en problemen helemaal niet zo bijzonder waren, maar gedeeld werden door meerdere cursisten. Deze herkenning was een prettige bijkomstigheid van de cursus; de gesprekken met 'lotgenoten' waren bemoedigend, boeiend en leerzaam.

Het feit dat het eigen museum tijdens de cursus als casus dient, bracht ons weer een stukje dichterbij het uiteindelijke doel. Tijdens de cursus wordt een abstract denkproces ondersteund door een concreet stappenplan, dat in de afrondingsfase van ons beleidsplan van cruciaal belang bleek te zijn. Het diende als checklist, en verschaftte ons een helder overzicht, waardoor we door de bomen toch het bos konden blijven zien. Dit stappenplan is opgenomen in het cursusboek *Elementen voor een beleidsplan van een museum*.

### Het beleidsplan 2000

De missie van het museum luidt als volgt: 'Het Tattoo Museum stelt zich ten doel de kennis omtrent alle aspecten van tatoeagekunst te verzamelen, te waarborgen, toegankelijk te maken en te verspreiden, alsmede wetenschappelijk te onderzoeken. Als enige instituut ter wereld waar verzamelingen, kennis en contacten op het gebied van tatoeage op een professionele manier samenkomen, zal het de low-arts, de hoge cultuur en de etnografie combineren. Door middel van een beleid van wisselende tentoonstellingen, het organiseren van lezingen, het organiseren van internationale conferenties en het publiceren via verschillende media zal het Tattoo Museum, naast zijn museale rol, een belangrijke spreekbuis van de internationale tatoeagewereld zijn en zo verschillende (sub)culturen naar elkaar toebrengen.'

De drie pijlers van een museum - te weten de collectie,

het publiek en de bedrijfsvoering - bepalen de opzet van het beleidsplan. Als uitgangspunt diende een SWOT-analyse van het museum, waarin wordt aangegeven wat de sterke en zwakke kanten zijn. (SWOT staat voor Strengths, Weaknesses, Opportunities en Threats.) Uit de SWOT-analyse concludeerden wij dat de hoogste prioriteit voor het Tattoo Museum ligt in professionalisering en imagoversterking. Zo willen wij de collectie registreren en ons nader bezighouden met actieve en passieve conservering en eventuele restauratie van objecten. Wat de publieksbenadering betreft stellen we ons ten doel de cultuurhistorische waarde van de collectie te onderstrepen, onder andere door het samenstellen van een informatiepakket en het archiveren en toegankelijk maken van de bibliotheek (imagoversterking). Qua bedrijfsvoering heeft het zoeken van structurele financiële steun de hoogste prioriteit.

### De uitvoering

Het schrijven van een beleidsplan is één ding, het implementeren ervan een tweede. Op dit moment proberen wij in het Tattoo Museum de in het beleidsplan gestelde doelen te verwezenlijken. Theorie en praktijk komen niet altijd samen. Het gapende gat in onze begroting heeft geleid tot een (tijdelijke) sluiting van het museum. Daar komt bij dat het gebouw eigenlijk te klein was. Toch is ook een aantal zaken nu al gerealiseerd. Zo heeft het museum een publieksonderzoek uitgevoerd, waarvan de resultaten de basis zullen vormen van onze toekomstige marketingstrategie. Tevens was de eerste tijdelijke tentoonstelling een feit: een overzichtstentoonstelling van Japanse tatoeagekunst, Irezumi, samengesteld in het kader van 400 jaar betrekkingen tussen Nederland en Japan. Eveneens staat een vereniging van vrienden op stapel. Met het organiseren van de vaste achterban hoopt het museum zijn bestaansrecht alsnog te bewijzen. Laten we hopen op een professionele doorstart. Er bestaan plannen om een nieuw museum te openen, waarin ook andere collecties getoond zullen worden. Maar ook een verhuizing van het museum naar de Verenigde Staten is niet uitgesloten.



Meer informatie over het Tattoo Museum op de website: [www.tattoomuseum.com](http://www.tattoomuseum.com)  
Het boek 'Elementen voor een beleidsplan van een museum', een uitgave van LCM, NMV en ICN, is te bestellen bij de Brabantse Museumstichting, tel. (013) 535 55 65, e-mail [bms@bart.nl](mailto:bms@bart.nl) prijs f15,- (excl. verzendkosten), ISBN 90-70225-18-2.  
Voor data en locaties van de bijbehorende cursussen: zie het 'Scholingsaanbod 2001' van LCM en NMV.

Entree website Tattoo Museum (foto Tattoo Museum)



# Provinciaal museumconsulent bemiddelt tussen museum en overheid

Door Annelies Jordens,  
directeur Federatie  
Stichts Cultureel  
Erfgoed en provinciaal  
museumconsulent  
van Utrecht

Annelies Jordens  
(foto Nienke Pool)

Het eerste deel van een nieuwe serie in *Museumpeil*: de provinciaal museumconsulent over de praktijk van het advieswerk. Annelies Jordens vertelt hoe het museumconsulentschap zich in de loop der jaren heeft ontwikkeld. Het begon als praktijkgerichte, individuele hulpverlening op de diverse museale taakgebieden. Tegenwoordig ligt de nadruk op beleidsmatige ondersteuning en projectmatige ondersteuning van meerdere musea tegelijk. De provinciaal museumconsulent treedt steeds vaker op in een bemiddelende rol en probeert overheden, musea en andere betrokkenen op één lijn te krijgen.

## Het museumconsulentschap in de provincie Utrecht

In de provincie Utrecht is in 1976 voor het eerst een museumconsulent benoemd ter ondersteuning van de musea. Men dacht daarbij vooral aan de kleinere musea die voornamelijk door vrijwilligers draaiend worden gehouden. De provinciaal museumconsulent moest van alle markten thuis zijn, en letterlijk de handen uit de mouwen steken om de musea beter in te richten en toegankelijker te maken. De taak van de consulent is in de loop der jaren echter sterk geëvolueerd. Het uitgangspunt is gebleven, maar de uitvoering is veranderd. Vanaf de tweede helft van de jaren tachtig is de nadruk steeds meer komen te liggen op beleidsmatige ondersteuning van de individuele musea. Inhoudelijke adviezen, toegespitst op de situatie van het museum als geheel, waren daarvan het gevolg. De steun was niet meer gericht op de oplossing van een tijdelijk knelpunt of probleem, maar op verbetering van de totale structuur van de museumorganisatie.

Eind jaren tachtig groeide in de provinciale politiek het draagvlak voor ondersteuning van musea. Utrecht kent geen provinciaal museum; het uitgangspunt is dat alle musea samen het cultureel erfgoed van de provincie verzamelen en beheren. In het provinciaal museumbeleid ontstond daarom ruimte voor uitbreiding van de centrale steunfunctie. De provinciaal museumconsulent kon het taakgebied 'educatie en publiek' voortaan aan een collega toevertrouwen. Begin jaren negentig heeft de toenemende belangstelling van het Rijk voor het behoud van collecties – die zich vertaalde in het Delta-plan voor het Cultuurbehoud – ertoe geleid dat op provinciaal niveau een consulent 'beheer en behoud' werd aangesteld. Het team van drie museumconsulenten, met ieder een eigen specialisatie, kon de ondersteuning van musea op grotere en bredere schaal dan voorheen aanpakken. Bovendien groeide de effectiviteit van de





ondersteuning: projecten werden in meerdere musea tegelijkertijd uitgevoerd. Thermohygrografen zijn in grote aantallen verspreid, evenals klimaatbeheersingsapparaten. Het depotonderzoek en het 'museum inventarisatie project' (MUSIP) zijn uitgevoerd. Op dit moment wordt de professionele objectregistratie binnen de musea geëntameerd. Daarnaast blijft individuele advisering een belangrijke taak van de consulent. Oplossingen zijn vaak afhankelijk van de positie van een museum in de gemeente. Algemene richtlijnen moeten dus steeds weer vertaald worden naar specifieke omstandigheden.

### **Bemiddelingsrol**

In veel gemeenten maakt het museum deel uit van de gemeentelijke organisatie. Het personeel is in gemeentelijke dienst en de financiële middelen staan direct op de gemeentelijke begroting. Als organisatie is het museum echter nogal verschillend van andere gemeentelijke diensten. Begrip voor deze uitzonderlijke positie is door collega-ambtenaren vaak moeilijk op te brengen. 'Die mensen in het museum gaan maar hun eigen gang, zij houden zich niet aan algemene regels en leggen op een andere wijze verantwoording af', is vaak gehoorde kritiek. Anderzijds vinden de museummedewerkers dat er bij hun werkgever weinig begrip is voor de bijzondere omstandigheden en de andere eisen die aan het museumbedrijf gesteld worden.

Als consulent heb je geen binding met de gemeentelijk organisatie. Je bent een buitenstaander, maar wel zeer nauw betrokken bij het wel en wee van het museum. Je kent de problematiek van een klein museum waar slechts enkele mensen 'het bedrijf' moeten leiden. Je kent echter ook de gemeentelijke structuren, waarin de werkprocessen aan algemene richtlijnen moeten voldoen. Als deskundige voor beide partijen kun je begrip kweken voor de wederzijdse situatie, zonder afbreuk te doen aan ieders verantwoordelijkheid en positie. Dit leidt tenslotte tot een prettige samenwerking binnen de totale organisatie. In Utrecht heeft dit in een aantal gevallen geresulteerd in betrokkenheid van de museumconsulent bij de werving van een nieuwe medewerkers. Deze nam zitting in gemeentelijke sollicitatiecommissie, om de 'museale inhoud' te vertegenwoordigen. Zo is de eigen plaats van het museum in de gemeentelijke organisatie erkend en bevestigd, en is de positie van het museum en de nieuwe medewerker voor alle partijen duidelijk.

### **Veranderingen in museumstructuur**

Algemene inzichten over de relatie tussen overheid en samenleving zijn aan verandering onderhevig. In de afgelopen jaren is de opvatting over taken en verantwoordelijkheden van de overheid verschoven van directe betrokkenheid in de uitvoering naar bestuurlijke verantwoordelijkheid op afstand. De (voormalige) rijksmusea zijn in dit proces van verzelfstandiging voorgegaan. Ook voor andere musea is dit proces aan de orde, zij het dat vorm en uitvoering niet vergelijkbaar zijn. Gemeentebesturen volgen de rijksoverheid in het besturen op afstand, en willen daarom steeds vaker hun relatie met

het plaatselijke museum wijzigen. Zo'n veranderingsproces is geen eenvoudige opgave. Het kan ingrijpende gevolgen hebben voor de museumstructuur. Beide partijen moeten zich beraden op hun uitgangspunten en wensen. Het gaat vaak om ingrijpende zaken als de juridische status, verhuizing en verbouwing, en de financiële positie. Musea komen buiten de directe gemeentelijke verantwoordelijkheid terecht, en de omstandigheden waaronder zij moeten functioneren zijn wezenlijk verschillend.

Voor een plaatselijk museum is het lokale draagvlak van groot belang. Zonder betrokkenheid van de directe omgeving kan het museum nauwelijks bestaan. Grote, structurele veranderingen moeten kunnen steunen op voldoende draagvlak binnen de gemeenschap om de succeskans optimaal te maken. De morele en daadwerkelijke steun van betrokkenen is een belangrijke hoofdvoorwaarde voor het slagen van zo'n structuurwijziging. In het proces moeten de partijen gezamenlijk optrekken. Wezenlijke vragen over veranderingen in de verhoudingen moeten worden gesteld en beantwoord. Gaat het museum de gebouwen beheren, die wel in eigendom van de gemeente blijven? Wie krijgt de eigendom en de verantwoordelijkheid voor beheer en behoud van de collecties? Welke personele verantwoordelijkheden kan een bestuur van vrijwilligers op zich nemen? De taak van de museumconsulent als adviseur in dit veranderingsproces bestaat uit het analyseren van wat er leeft in de gemeenschap, het aanhoren van gedachten en wensen van betrokkenen, het verschaffen van informatie over opvattingen in het museale veld ten aanzien van aard en vorm van nieuwe structuren, het steunen bij het maken van moeilijke keuzes. Het proces neemt veel tijd in beslag. Alle partijen moeten wennen aan de veranderde situatie. Als de nieuwe structuur is neergezet en de organisatie ermee gaat werken, begeleidt de museumconsulent het museum nog totdat het aangeeft zijn eigen weg te kunnen gaan.



# Creatieve sponsorwerving

## Adopteer een museumstuk in Deventer

Door Elke Pluijmen,  
museumconsulent,  
Stichting Museaal en  
Historisch Perspectief  
Noord-Holland  
(1994-2000 conservator  
bij de Gemeentemusea  
Deventer)

Musea worden steeds creatiever in het binnenhalen van sponsorgeld. Voor een grote tentoonstelling of een spectaculaire aankoop is dat relatief gemakkelijk, maar waar vind je iemand die de restauratie of conservering van een museumvoorwerp wil bekostigen? Het Historisch Museum de Waag en het Speelgoed- & Blikmuseum in Deventer startten in 1995 met succes een adoptieproject.



Ter adoptie aangeboden:  
'De evangelist  
Mattheus' door  
Hendrick ter Brugghen,  
1621 (foto Historisch  
Museum de Waag)

### De collectie als marketinginstrument

Deventer heeft twee middelgrote gemeentemusea, het Historisch Museum de Waag en het Speelgoed- & Blikmuseum. Musea die als zoveel andere kampen met het probleem van een te laag budget voor conservering en restauratie van de collectie. Zij vonden in 1995 een onorthodoxe oplossing. Onder aanvoering van de pr-medewerker werd de collectie ingezet als marketinginstrument, met als doel het vergaren van fondsen voor conservering en restauratie. De museummedewerkers selecteerden binnen

de collectie twee representatieve clusters, waarin het aantal te restaureren en/of conserveren objecten relatief hoog was. Voor Historisch Museum de Waag was dat de schilderijencollectie, voor het Speelgoed- & Blikmuseum de poppencollectie. Samen met een schilderijenrestaurator en een poppenrestaurator werden de clusters geanalyseerd en de prioriteiten vastgelegd. Een vertragende bijkomstigheid was, dat het vinden van een bekwaam restaurator voor poppen zeer moeilijk was. De term 'poppendokter' bleek in de praktijk inderdaad negatief te zijn: het uitgangspunt dat



ook poppen zeer terughoudend 'behandeld' moeten worden werd door de meeste poppendokters niet onderschreven.

### Tentoonstelling adoptieproject

Op een plaatselijke bedrijvenmarkt werden de eerste voorzichtige contacten met het bedrijfsleven gelegd, vooralsnog om het idee te testen. Vervolgens werd onder de titel 'adoptieproject' een tentoonstelling van de uitgekozen schilderijen en poppen samengesteld en gepresenteerd aan het algemene publiek. De doelgroep bestond zowel uit particulieren als uit bedrijven, instellingen en verenigingen. De objecten werden gepresenteerd met de beschrijving van de noodzakelijke ingrepen en het bijbehorende kostenplaatje. Zowel de particulier met een kleine portemonnee als het grote bedrijf werd bediend: de adoptiekosten liepen uiteen van f 450,- tot f 7.500,-.

### De poppencollectie

Het traject voor de poppen zag er vervolgens anders uit dan dat voor de schilderijen. De poppen werden in het Speelgoed- & Blikmuseum als in een ziekenboek tentoongesteld. In de lokale krant verscheen wekelijks een column waarin een zieke 'pop van de week' werd voorgesteld. De bedoeling was dat dit tragische poppenleven iedere week een adoptiefouder zou opleveren, maar helaas: op de krantencolumns reageerde niemand. Wat wel werkte was een grote spaarpot-thermometer bij de tentoonstelling in het museum: gestaag druppelde die steeds weer vol.

Het bleek onmogelijk om bedrijven of verenigingen voor de poppen te interesseren, terwijl de individuele museumbezoekers wel geraakt werden. Achteraf had dit natuurlijk voorzien kunnen worden door de verschillende doelgroepen van de actie beter te omschrijven. Wat ook een rol speelde, is dat de bezoekersgroepen van de twee betrokken musea verschillend zijn.

De ziekenboek is sinds de eerste grote tentoonstelling weliswaar geslonken, maar blijft een onderdeel van de opstelling in het Speelgoed- & Blikmuseum. De thermometer raakt nog steeds gevuld, waardoor ook regelmatig

'genezen' poppen getoond kunnen worden. Voortdurende werving blijkt meer effect te hebben dan een jaarlijks terugkerend project. In totaal zijn sinds nu al bijna twintig poppen opgeknapt met het verzamelde geld.

### De schilderijencollectie

In Museum de Waag liep het geheel anders met de schilderijen die ter adoptie werden aangeboden. De genodigden voor de tentoonstelling van te adopteren schilderijen waren zorgvuldig geselecteerd. Museummedewerkers presenteerden mappen met achtergrondinformatie, waarmee zij op potentiële adoptanten toestapten om ze voor het project te interesseren. De naam van de adoptant werd opgenomen in de collectieregistratie, en desgewenst vermeld in het bijschrift bij elk openbaar gebruik van het schilderij. Verder kreeg de adoptant een fotografische kopie van het schilderij, ingelijst en voorzien van achtergrondinformatie. In de loop van het project bleken de wensen van adoptanten soms te verschillen. Bedrijven hadden meer behoefte aan vermelding in het jaarverslag van het museum, terwijl sommige particulieren in plaats van een mooie foto liever een aantal ansichtkaarten met naamsvermelding wilden hebben. Na het eerste project volgde in 1996 een tentoonstelling van de eerste reeks opgeknapt schilderijen, samen met een nieuwe serie te adopteren werken. Dit systeem is vervolgens jaarlijks voortgezet, zodat in 1999 zo'n vijftig werken waren geconserveerd/gerestaureerd voor een totaalbedrag van f 80.000,-. Als speciaal onderdeel van het adoptieproject is in 1998 gestart met het werven van adoptanten voor de schilderijen van de vier evangelisten door Hendrick ter Brugghen, die in 2000 geconserveerd worden.

### Lokaal draagvlak vergroot

Een erg belangrijk effect van de actie is dat het lokale draagvlak voor de Deventer musea is vergroot. De banden tussen de Deventer samenleving en haar musea zijn aangehaald. Diverse vervolgprojecten, zoals de 'kalender 2000-actie' samen met een lokale Rotary-afdeling, hebben zeer positieve resultaten opgeleverd.

Het Museum-Klooster  
Ter Apel (Foto  
Veerkamp, Ter Apel)

### Beter een goede buur dan een verre vriend

Dat moeten de vrienden van het Museum-Klooster Ter Apel (Groningen) hebben gedacht toen zij in 1999 een bijzondere actie startten, bedoeld om nieuwe vrienden te werven en zo het draagvlak voor het museum in de directe omgeving te vergroten. De museumniewsbrief *Apell*, die vier keer per jaar verschijnt, werd niet per post, maar persoonlijk bij de vrienden thuisbezorgd. De burens van de vrienden kregen eveneens een *Apell* in de bus, samen met een briefje met het verzoek lid te worden van de vriendenvereniging. De actie

was een groot succes en leverde 75 nieuwe vrienden op. De Vrienden van het Klooster dragen regelmatig bij in de aankoop en restauratie van museumvoorwerpen. Daarnaast helpen vrienden bij de registratie van de collectie en publieksgerichte activiteiten. De vrienden financieren eveneens een deel van de grootschalige verbouwing van het Museum-Klooster, het enige overgebleven laat-middeleeuwse klooster in Noord-Nederland. De bouwwerkzaamheden - de restauratie van enkele delen van het klooster en de nieuwbouw van

de ontbrekende westvleugel - en de opknappbeurt van de kloosterenclave en het omliggende parkbos zijn inmiddels gestart. Het Museum-Klooster blijft tijdens de verbouwing open voor publiek.  
Voor meer informatie:  
Ton Kuper, directeur,  
tel. (0599) 58 13 70





## Art Fix Light Systems®

OPHANGSYSTEMEN MET EN ZONDER VERLICHTING

Het Art Fix Light System®:  
het systeem voor privé-  
gebruik en....



.... bedrijven en projecten



JSI Art Fix Systems® voert als fabrikant van schilderij-ophangsystemen / verlichtingssysteem een groot scala aan inventieve oplossingen voor het bevestigen van schilderijen aan wanden, muren en plafonds.

Gaten behoren tot het verleden !

Nieuw is het all-in-one systeem: ophangen én verlichten.

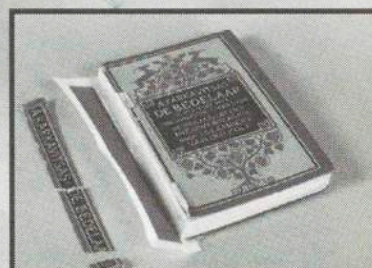
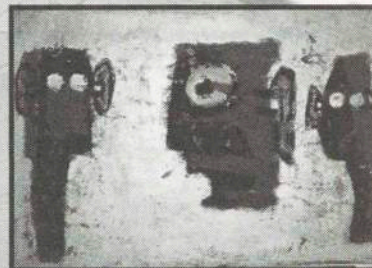
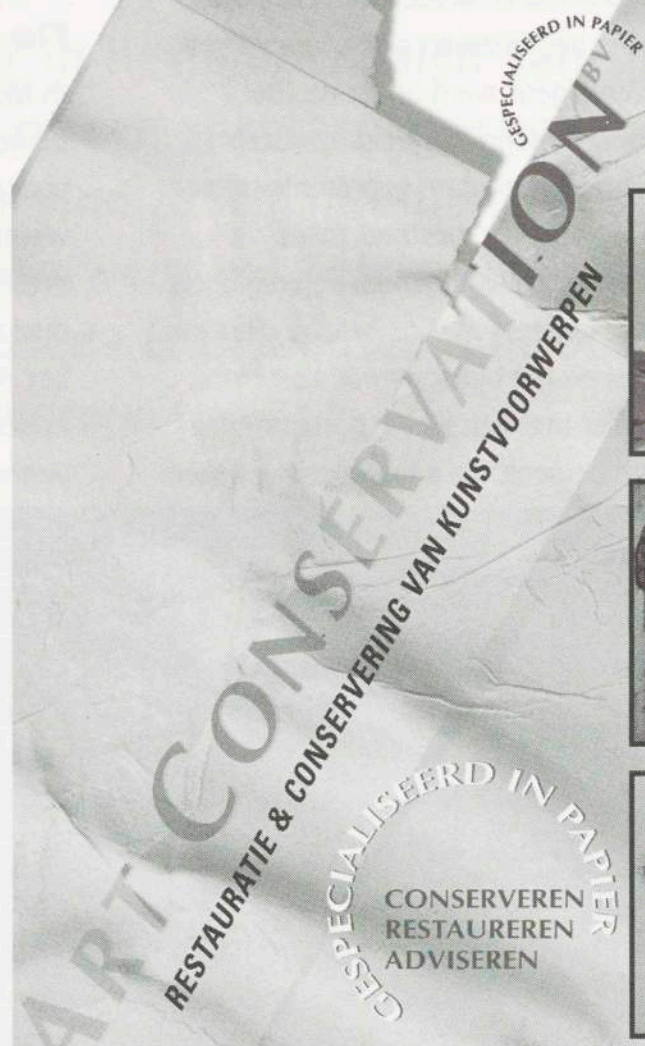
Laat u vrijblijvend adviseren.

Verrijn Stuartlaan 42E - 2288 EM Rijswijk  
Postbus 639 - 2280 AP Rijswijk  
Telefoon +31 (0)70 319 26 27  
Telefax+31 (0)70 399 13 43  
Internet: [www.jsi-artfix.nl](http://www.jsi-artfix.nl) - E-mail: [jsi@jsi-artfix.nl](mailto:jsi@jsi-artfix.nl)

Art Fix Light Systems®: 'The finishing touch' voor iedere inrichting.

■ KON. WILHELMINAHAVEN ZZ 19  
3134 KG VLAARDINGEN  
TELEFOON 0031 [0]10 23 402 91  
06 539 468 40  
06 514 048 48  
TELEFAX 0031 [0]10 46 034 37  
E - MAIL [INFO@ARTCONSERVATION.NL](mailto:INFO@ARTCONSERVATION.NL)  
WEB SITE [WWW.ARTCONSERVATION.NL](http://WWW.ARTCONSERVATION.NL)

BEZOEK ONZE WEBSITE  
[WWW.ARTCONSERVATION.NL](http://WWW.ARTCONSERVATION.NL)  
...BEDANKT



## Restauratie atelier Sterken BV

Restauratie en conservering van papier en perkament

ONDERSTEUNING EN UITVOERING  
IN BEHEER EN BEHOUD  
VAN UW PAPIEREN COLLECTIE



De Cloese 7 - 9 ~ 7339 CM Ugchelen (Apeldoorn)

Telefoon: 055 - 5 42 31 47 ~ Fax: 055 - 5 43 06 14 ~ Internet: [www.sterken.nl](http://www.sterken.nl) ~ Email: [sterrest@wxs.nl](mailto:sterrest@wxs.nl)

- Stoffering van wanden en plafonds, voor kussens, gordijnen, verduistering, spandoeken en ga zo maar door. In legio kwaliteiten. In alle kleuren van het spectrum, op alle locaties in binnen- en buitenland. Voor feesten en evenementen, tentoonstellingen en beurzen.
- Banieren onder andere van Drop-/Signpaper inclusief bedrukking
- Alle gewenste atelierwerkzaamheden
- Textielgroothandel
- Het brandwerend impregneren van textiel
- Full colour groot formaat bedrukking tot 5 meter breedte, naadloos

experts •  
met optimale •  
mogelijkheden •  
en maximale •  
ervaring •



Tentoonstellingsstofferingen  
Sterrebaan 4, 3606 EB Maarssen  
Tel. 030-2414122, Fax 030-2411724  
E-mail [info@tetos.nl](mailto:info@tetos.nl)  
Website [www.tetos.nl](http://www.tetos.nl)



# Publieksonderzoek in twaalf Gooise musea

In het najaar van 1999 zijn de bezoekers van twaalf Gooise musea uitgebreid geënquêteerd, met als doel het verzamelen van informatie over het publiek en het ontwikkelen van nieuwe projecten op het gebied van publiekswerving. Meer wisseltentoonstellingen trekken alleen meer publiek als ze gericht zijn op de ervaren museumbezoeker, die zich daarmee tot herhalingsbezoek laat verleiden. Kleine musea komen als klantvriendelijk en sfeervol uit de bus, een gegeven dat in de pr kan worden uitgebuit.

Door Birgitta Fijen,  
museumconsulent,  
Stichting Museaal en  
Historisch Perspectief  
Noord-Holland, en  
Letty Ranshuysen,  
onderzoeker cultuur-  
deelname

## Opzet en doelstelling

De bezoekers van twaalf musea in het Gooi zijn in het najaar van 1999 uitgebreid geënquêteerd. In navolging van het regionaal publieksonderzoek Zuid-Kennemerland, uitgevoerd in 1996 onder dertien musea, heeft de Stichting Gooise Musea een vergelijkbaar onderzoek in gang gezet. Het is uitgevoerd als samenwerkingsproject van de Stichting Gooise Musea, de Stichting Museaal en Historisch Perspectief Noord-Holland en de Hogeschool Holland, onder leiding van Letty Ranshuysen. Het regionaal publieksonderzoek is financieel mogelijk gemaakt door de Provincie Noord-Holland, de Provincie Utrecht, het Anjerfonds Noord-Holland, VSB fonds en de deelnemende musea.

De Stichting Gooise Musea streeft ernaar door samenwerking een effectieve publieksbenadering te realiseren in de aangesloten musea. Hieruit zijn de doelstellingen van het Goois publieksonderzoek afgeleid:

- het verzamelen van informatie over de belangrijkste doelgroepen binnen het publiek van de Gooise musea;
- het opsporen van kenmerkende eigenschappen van dit publiek;
- het onderzoeken van mogelijkheden voor samenwerkingsactiviteiten waardoor meer bezoekers naar de musea komen.

De resultaten van het publieksonderzoek zullen worden verwerkt in een regionaal marketingplan voor de musea in het Gooi. Daarnaast zijn er in het rapport aanvullende aanbevelingen gedaan voor het marketingbeleid van individuele musea.

## Onderzoeksvragen

Voorafgaand aan het onderzoek onder de bezoekers van de deelnemende musea zijn de publieksgegevens, zoals de bezoekersaantallen en soorten bezoekers geïnventariseerd op basis van de kassaregistratiegegevens. Daarnaast zijn de mogelijkheden voor een gezamenlijke marketingaanpak van de Gooise musea in kaart gebracht door middel van literatuuronderzoek, het bestuderen van jaarverslagen, gesprekken met sleutelfiguren en een enquête bij de deelnemende musea. Op



basis van deze gegevens zijn de definitieve onderzoeksvragen en vragen voor de enquête vastgesteld. Allereerst was het van belang om leeftijd, opleiding, geslacht en geografische herkomst van de bezoekers in kaart te brengen. Vervolgens zijn in de enquête de volgende zaken onderzocht:

- de bekendheid van de musea;
- de bezoekfrequentie;
- de media waardoor men geïnformeerd wordt over het aanbod van de musea;
- de bezoekmotieven;

Naar binnen...of toch  
niet? Bezoekers aan  
de kassa van het  
Muiderslot  
(foto Rik Doornberg)



- het oordeel over de sfeer in de musea;
- de kindvriendelijkheid van de musea;
- praktische zaken als bereikbaarheid, de bewegwijzering en de overzichtelijkheid.

De onderzoekers wilden ook inzicht krijgen in de specifieke kenmerken van drie doelgroepen, te weten de bezoekers die met jonge kinderen komen, het publiek dat in het Gooi woont en het bovenregionale publiek. Tenslotte zijn de mogelijkheden voor museumarrangementen en de wensen ten aanzien van openingstijden onderzocht.



Bezoekers van het Muiderslot combineren museumbezoek graag met een wandeling (foto Rik Doornberg)

## Uitvoering

- Vierdejaarsstudenten van Hogeschool Holland en medewerkers van de musea zelf hebben de tamelijk lange enquête afgenomen bij in totaal 649 personen. Deze mensen waren in gezelschap van zo'n 1.750 anderen, zoals partners, kinderen, familieleden, vrienden en excursiegenoten. De totale steekproef betrof dus zo'n 2.400 mensen.

Bij de statistische analyse van de verzamelde data zijn musea zo min mogelijk samengevoegd. Op deze manier krijgt elk museum zoveel mogelijk inzicht in de specifieke kenmerken van het eigen publiek. Bij enkele kleinere musea was dit helaas niet mogelijk, aangezien de steekproeven daar te klein waren om betrouwbare uitspraken te kunnen doen.

## Enkele onderzoeksresultaten en aanbevelingen

De publieksgroepen lopen per museum sterk uiteen. Van een relatief laag opgeleid en cultureel onervaren publiek met een redelijk spreiding over leeftijd, tot een hoog opgeleid, cultureel ervaren publiek waarin senioren domineren. Het eerste type (brede) publiek komt in het Omroepmuseum, het Muiderslot en het Vestingmuseum, het laatste (smalle) publiek vonden we in het Singer Museum en het Goois Museum. Opvallend is het verschil in het aandeel nieuw publiek, dat het museum voor de eerste keer bezoekt. Het Omroepmuseum trekt het meeste nieuwe publiek (90%); het Singer Museum het minste (7%).

Er is een duidelijk verband tussen het aantal wisseltentoonstellingen per jaar en het herhalingsbezoek, maar hier speelt de museumbezoekervaring van het publiek doorheen. Want hoewel Kasteel Groeneveld het vaakst tentoonstellingen wisselt, trekt dit museum veel minder herhalingspubliek dan bijvoorbeeld het Singer Museum. Dit komt omdat Kasteel Groeneveld meer onervaren publiek trekt, dat zich niet op tijdelijke tentoonstellingen richt. Tentoonstellingswisselingen hebben dus met name zin als een museum zich vooral richt op ervaren museumbezoekers. Het minder ervaren publiek kan beter worden bereikt met museumpromotie, waarbij aandacht wordt besteed aan het totale aanbod van het museum zoals de sfeer van het gebouw, de (semi-) permanente tentoonstellingen, de ligging en mogelijkheden om een bezoek aan het museum te combineren met andere activiteiten, extra voorzieningen en de geschiktheid voor een bezoek met kinderen. Het museum trekt dan mensen aan met het totale pakket in plaats van met een tijdelijke tentoonstelling. Ook doelgroepgerichte prijsreductie kan een van de instrumenten zijn om de drempel voor een (nog) niet zo gemotiveerd publiek te verlagen, bijvoorbeeld gezinskorting, een extra grote korting voor CJP-houders of 'last minute-korting' voor mensen die een uur voor sluitingstijd komen. Maar liefst 45% van het onderzochte publiek geeft aan een museumjaarkaart te hebben via de Rabobank of de NS. Een verklaring hiervoor kan zijn dat het najaar - het seizoen waarin het onderzoek is uitgevoerd - en dan met name de herfstvakantie goede mogelijkheden biedt om die kaart eens uit te proberen. De waardering voor de klantvriendelijkheid is in alle Gooise musea zeer hoog: deze krijgt in elk museum gemiddeld een acht. Evenals bij het onderzoek in Zuid-Kennemerland worden de kleinere musea het meest klantvriendelijk en sfeervol geacht. Dit is een sterk punt dat in de publiciteit over deze musea benadrukt kan worden.



## Regionaal en bovenregionaal publiek

In totaal 73% van de bezoekers van de Gooise musea is afkomstig van buiten de regio. Het Muiderslot, het Omroepmuseum en Kasteel-Museum Sypsteyn blijken de grootste bovenregionale uitstraling te hebben: meer dan 80% van de bezoekers van deze musea komt niet uit de regio. De andere musea zouden hiervan kunnen profiteren als bezoekers vanuit deze musea zouden worden doorverwezen.

Van de onderzochte groep woont dus slechts 27% in de regio, maar dit percentage verschilt sterk per museum. Het zijn met name de kleinere musea die regionaal publiek trekken. De grotere musea bereiken deze doelgroep veel minder goed. Er blijkt dus in de regio een groot – nog niet bereikt – publiekspotentieel te zijn, met name voor de grotere musea. Momenteel is het regionaal publiek relatief oud: maar liefst de helft is ouder dan 55 jaar. De Gooise musea zouden zich meer moeten inspannen om een jonger en breder publiek in de omgeving te bereiken.

## Kindvriendelijkheid

Afgaande op het aantal kinderen dat de musea nu bereiken, zijn het Muiderslot en het Omroepmuseum het meest aantrekkelijk voor de jeugd, gevolgd door het Vestingmuseum. Deze musea, maar ook het Geologisch Museum Hofland, Kasteel Groeneveld en het Bakkerijmuseum komen als kindvriendelijke musea naar voren. Andere musea trokken, ondanks kinderactiviteiten die in de onderzoeksperiode werden georganiseerd, veel minder kinderen. Men heeft van deze musea dan ook niet het idee dat ze geschikt zijn voor kinderen. Wellicht is het zinvoller dat deze musea zich meer richten op projectmatig aanbod voor schoolgroepen, aangezien ze door hun omvang en aard niet zo geschikt zijn voor meer op recreatie gerichte uitstapjes in gezinsverband. Opvallend is het feit dat de Gooise musea waar jeugd op afkomt, meer 13 tot 15-jarigen aantrekken dan jongere kinderen. Indien deze musea hun aanbod meer af gaan stemmen op jongere kinderen, zullen ze wellicht nog veel meer jeugd over hun drempels krijgen.

## Openingstijden

Er is een grote variatie in de openingstijden van de Gooise musea. Die sterk uiteenlopende tijden staan arrangementen met bezoek aan meerdere musea en gezamenlijke promotie in de weg. Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat door de week 42% de voorkeur geeft aan een middagbezoek en 28% het liefst in de ochtend een museum bezoekt. In de weekenden wil men juist wel graag in de ochtenduren naar een museum gaan (46%). De meeste musea zijn dan echter pas om 12.00 uur open. Het realiseren van avondopenstellingen behoeft, gezien de geringe belangstelling hiervoor, geen prioriteit te krijgen. Het publiek van het Singer Museum, het Muiderslot en Kasteel-Museum Sypsteyn gaf het vaakst (zo'n 25%) aan op weekendavonden musea te willen bezoeken.

## Gezamenlijke publiekswerving

In de rapportage is uitgebreid aandacht besteed aan de mogelijkheden voor gezamenlijke publiekswerving. Een aantal musea kan zich in een gezamenlijke wervingsactie richten op dezelfde doelgroep. Zo hebben de bezoekers van het Muiderslot, Kasteel Groeneveld, Vestingmuseum en Kasteel-Museum Sypsteyn aangegeven dat ze museumbezoek graag combineren met een wandeling. Wellicht dat deze musea zich kunnen profileren via media die zich richten op de groeiende groep van wandelaars.

In de enquête is ook de belangstelling voor thema-projecten gepeild. Zo'n tweederde van het onderzochte publiek toont belangstelling voor projecten waarbij meerdere Gooise musea met een expositie aanhaken op een thema. De musea die als kindvriendelijk uit de bus komen, zouden zich met gezamenlijke pr-acties kunnen richten op ouders en grootouders van jonge kinderen. De veelheid en verscheidenheid van musea in het Gooi bieden ruime mogelijkheden om museumbezoek op te nemen in arrangementen. Daarbij kan met name samenwerking gezocht worden met partners van buiten de museumwereld, zoals de horeca, de middenstand en toeristische organisaties. De komende tijd zullen de musea in het Gooi en de museumconsulent werken aan een regionaal marketingplan waarin een aantal aanbevelingen in concrete projecten wordt vertaald.

## Landelijk vervolg op het onderzoek

Een belangrijk voordeel van de regionale aanpak van publieksonderzoek is dat ook kleine musea meedoen. Zij hebben daarvoor meestal geen eigen budget. Er is nu op vrij grote schaal informatie verzameld over publiek van kleine musea.

In opdracht van de Nederlandse Museumvereniging zal Letty Ranshuysen de met regionale onderzoeken in Zuid-Kennemerland en in het Gooi verzamelde data heranalyseren, om na te gaan in hoeverre het publiek van de kleine musea afwijkt van het publiek van grotere musea. Deze heranalyse is een onderdeel van een beoogd landelijk publieksonderzoek onder kleine musea ten behoeve van de marketing van deze musea.

### Deelnemende musea

- Kasteel Groeneveld, Baarn
- NAA Omroepmuseum, Hilversum
- Goois Museum, Hilversum
- Huizer Museum het Schoutenhuis, Huizen
- Bakkerijmuseum, Huizen
- Singer Museum, Laren
- Geologisch Museum Hofland, Laren
- Kasteel-Museum Sypsteyn, Loosdrecht
- Muiderslot, Muiden
- Comenius Museum, Naarden
- Nederlands Vestingmuseum, Naarden
- Gemeentemuseum Weesp

Het rapport van het regionaal publieksonderzoek Gooise Musea kan besteld worden bij de Stichting Museaal en Historisch Perspectief Noord-Holland, tel. (023) 553 14 98, prijs f 30,- (exclusief BTW, inclusief verzendkosten). Eind 1999 verscheen de 'Handleiding publieksonderzoek voor podia en musea' van Letty Ranshuysen, te bestellen bij de Boekmanstichting, tel. (020) 624 37 36, e-mail secretariaat@boekman.nl, prijs f 25,- (inclusief BTW, exclusief verzendkosten). ISBN 90-6650-058-1



# Lezing museum en publiek

'Een geweldige tijd...'

Door Ad Geerdink,  
directeur Museum Wil-  
lem van Haren en Fer-  
dinand Domela Nieu-  
wenhuis Museum,  
Heerenveen

Musea staan in het middelpunt van de belangstelling. Overheden willen zich maar al te graag profileren met een eigen museum. De vrijetijdsmarkt floreert, en musea pikken hun graantje mee. Aan publiciteit geen gebrek. Maar die enorme aandacht heeft ook een keerzijde. Wie onvoldoende publiek trekt, heeft geen bestaanrecht meer, zo lijkt het. En niet alle musea beschikken over voldoende glans en glamour om aan alle verwachtingen te voldoen.

## Tienjarig jubileum Federatie van Drentse Musea en Oudheidkamers

Drenthe kent zo'n vijftig musea. Ze zijn vrijwel allemaal aangesloten bij de Federatie van Drentse Musea en Oudheidkamers. De Federatie stimuleert en coördineert gezamenlijke activiteiten van de musea in Drenthe, vooral op het gebied van de

promotie. Dit jaar viert de Federatie haar tienjarig bestaan. Feestelijk hoogtepunt vormden de Drentse Museumdagen, van 19 tot en met 24 september. Tijdens deze dagen vond in diverse musea een groot aantal activiteiten plaats, zoals lezingen, demonstraties, concerten en avondopenstelling.

De start voor deze activiteiten werd gegeven tijdens een bijeenkomst in

Museum Havezathe Mensinge in Roden. De voorzitter van de Federatie, mr. F. Koster, hield een feestrede en de gedeputeerde voor cultuur, mevrouw M. Brink-Massier, nam het eerste exemplaar in ontvangst van de nieuwste Drentse museumbrochure. Ad Geerdink gaf een inleiding over museum en publiek. Dit artikel is daarvan een bewerking.

Het moet een voorrecht zijn om anno 2000 in een museum werkzaam te zijn, of daar bestuurlijk, ambtelijk of politiek sturing aan te geven. Musea staan momenteel in het middelpunt van de belangstelling. Het maakt niet uit of we nu verbouwen, openen of juist sluiten, meer of minder bezoek hebben, frauderen, 1,3 miljoen voorwerpen kwijt zijn, autoshowrooms opnemen, verkleuren of onder water lopen. We zijn voorpaginanieuws. Dat geldt ook voor de museumdirecteuren. Of ze nu met het volledige management overhoop liggen, enorme financiële tekorten veroorzaken, hun personeel in modieuze spijkerpakken laten lopen of hun eigen functioneren per referendum laten beoordelen: hun mening telt. Zij zijn de anchormen van deze tijd, vaste bakens op de woelige zee van de als maar onoverzichtelijker wordende maatschappij. En ons aantal neemt alleen maar toe, nog nooit waren we met zoveel. Recent mochten we weer een nieuwe loot aan de inmiddels zwaar overhangende tak verwelkomen, het Beatlesmuseum in Zaandijk. Vrijwel ieder aspect van onze samenleving lijkt rijp te zijn voor musealisering. Leven we niet in een geweldige tijd?

Iemand die het in zijn hoofd haalt een van onze heilige huisjes te sluiten, zoals in Doorn, die krijgt het halve land over zich heen. Musea zijn nagenoeg onaantastbaar geworden. Wij zijn de symbolen van de lokale, regionale, provinciale en nationale eigenwaarde, want zeg nu zelf: wil niet iedere gemeente graag zo'n toeristische attractie of slecht weer locatie? Wil niet iedere

provincie graag zo'n toongevend en imagooversterkend instituut? En ontleen we zelfs als land niet een zekere trots aan internationale topattracties als het Van Gogh Museum en het Rijksmuseum? Het bedrijfsleven afficheert zich graag met ons, parels in de culturele kroon en de miljoenen aan sponsorgelden stromen toe voor grote exposities, nieuwe presentaties en ingrijpende verbouwingen. En dit alles is nog maar het begin, want er liggen kansen te over, de publiekmarkt ligt voor ons open. Maar liefst tachtig procent van de Nederlanders gaat jaarlijks op vakantie. Al die reislustigen zijn goed voor 19,3 miljoen lange en 11,2 miljoen korte vakanties, waarin ze gezamenlijk 22,2 miljard gulden besteden. En vrijetijdsbesteding wordt in de toekomst alleen maar belangrijker, de groep vijftigplussers, onze voornaamste doelgroep, wordt steeds groter.

Maar deze prachtige façade heeft ook een keerzijde. De enorme belangstelling van overheden, sponsors, publiek en media voor ons doen en laten schept ook verwachtingen, verplichtingen zelfs. Kijk naar het optreden van de staatssecretaris van cultuur, Rick van der Ploeg, die de musea maant meer van de collecties te laten zien en nieuwe doelgroepen, jongeren en allochtonen, het museum in te halen. Sjarel Ex, directeur van het Centraal Museum in Utrecht, spreekt al van een permanente spagaat tussen overspannen verwachtingspatronen en kerntaken, beschikbare middelen en gewenste investeringen. Kortom, te weinig budget om



alles waar te maken. 'Waar Unilever tientallen miljoenen uittrekt om met een nieuw pakje boter een nieuwe markt aan te boren, en dat mislukt dan ook nog regelmatig, hebben musea amper de middelen voor een annonce in de weekendkrant, laat staan voor het binnenhalen van nieuwe doelgroepen', aldus Ex.

Het ontbreekt aan nog heel wat anders, zegt Wim van Krimpen, directeur van het Haags Gemeentemuseum. Musea worden wel geacht op de vrijetijdsmarkt te opereren, maar zijn daar nog helemaal niet klaar voor. Volgens hem zijn de musea nog steeds zorgeloze instituten, waar met een redelijk budget hobbyisme wordt beoefend. Er wordt nog veel te weinig marktgericht gedacht, terwijl de ontwikkelingen in hoog tempo naar het Amerikaanse systeem toe gaan. Hij voorziet dat de Nederlandse musea zich in de nabije toekomst veel sterker moeten gaan inspannen om eigen inkomsten te verwerven. Deze marktwerking, waarschuwde de voorzitter van de Nederlandse Museumvereniging, Hendrik Driessen, in zijn nieuwjaarstoespraak dit jaar, brengt de kleine musea in de verdrukking. Volgens hem zijn overheden en bedrijfsleven meer geïnteresseerd in de glans en glamour van grote instellingen dan in de kleine musea. 'Die beschikken zelden over een brede landelijke uitstraling, hebben vaak een aanbod en een bezoekersaantal dat minder interessant is voor sponsors, terwijl met name de kleine musea een vaak onderschatte rol spelen in het bereiken van nieuwe publieksgroepen', aldus Driessen.

Denkt u nu vooral niet dat het allemaal niet zo'n vaart zal lopen en dat het u niet raakt, want aan de schijnbaar onbewolkte museumhemel verschijnen reeds de eerste donderwolken. Het Coopmanshûs in Franeker, Huis Doorn, de Stadshof in Zwolle, het zijn mogelijk de eerste tekenen van veranderend weer, een andere houding van overheden tegenover de musea. Het zou wel eens zo kunnen zijn, dat wie geen publiek trekt, geen toekomst heeft. En dus is het voor elk museum, hoe klein ook, van levensbelang zich voortdurend op zijn publiekstaak te beraden.

Ik wil daar uit eigen ervaring wel enkele dingen over zeggen. Ik ben het met Van Krimpen eens dat musea marktgericht moeten denken. Niet vanuit de eigen collectie richting publiek redeneren, maar precies andersom, vanuit het publiek richting collectie. Waar heeft het publiek behoefte aan? Om die vraag te kunnen beantwoorden moet je natuurlijk wel weten wat je publiek is, of welk publiek je graag zou willen trekken. Voor een museum in Heerenveen, waar nauwelijks toeristen komen, ligt dat heel anders dan voor een museum op de Waddeneilanden. Omschrijf dus je doelgroepen, formuleer je kansen en mogelijkheden en breng de verwachtingen van je potentiële publiek in kaart. Dit zal door onderzoek moeten gebeuren, maar ook simpelweg door je ogen en oren goed de kost te geven en open te staan voor nieuwe wensen vanuit de samenleving, het onderwijs bijvoorbeeld. Het pas ingevoerde vak Culturele en Kunstzinnige Vorming is daar

een mooi voorbeeld van. Wanneer je weet wat je publiek is en waar dat behoefte aan heeft, kun je de museale activiteiten en presentaties er op afstemmen. Dat kan op heel verschillende manieren. Frans Haks, de voormalig directeur van het Groninger Museum vond dat iedere museummedewerker naar Disneyland geweest moest zijn, omdat men daar weet wat presenteren is. Liesbeth Brandt Corstius, de vertrekkend directeur van het Museum voor Moderne Kunst Arnhem, ziet daarentegen het museum meer als een stiltecentrum, waar men komt voor rust en reflectie. Beide vormen van presenteren zijn mogelijk, afhankelijk van collectie en doelgroep.

Wel een trend is dat het publiek van de toekomst steeds meer op zoek is naar een ervaring, een beleving. Wil je ook in de toekomst informatie over de eigen collectie blijven uitdragen, is het goed hier rekening mee te houden. Dat is de reden dat wij bij de recente verbouwing en herinrichting van Museum Willem van Haren en het Ferdinand Domela Nieuwenhuis Museum theatervormgevers hebben betrokken. Zij zijn meer dan museummensen getraind in het overbrengen van ervaringen. Ik ben ervan overtuigd, dat willen we als musea bij blijven en ons met succes op de vrijetijdsmarkt begeven, we gebruik zullen moeten maken van andere disciplines, zoals marketing en pr. Hebben we die niet in huis, dan zullen we ze moeten inhuren. Hebben we daar het geld niet voor, dan moet er op dat gebied meer worden samengewerkt. Of we moeten onze eigen mensen bijscholen. Hier ligt naar mijn mening een schone taak voor de Federatie. Want we leven in een geweldige tijd...maar je moet er wel op zijn voorbereid.

■ Het Landelijk Contact  
■ van Museum-  
■ consulente biedt in  
■ diverse provincies de  
■ basiscursus 'Marketing'  
■ aan. Voor een overzicht  
■ van data en locaties,  
■ zie het  
■ 'Scholingsaanbod 2001'.

■ Detailopname  
■ stadsmacquette  
■ Heerenveen anno 1830;  
■ een samenspel van licht,  
■ beeld en geluid  
■ (foto: Museum  
■ Willem van Haren)

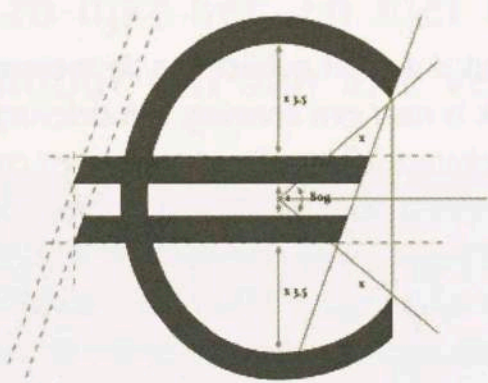




# Op weg naar de euro

Dit artikel is een  
beknopte weergave  
van de nieuwsbrief  
die de Stichting  
Museumjaarkaart  
(SMJK) heeft  
verspreid onder de  
aangesloten musea.  
Te bestellen door  
overmaking van f 10,-  
op girorekening  
2108287 van de SMJK  
in Amsterdam, onder  
vermelding van  
'Euro nieuwsbrief' en  
uw adresgegevens.  
De nieuwsbrief wordt  
u dan zo spoedig  
mogelijk toegezonden.

De euro is er al sinds 1 januari 1999, maar nog niet in tastbare vorm. Op 1 januari 2002 verschijnt de euro ook in het dagelijks betalingsverkeer. Na een korte overgangsperiode van vier weken kan in de twaalf betreffende landen alleen nog in euro worden betaald. Is uw museum klaar voor E-day? De hoeveelheid werk is afhankelijk van de grootte en de activiteiten van het museum.



## Algemene informatie

- Twaalf landen van de Europese Unie voeren op 1 januari 2002 gelijktijdig de euro in als gemeenschappelijke munt en wettig betaalmiddel. Dat zijn Duitsland, Ierland, Nederland, Griekenland, Frankrijk, Luxemburg, Oostenrijk, Finland, België, Italië, Portugal en Spanje. Het Verenigd Koninkrijk, Denemarken en Zweden – landen die wel deel uitmaken van de Europese Unie – doen niet mee aan de euro. Er komen zeven bankbiljetten (van 5, 10, 20, 50, 100, 200 en 500 euro) en acht munten (1 en 2 euro en 1, 2, 5, 10, 20 en 50 eurocent).
- De eurobankbiljetten hebben overal hetzelfde uiterlijk, de munten hebben één zijde met een nationaal kenmerk. Men is verplicht om euromunten uit andere landen te accepteren.
- Op 1 januari 1999 heeft de girale euro reeds zijn intrede gedaan. De meeste banken vermelden tegenwoordig de saldi zowel in guldens als in euro. Betalingen via de bank en belastingaangiften kunnen reeds in euro gedaan worden. Tijdens de zeer korte overgangsfase in januari 2002 kan zowel in guldens als in euro worden betaald.

## Aandachtspunten voor musea

- Het is aan te bevelen om een projectcoördinator of – bij een groter museum – een projectgroep aan te stellen om de overgang naar de euro soepel te laten verlopen. De projectcoördinator inventariseert de noodzakelijke aanpassingen. Denk aan:
  - toegangsprijzen en prijzen van andere museumproducten in euro;
  - salarisadministratie en financiële administratie;
  - managementinformatiesystemen, verslaglegging en vergelijking ten opzichte van de tijd vóór de invoering van de euro, beheer van (historische) gegevens;
  - contracten met landen buiten de EU;
  - kassa's, geldautomaten, apparaten voor pin- en chipbetalingen;
  - kluisjes waarvoor betaald moet worden;

- munttelefoons;
- externe communicatie: drukwerk, formulieren, websites en andere elektronische media, bijvoorbeeld elektronische prijsborden;
- interne communicatie: voorlichting en scholing medewerkers.

## Omrekenen naar de euro

Op 31 december 1998 is de waarde van de euro ten opzichte van de nationale valuta vastgelegd. Deze verandert niet meer. De officiële koers van één euro bestaat uit zes cijfers en is f 2,20371. De prijs van diensten en producten wordt vanaf 1 januari 2002 omgerekend van guldens naar euro. Dit moet altijd via de officiële koers gebeuren. Alleen het eindbedrag mag worden afgerond tot twee cijfers achter de komma, tot op de cent nauwkeurig. Dit betekent dat ofwel de prijs in guldens, ofwel de prijs in guldens 'gebroken' (niet mooi rond) is. Invoering van de euro zal waarschijnlijk toch leiden tot een prijsstelling in makkelijk hanteerbare bedragen, zonder dat dit tot extreme prijswijzigingen leidt. Dit geldt niet alleen voor de toegangsprijzen maar ook voor alle overige producten, zoals catalogi, kaarten, posters, souvenirs, audiotours, rondleidingen, parkeergelden enzovoort. Omdat vanaf medio 2001 de prijzen ter gewinning alvast ook in euro op de kassabonnen vermeld worden, is het praktisch om reeds in 2001 de prijzen in guldens zodanig aan te passen dat vanaf 1 januari 2002 een makkelijke en afgeronde prijs in euro gehanteerd wordt. Er is vooralsnog geen wettelijke periode vastgesteld waarin de prijzen niet verhoogd of verlaagd mogen worden. Tenslotte dient u ermee rekening te houden dat voor bepaalde producten en diensten de BTW per 1 januari 2001 wordt verhoogd van 17,5% naar 19%, hetgeen een prijsopdrijvend effect kan hebben.

## De kassa

Het eerste moment waarop een aanpassing aan de kassa nodig is, ligt op 1 juli 2001. Vanaf dat tijdstip is het wenselijk dat de totaalbedragen op de kassabon niet alleen in guldens maar ook in euro worden vermeld. Dit is vooral een consumentgerichte aanpassing. De tweede aanpassing vindt plaats per 1 januari 2002. Dan wordt uitsluitend nog gerekend in euro, en moeten alle prijzen zijn omgerekend. De kassa moet zijn aangepast aan euromunten (acht stuks) en euro-



### Enkele belangrijke data:

- 1 juli 2001: entreprijzen en artikelen worden in zowel guldens als euro geprijsd;
- december 2001: banken en toonbankinstellingen worden bevoorraadt met euromunten en -biljetten; vanaf half december

2001 is voor consumenten een kennismakingssetje euromunten beschikbaar;

- 1 januari 2002: vanaf deze dag worden in alle landen in het eurogebied eurobankbiljetten en -munten in omloop gebracht (E-day). Gedurende vier weken kan men zowel met contante guldens als

met euro betalen;

- 28 januari 2002: de gulden is niet langer een wettig betaalmiddel;
- 1 april 2002: tot deze datum kan men kosteloos guldens op de eigen rekening storten of omwisselen in euro bij de eigen bank.

biljetten (zeven stuks). Voor musea die een kassa van de SMJK in bruikleen hebben, zullen de aanpassingen tijdig beschikbaar zijn.

Bezoekers kunnen tot 28 januari 2002 betalen met guldens, maar het museum rekent alleen met euro en zal het wisselgeld ook in euro teruggeven. Voor aangeboden guldens kan worden gedacht aan het tijdelijk gebruiken van een geldkistje. De gevolgen van de invoering van de euro moeten goed worden doorgesproken met de baliemedewerkers. Zij krijgen direct te maken met nieuwe munten en bankbiljetten, en in januari 2002 worden zij geconfronteerd met een grotere hoeveelheid kasgeld - een 'dubbele geldlade' - en omrekenproblemen bij het teruggeven van wisselgeld.

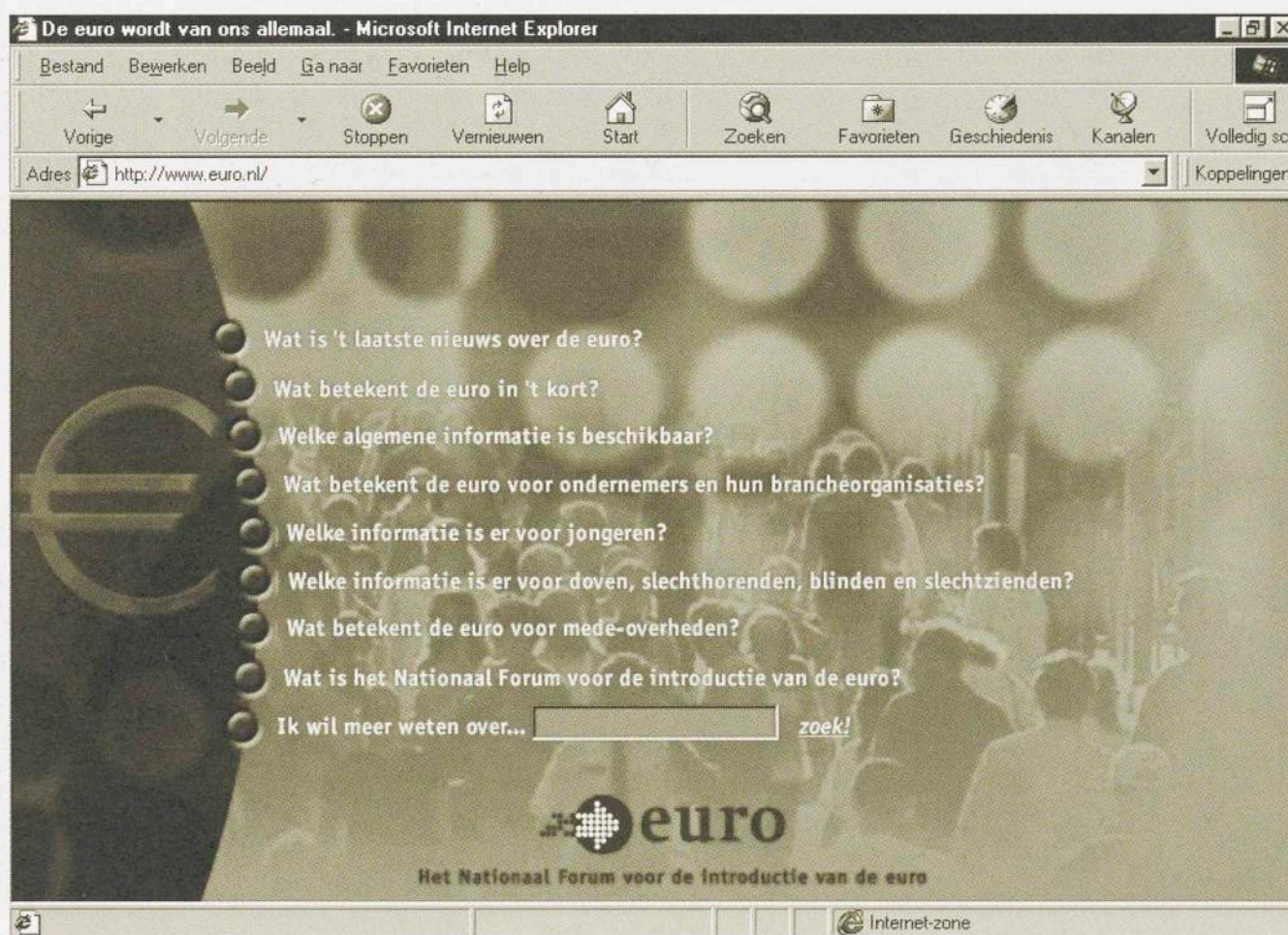
### De administratie

Bij de invoering van de euro zullen veel administratieve processen moeten worden aangepast, zoals de kas-instructie, de instructie voor het leegmaken van automaten, de omwisselberekening bij de kassa, de factuurcontrole. Dit is tevens een goed moment om de beschrijving van de administratieve organisatie bij te werken of - als dat nog niet is gedaan - op te starten. Uw accountant kan u desgewenst bijstaan. Verder dienen allerlei formulieren, prijslijsten en dergelijke te worden aangepast. Veel financiële softwarepakketten zijn 'europroof'. Niet in alle gevallen is echter duidelijk wat de leverancier daarvoor verstaat. Controleer daarom of wat u onder 'europroof' verstaat overeenkomt met de interpretatie van de leverancier. In de overgangperiode 1999-2001 mag voor het jaarverslag en de jaarrekening gekozen worden tussen de euro en de gulden. Het is verplicht om de euro te gebruiken vanaf het boekjaar waarin de datum

1 januari 2002 valt. Loopt het boekjaar gelijk aan het kalenderjaar dan is dit dus het boekjaar 2002, bij een gebroken boekjaar is dit dus het jaar 2001-2002. Voor de vergelijkbaarheid van cijfers moet de slotbalans van het laatste boekjaar dat in guldens wordt uitgebracht tevens zijn omgerekend naar de euro. De slotbalans zal vervolgens dienen als beginbalans van het eerste jaarverslag in euro.

### Kosten invoering euro

De kosten van invoering van de euro hangen af van het aantal systemen dat veranderd moet worden. Kosten moeten bijvoorbeeld worden gemaakt voor het aanpassen van administratie- en computersystemen,



ombouw van automaten, kassasystemen en dergelijke. Ook zal veelal uw drukwerk met prijzen in guldens moeten worden aangepast. De kosten behoren tot de lasten uit gewone bedrijfsuitoefening en niet tot de bijzondere lasten. Het is niet toegestaan hiervoor een voorziening (financiële reservering) te treffen, behalve voor apparatuur die sneller dan gepland moet worden vervangen in verband met de euro. Dan is versnelde afschrijving toegestaan.

Het Nationaal Forum voor de introductie van de euro geeft gratis voorlichtingsmateriaal uit. Dit kan worden aangevraagd via de gratis Eurolijn 0800-1521, en is ook beschikbaar op de website: [www.euro.nl](http://www.euro.nl).



# 't Fiskershûske in Moddergat

## Een geregistreerd museum

Door Hans de Haan,  
provinciaal museum-  
consulent Fryslân

Museum 't Fiskershûske in Moddergat is als een van de eerste Friese musea opgenomen in het Nederlands Museumregister. Het relatief kleine museum voldoet aan alle basiseisen en heeft daarmee aangetoond een professioneel museum te zijn. Een felicitatie waard! Een kleine 'blauwdruk' van het museum kan anderen tot voorbeeld dienen. Hoe word je een geregistreerd museum?



*Ihno Dragt, directeur-conservator van Museum 't Fiskershûske: 'Het is bijzonder goed voor het imago van mijn museum. Ik word van alle kanten gefeliciteerd en ben reuze blij met het behalen van het predikaat geregistreerd museum.' (foto Dockumer Courant)*

### Museumregistratie in Friesland

Begin dit jaar startte de museumregistratie in de provincie Friesland met een voorlichtingsbijeenkomst in het Fries Museum. Inmiddels hebben ruim vijftig musea hun 'huiswerk' gemaakt en zijn de aanmeldingsformulieren met bijlagen naar het bureau van de Federatie van Friese Musea en Oudheidkamers gestuurd. De aanmeldingen worden geïnterviewd en geanalyseerd door projectmedewerker Manon Borst, en vervolgens ter beoordeling voorgelegd aan de provinciale adviescommissie museumregistratie Friesland. Deze commissie bestaat uit vijf personen: Hanneke Heemskerk-Nusselder (onafhankelijk voorzitter), Jaap ter Linden (directeur Nationaal School-

museum, Rotterdam), Girbe Buist (provinciaal museumconsulent Overijssel), Antoinette Gerhartl-Witteveen (directeur Museum Het Valkhof, Nijmegen) en Hans de Haan (provinciaal museumconsulent Friesland, niet-stemhebbend). De Federatie hoopt de museumregistratie in Friesland in 2001 af te ronden. Het vervolgtraject zal gericht zijn op het ondersteunen van en hulp bieden aan de voorlopig geregistreerde musea.

### De ramp van Moddergat

Moddergat ligt pal aan de Waddenzee en is van oorsprong een vissersdorp. In de negentiende eeuw werd er gevestigd met aken en blazers. Deze schepen lagen voor de kust



op de rede. In het vroege voorjaar van 1883 voltrok zich in dit anders zo rustige vissersplaatsje een ramp van ongekende omvang. De vissersvloot bestaande uit 23 schepen met 108 bemanningsleden werd getroffen door een zware zuidwesterstorm die het leven kostte aan 83 vissers. Het dorp werd in diepe rouw en armoede gedompeld. Het grootste deel van de mannelijke bevolking leefde niet meer. Na deze ramp herstelde de visserij zich weliswaar, maar door concurrentie van modernere schepen en door het ontbreken van een eigen haven, was er voor de vissers uit Moddergat op den duur weinig meer te verdienen. De vrouwen gingen werken in de haringpakkerijen in Noord-Duitsland. De vissers schakelden noodgedwongen over op de garnalenvangst. Voor de verwerking hiervan werd in 1924 een garnalenfabriekje gebouwd. Nog steeds wonen er vissers in Moddergat. Vanuit de haven van Lauwersoog varen ze met hun schepen op het Wad op zoek naar garnalen of kokkels.

### Museum 't Fiskershûske

De vrij armoedige levensomstandigheden brachten met zich mee dat het dorp nauwelijks van karakter veranderde. Geld voor een verbouwing of nieuwbouw was er niet. Daardoor werd het dorp bedreigd door afbraak en verval. Niemand wilde er meer wonen. Vele visserswoningen vielen ten prooi aan de slopershamer of werden verkocht aan recreanten. Dankzij het Streekmuseum Het Admiraaliteitshuis in Dokkum kon in 1962 een van deze vissershuisjes worden gered en vervolgens worden ingericht als Museum 't Fiskershûske, met als hoofdthema de kustvisserij. Door restauratie en nieuwbouw werd hier in de loop der jaren een aantal panden aan toegevoegd. Aan de voet van de dijk ontstond op deze wijze een klein openluchtmuseum dat jaarlijks door 10.000 à 15.000 mensen wordt bezocht.

### Enkele kerncijfers

Collectie:	ongeveer 2.000 objecten
Bezoekersaantallen	
1998:	13.896
1999:	12.216
Totale budget 1999:	f 144.805,-
Subsidie gemeente	
Dongeradeel:	f 102.072,-
Eigen inkomsten, entrees e.d.:	f 42.733,-
Personele bezetting:	directeur-conservator 45% drie medewerkers algemene dienst, hoofdzakelijk ingezet voor publieksbegeleiding (twee via dienst Sociale Werkvoorziening voor respectievelijk 20 en 32 uur, en één via de stichting Banenplan Noordoost-Friesland voor 32 uur)

### Hoe word je een geregistreerd museum?

Waar moet een museum aan voldoen om te worden opgenomen in het Nederlands Museumregister?

Uitgangspunt is de definitie van een museum van de International Council of Museums (ICOM):

'Een museum is een permanente instelling ten dienste van de gemeenschap en haar ontwikkelingen, toegankelijk voor het publiek, niet gericht op het maken van winst, die de materiële getuigenissen van de mens en zijn omgeving verwerft, wetenschappelijk onderzoekt, presenteert en hierover informeert voor doeleinden van studie, educatie en genoegen.'

De basiseisen voor museumregistratie zijn afgeleid van deze definitie, en vormen samen een minimumstandaard voor het functioneren van musea. Hieronder wordt per basiseis kort aangegeven waarom 't Fiskershûske eraan voldoet. Deze opsomming kan dienen als voorbeeld voor andere musea, maar is niet uitputtend bedoeld: er zijn meer wegen die naar museumregistratie leiden.

#### Het bezitten van een institutionele basis

Het museum is ondergebracht in een stichting.

#### Het bezitten van een stabiele financiële basis

Het museum werkt met een jaarrekening met daarin een winst- en verliesrekening en een begroting voor het komende jaar. De jaarrekening is goedgekeurd door het bestuur van de stichting 't Fiskershûske. Het jaar 1998 is afgesloten met een positief exploitatiesaldo.

#### Het beschikken over een op schrift gesteld beleidsplan

Er is een beleidsplan voor de periode 1990 tot en met 1995, met een bijlage voor de periode 1996 tot en met 2000. Het beleidsplan behandelt alle museale taken en kan dienen als leidraad en toetsingsinstrument. De doelstelling van het museum luidt: 'De stichting heeft ten doel het in stand houden van een of meer visserswoningen en het bijeenbrengen en tentoonstellen van een verzameling en bescheiden, betrekking hebbende op de oude kustvisserij en het leven van de kustbewoners, alles in de meest uitgebreide zin.'

#### Het beschikken over een collectie

De stichting 't Fiskershûske is eigenaar van de collectie van het museum. De collectie is als volgt opgebouwd: 36% heeft direct met de visserij te maken; 41% bestaat uit voorwerpen afgeleid van de visserij; 21% heeft niet of nauwelijks met het verzamelterrein te maken; en 2% is dijkgereedschap.

Het museum heeft beleidsvoornemens geformuleerd met betrekking tot het aankopen, schenken en afstoten van collecties. Ten aanzien van dit laatste is het beleid van het museum erop gericht dublures of niet binnen de collectie passende voorwerpen (geen schenkingen) met andere musea te ruilen. Dit is met een aantal voorwerpen ook reeds gebeurd.



- **Het beschikken over een collectieregistratie**
- Het museum onderhoudt een register van in- en uitgaande stukken. De basisgegevens van alle objecten zijn geregistreerd en ontsloten via het computerprogramma Q&A, en alle objecten hebben een inventarisnummer.
- **Het zorgdragen voor het behoud van de collectie**
- De ruimte voor wisselende exposities beschikt over twee luchtontvochtigers. De lichtsterkte wordt gemeten en zo nodig aangepast. Tevens zijn hier aangepaste vitrines om de objecten te beschermen tegen luchtvervuiling en stof. De beveiliging is aangesloten op een meldkamer. Er is camerabewaking en er zijn afgesloten vitrines. De bezoekers worden zoveel mogelijk rondgeleid. Wanneer er geen publiek in de huisjes is, worden deze afgesloten.
- **Het (laten) doen van onderzoek naar de collectie**
- Tijdelijke tentoonstellingen vormen vaak het startpunt voor een nader onderzoek naar objecten uit de vaste tentoonstelling of het depot. Het museum heeft zelf enige boeken uitgegeven en publicaties die in relatie staan met de doelstelling van het museum worden gestimuleerd.
- **Het beschikken over basisvoorzieningen voor het publiek**
- Het museum is open van maandag tot en met zaterdag, 1 maart tot 1 november, van 10.00 uur tot 17.00 uur. Informatieoverdracht vindt plaats via rondleidingen, audiovisuele presentaties, educatieve programma's en zaalfolders. Het museum beschikt over parkeergelegenheid, toiletten en een museumwinkel, en is toegankelijk voor mensen met een handicap.
- **Het beschikken over gekwalificeerde medewerkers**
- Er is gekwalificeerd personeel aanwezig. De directeur-conservator heeft een universitaire opleiding kunst-

geschiedenis en archeologie. De drie rondleiders hebben minimaal tien jaar ervaring en hebben basiscursussen voor museummedewerkers gevolgd.

De provinciale adviescommissie museumregistratie heeft op grond van bovenstaande gegevens het bestuur van de Stichting Het Nederlands Museumregister geadviseerd Museum 't Fiskershûske te registreren. Dit advies is opgevolgd, en het positieve bestuursbesluit is op 27 juni jl. aan het museum kenbaar gemaakt. Hiermee is het museum opgenomen in het Nederlands Museumregister. Ihno Dragt, directeur-conservator, heeft dit heugelijke nieuws meteen wereldkundig gemaakt middels interviews in het Friesch Dagblad, de Nieuwe Dockumer Courant en Omrop Fryslân.

Het certificaat 'Geregistreerd Museum' zal worden uitgereikt op een feestelijke bijeenkomst met andere geregistreerde Friese musea. Het bordje 'Geregistreerd Museum' is inmiddels overhandigd. Iedere bezoeker kan het nu met eigen ogen zien: 't Fiskershûske is een geregistreerd museum. De Federatie van Friese Musea en Oudheidkamers streeft ernaar dat aan zoveel mogelijk Friese musea het predikaat geregistreerd museum wordt verleend.



### **Stichting Het Nederlands Museumregister**

De Nederlandse Museumvereniging (NMV) en de Stichting Landelijk Contact van Museumconsulenten (LCM) hebben in 1997 de museumregistratie in Nederland geïntroduceerd. Gezamenlijk hebben zij een aantal basiseisen opgesteld waaraan elk museum, groot of klein, kan voldoen. Het beheer van het Museumregister is sinds dit jaar ondergebracht bij de voor dit doel opgerichte Stichting Het Nederlands Museumregister. Het doel van de museumregistratie is het zichtbaar maken, bewaken en verbeteren van de kwaliteit van de Nederlandse musea, en daarmee het

verantwoord beheer van het culturele erfgoed. Musea die op of boven de minimumstandaard functioneren, vervullen hun museale taak naar behoren en worden opgenomen in het Museumregister. Zij ontvangen het certificaat Geregistreerd Museum. Musea die niet voldoen aan de standaard, maar wel de intentie uitspreken en aannemelijk maken deze binnen drie jaar door te voeren, worden voorlopig geregistreerd. De museumregistratie vindt plaats per provincie. Aanmelding voor opname in het Museumregister is alleen mogelijk op uitnodiging van de provinciaal museumconsulent. Deze nodigt musea uit deel te nemen aan de registratie, organi-

seert voorlichtingsbijeenkomsten, ondersteunt musea bij het invullen van het aanmeldingsformulier en verzorgt een eerste analyse van de geretourneerde aanmeldingsformulieren. De provinciale adviescommissie museumregistratie, waarin gezaghebbende vertegenwoordigers van de NMV en het LCM zitting hebben, brengen vervolgens op basis van collegiale toetsing over elk museum advies uit aan het bestuur van de stichting. Het bestuur beslist of een museum in aanmerking komt voor opname in het Museumregister. Voor meer informatie en de actuele stand van zaken: [www.museumvereniging.nl/nmv/musreg](http://www.museumvereniging.nl/nmv/musreg).



# Het nummeren van museumvoorwerpen met schrijfstiften

Bij het nummeren van museumvoorwerpen worden veel verschillende methoden en materialen gebruikt, die niet allemaal even praktisch en veilig voor de voorwerpen zijn. De Stichting Landelijk Contact van Museumconsulenten (LCM) vroeg, naar aanleiding van vragen van museummedewerkers, bij het Instituut Collectie Nederland (ICN) een onderzoek aan naar de bruikbaarheid en veiligheid van schrijfstiften bij het nummeren.

Museumvoorwerpen worden ter identificatie voorzien van een nummer. Met behulp daarvan zijn de gegevens over het voorwerp terug te vinden in het registratie- en documentatiesysteem. De voorwerpen mogen door hun nummer zo min mogelijk worden aangetast. Een nummer op een voorwerp moet duurzaam zijn, maar moet eventueel wel verwijderd kunnen worden zonder dat dit sporen achterlaat. Een methode die gangbaar is voor het nummeren van metaal, steen, keramiek, glas en hout is de zogenaamde lak-inkt-lakmethode. Het nummer wordt hierbij met Oost-Indische inkt op een laagje lak (meestal Paraloid B72, 15% in aceton) aangebracht, waarna het geheel wordt voorzien van een beschermende afdeklaag van dezelfde lak. Het is een bruikbare methode, maar het werken met Oost-Indische inkt vraagt handig-

heid en is niet altijd gemakkelijk. Daarom werken museummedewerkers graag met schrijfstiften ('fineliners' of 'pilotpennen').

Het ICN onderzocht de duurzaamheid (met name de lichtechtheid) van zwarte en witte schrijfstiften die verkocht worden in kantoorboekhandels. Verschillende stiften bleken duurzaam genoeg te zijn voor dit gebruik. Echter: bij het opbrengen van het beschermende afdeklaagje lak loste het geschreven nummer soms op. Een vervolgonderzoek naar een betere combinatie van stift en lak was noodzakelijk. Een panel (waarin twee consulenten waren opgenomen) testte een selectie van stiften en vernissen. Hierbij kwam een matte acrylvernis (Golden Polymer Varnish met UVLS) naar voren als geschikt voor dit doel. Bijkomend voordeel van de acrylvernis is dat het een lak op waterbasis is, zonder organische oplosmiddelen. Het LCM biedt de aanbevolen producten nu aan als 'nummerset'. Hierin zijn opgenomen: een zwarte en een witte stift, een potje Golden acrylvernis, twee paar latex handschoenen voor het hanteren van de voorwerpen (medium en large), een penseel voor het opbrengen van de lak en een werkbeschrijving, die is geschreven door de betrokken consulenten en het ICN.

Door Marysa Otte,  
consulent behoud en  
beheer, Stichting  
Gelders Oudheidkundig  
Contact

De nummerset is te bestellen bij het Gelders Oudheidkundig Contact, tel. (0575) 51 18 26, e-mail stggoc@wxs.nl en het Erfgoedhuis Zuid-Holland, tel. (071) 513 37 39, e-mail secr@erfgoedhuis-zh.nl. Prijs: f 55,- (inclusief BTW, exclusief

verzendkosten). De werkbeschrijving is ook los verkrijgbaar als ICN-Informatie nr. 3, 'Het nummeren van museumvoorwerpen met schrijfstiften', te bestellen bij het ICN, tel. (020) 305 45 45 en de Brabantse Museumstichting, tel. (013) 535 55 65,

e-mail bms@bart.nl. Algemene informatie over het nummeren van museumvoorwerpen: *Syllabus bij de basiscursus registratie en documentatie*, LCM 1998 (2e druk) en *Syllabus bij de basiscursus behoud en beheer*, LCM 1996.

# Het gebruik van MDF-ZF plaatmateriaal voor museale doeleinden

In het tijdschrift *Nijgh Hout in de Bouw* van april 2000 verscheen een artikel onder de titel 'Meditate ZF'. (Meditate is een merknaam voor MDF plaatmateriaal.) Hierin wordt het gebruik van MDF platen met de toevoeging ZF (zonder toegevoegde formaldehyde) aangeraden voor - milieugevoelige - museale doeleinden, zoals binnenbetimmeringen en decoratief lijstwerk. Van diverse kanten werden de consulenten behoud en beheer geattendeerd op dit artikel, vaak met de enthousiaste toevoeging: 'Fijn dat er nu eindelijk goed plaatmateriaal bestaat dat we overal kunnen toepassen.' Niets is echter minder waar. Het Instituut Collectie Nederland (ICN) heeft een aantal jaren geleden onderzoek gedaan naar de emissie van formaldehyde in een bepaalde partij MDF-ZF. Uit dit onderzoek bleek inderdaad dat de formaldehydemissie

van de onderzochte partij aanvaardbaar was. Echter het gevaar schuilt niet zozeer in de formaldehyde, maar in de uitstoot van azijnzuur. Azijnzuur kan museale objecten van papier, metaal en textiel aantasten. MDF is een restproduct, het wordt gemaakt van verschillende houtsoorten. De ene houtsoort (bijvoorbeeld eikenhout) scheidt meer azijnzuur af dan de andere (bijvoorbeeld vurenhout). Als men er zeker van zou kunnen zijn dat uitsluitend vurenhout is gebruikt voor de vervaardiging van het MDF-ZF, dan zou dit materiaal bruikbaar zijn voor museale toepassingen. Maar onderzoek per partij plaatmateriaal is zeer kostbaar. Peter Hallebeek, onderzoeker van het ICN, liet dan ook weten dat hij blijft bij het advies MDF-ZF niet te gebruiken voor museale doeleinden.

Door  
Nico J.M. Boeijink,  
consulent behoud  
en beheer, Stichting  
Museum en Historisch  
Perspectief  
Noord-Holland



**www.bruns.nl**  
**info@bruns.nl**

## Restauratie Atelier Venbroek

- Restauratie en Conservatie van schilderijen en lijsten
- Houtsnij en beeldhouwwerk naar voorbeeld en eigen ontwerp
- Opdrachten uitgevoerd voor musea, gemeenten en particulieren



E.M Venbroek  
Lunet 2  
7411DD Deventer  
Telefoon 0570-631763

**WIJD & ZIJD**

**Tentoonstellingen  
met een eigen visie**



**ONTWIKKELING EN REALISATIE VAN:**

- Permanente- en tijdelijke inrichtingen
- Mobiele- en reizende (educatieve) presentaties
- Herinrichting publieke ruimten
- Bijzondere presentaties



Voor meer informatie: Schoolstraat 3, 1404 HK Bussum  
Telefoon 035 6980075, fax 035 6922408



N  
T  
W  
E  
E  
R  
P  
E  
R  
S

**Stichting  
werkplaats tot  
herstel van  
antiek textiel**



Een betrouwbaar adres voor  
conservering en restauratie.  
Deskundig advies op het gebied  
van behoud en beheer van textiel,  
conditiebeschrijvingen  
en schadetaxatie.

Leidseplein 36 zwart • 2013 PZ Haarlem  
Tel. 023-(5)325949 • Fax 023-(5)322510



# Twée nieuwe gezichten in het LCM-bestuur

## **Birgitta Fijen, museumconsulent Stichting Museaal en Historisch Perspectief Noord-Holland**

Na de Reinwardt Academie heb ik enige jaren ervaring opgedaan met het samenstellen van tentoonstellingen en het werken in een klein museum. In 1988 kwam ik in dienst bij de Stichting Gooise Musea als streekconservator en regionaal educatief medewerker, een ondersteunende functie voor twaalf musea in het Gooi. Deze functie ontwikkelde zich in de tien volgende jaren tot de functie van regionaal museumconsulent. In deze periode werd onder meer aandacht besteed aan conserveringsprojecten in het kader van het Deltaplan, collectieregistratie, de relatie van de musea met het onderwijs, museumherinrichtingen, nieuwe musea, publiciteit, museumorganisatie, vrijwilligersbeleid en publieksonderzoek.

In april 1999 is de Stichting Museaal en Historisch Perspectief Noord-Holland (MHP) opgericht waarin de museumconsulenten, de consulenten behoud en beheer en de consulent regionale geschiedbeoefening zijn verenigd. Door deze bundeling van krachten is er één duidelijk herkenbaar loket ontstaan, waar musea en historische verenigingen in de provincie Noord-Holland terecht kunnen voor informatie, advies, deskundigheidsbevordering en ondersteuning. Per 1 september heb ik het Gooi verlaten om mij als museumconsulent in te zetten voor de coördinatie en projecten van MHP. Vanuit deze nieuwe functie ben ik ook het nieuwe Noord-Hollandse bestuurslid van het LCM, als opvolger van Ferry Walberg. En niet te vergeten: sinds vorig jaar maak ik deel uit van de redactie van Museumpeil.

## **Agnes Vugts, museumadviseur Stichting Symbiose, Limburg**

Graag wil ik me even voorstellen. Sinds 1 augustus ben ik als museumadviseur voor de provincie Limburg werkzaam bij de Stichting Symbiose in Sittard. Ik ben de opvolger van Peter Fransman (toen heette de functie nog provinciaal museumconsulent Limburg). Mijn voorganger had nog een dubbele functie, hij was museumconsulent én consulent beeldende kunst. Dat moet moeilijk te combineren zijn geweest. Ik ben dan ook erg blij dat die dubbele functie van de baan is en ik me nu 100% voor de musea in Limburg kan gaan inzetten. Zeker nu er met programma's als het Museumregister en het MUSIP-project goede handreikingen worden gegeven om een aantal basiseisen bij musea te realiseren. De tijd is er rijp voor, de instrumenten liggen er en ik ga er graag aan beginnen!

Hiervoor was ik conservator van het Scription, museum voor schriftelijke communicatie in Tilburg, met een vooral technische collectie. Dat verraad meteen mijn grote liefde voor techniek. Sommige mensen zullen mij misschien kennen vanuit de Sectie technische en transportmusea van de NMV, of van industrieel erfgoedorganisaties. Mijn tienjarig jubileum bij het Scription was voor mij echter een afsluiting van een hoofdstuk; het was mooi geweest, maar vroeg om een nieuw begin.

Het bestuur van de Stichting Landelijk Contact van Museumconsulenten wordt gevormd door Pim Witteveen, Drenthe (voorzitter); Mart van der Sterre, Zuid-Holland (vice-voorzitter);

Jules Verschuuren, Noord-Brabant (secretaris/penningmeester); Hans de Haan, Friesland; Minette Albers, Groningen; Girbe Buist, Overijssel; Jacobus Trijsburg, Gelder-

land; Annelies Jordens, Utrecht; Birgitta Fijen, Noord-Holland; Wim Scholten, Zeeland; en Agnes Vugts, Limburg.



Links:

Birgitta Fijen

(foto Pieter Boersma)

Rechts:

Agnes Vugts in het  
National Coalmining  
Museum in Wakefield,  
Engeland

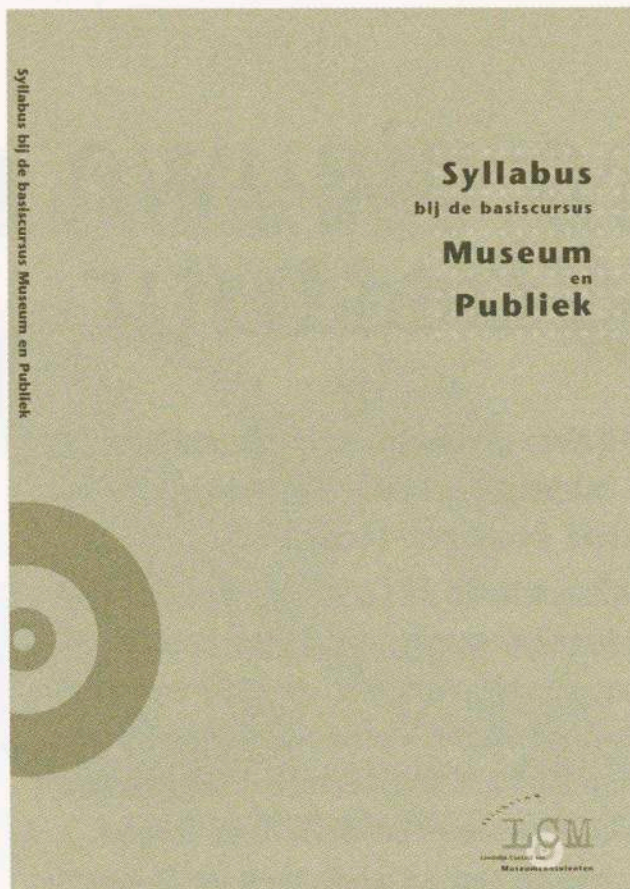


# Publicaties

## Syllabus bij de basiscursus museum en publiek

Bestellingen bij de Brabantse Museumstichting, tel. (013) 535 55 65, e-mail [bms@bart.nl](mailto:bms@bart.nl), prijs losse verkoop f 75,- (excl. verzendkosten), bij de basiscursus Museum en Publiek (voor data en locaties zie Scholingsaanbod 2001) is de syllabus bij de prijs inbegrepen. ISBN 90-802214-9-X

De concurrentie met andere aanbieders op de vrijetijdsmarkt dwingt musea voortdurend rekening te houden met de wensen en de verwachtingen van de bezoeker. Een heldere presentatie, doordachte educatie, goed gastheerschap en aandacht voor marketing en pr vormen de basis van de kwaliteit van musea als het gaat om de publiekstaak. De nieuwe *Syllabus bij de basiscursus museum en publiek* geeft aan hoe musea bezoekers kunnen werven, kunnen laten leren of genieten en vooral vaak kunnen laten terugkomen. De syllabus is uitgegeven door het LCM, als lesstof bij de basiscursus Museum en Publiek, maar kan ook worden gebruikt als zelfstandige introductie op de publiekstaak van musea en als vraagbaak voor museummedewerkers.



De begrippenlijst en de literatuurlijst bieden mogelijkheden voor verdere verdieping.

## Scholingsaanbod 2001

Het 'Scholingsaanbod 2001' verschijnt in november 2000 en wordt zowel door de NMV als door het LCM gratis verspreid. Mocht u geen exemplaar ontvangen, dan kunt u er een aanvragen bij de NMV, tel. (020) 305 37 60, e-mail [info@museumvereniging.nl](mailto:info@museumvereniging.nl).

Als voorheen geven LCM en NMV dit jaar gezamenlijk een scholingsbrochure uit: *Scholingsaanbod 2001*. De brochure bevat het bij- en nascholingsaanbod van de provinciaal museumconsulentschappen en de NMV. In 2000 is het scholingsaanbod voor museummedewerkers onder de loep genomen en zijn de verschillende cursussen beter op elkaar afgestemd. Het *Scholingsaanbod 2001* bevat een mooi en compleet aanbod, met voor elk wat wils: meer dan vijftig cursussen op zes verschillende

vakgebieden, voor museummedewerkers met verschillende startkwalificaties. Voor iedereen dus alvast een goed voornemen voor het nieuwe jaar! Bovendien is er een flink aantal nieuwe cursussen in het aanbod opgenomen, bijvoorbeeld 'Opfriscursus registratie en documentatie', 'Een website maken', 'Veiligheidszorg', 'Culturele en kunstzinnige vorming (CKV)' en 'Cultureel ondernemerschap'.

## Handleiding AAT

Bestellingen bij de NMV, tel. (020) 305 37 60, e-mail [info@museumvereniging.nl](mailto:info@museumvereniging.nl), prijs f 35,- exclusief verzendkosten (f 25,- voor leden en participanten van de NMV). ISBN 90-70225-20-4

In september publiceerde de NMV de *Handleiding bij het gebruik van de Art and Architecture Thesaurus (AAT)*, geschreven door Annette Gaalman en Mirjam Pragt. De AAT is een thesaurus die bij het registreren van werken gebruikt kan worden. Het is een uitgebreide lijst van gestandaardiseerde trefwoorden, waarin woorden die qua betekenis verwant zijn bij elkaar worden gebracht door een hiërarchische indeling en verwijzingen

naar synoniemen en geassocieerde woorden. Belangrijk voordeel van deze thesaurus is dat musea niet zelf het wiel hoeven uit te vinden voor wat betreft terminologie en dat, bij toepassing van de AAT, informatie van verschillende instellingen gemakkelijk aan elkaar gekoppeld kan worden. De handleiding biedt praktische hulp bij het gebruik van de AAT bij de beschrijving van collecties van cultuurhistorische musea.

## Tekst bij beeld

Bestellingen bij de NMV, tel. (020) 305 37 60, e-mail [info@museumvereniging.nl](mailto:info@museumvereniging.nl), prijs f 35,- exclusief verzendkosten (f 25,- voor leden en participanten van de NMV). ISBN 90-70225-19-0

Eind augustus verscheen *Tekst bij beeld*, een uitgave van de NMV. Jan Topping doet hierin verslag van een onderzoek naar de manier waarop publiek teksten bij schilderijen ervaart. Het onderzoek werd in 1998 in nauwe samenwerking met de Sectie Publiek en Presentatie uitgevoerd. De daarbij gebruikte proefteksten en

afbeeldingen van schilderijen zijn in het boek opgenomen. Bij de presentatie van het onderzoek in mei 1999 waren een aantal deskundigen op het gebied van taal uitgenodigd die reageerden op de resultaten van het onderzoek. De teksten van hun lezingen staan ook in de publicatie.



# ADLIB Museum

**ADLIB Museum** is het software pakket voor professioneel collectie-management in musea.

## COMPLEET

ADLIB Museum is een zeer volledig systeem met een uitgebreide functionaliteit voor optimaal collectiebeheer. Het beschikt over een ingebouwde thesaurusmogelijkheid en beeldintegratie evenals een koppeling naar externe bestanden zoals Word- en Excel-documenten en Internet pagina's. Een Inter/intranet-module is eveneens beschikbaar met uitgebreide zoekmogelijkheden zoals zoeken via thesaurus en indexlijsten. Veel zorg is besteed aan het gebruik van internationale standaarden zodat de mogelijkheden voor het uitwisselen van gegevens maximaal zijn. Om dit te blijven ontwikkelen en te stimuleren is ADLIB Information Systems actief lid van CIMI (Consortium for the Interchange of Museum Information (CIMI)).

## GEBRUIKSVRIENDELIJK

ADLIB Museum is bijzonder gebruiksvriendelijk. Overzichtelijke tabbladen, intuïtieve interfaces, zorgvuldige styling en contextgevoelige helpteksten zorgen ervoor dat het werken met ADLIB altijd aangenaam, maar vooral efficiënt verloopt. De uitgebreide validatie-mogelijkheden zorgen er op een eenvoudige maar doeltreffende manier voor dat de invoer correct geschiedt. Hierdoor ontstaan consistente bestanden die de basis zijn van elke goede retrieval.

## KEUZE MOGELIJKHEDEN

**ADLIB Museum Basis** is de compacte kant & klare versie en omvat alle velden uit 'Basisregistratie voor collectie voorwerpen en beeldmateriaal'. Het pakket beschikt over een volledig geïntegreerde thesaurus en de mogelijkheid om afbeeldingen in het bestand op te nemen.

**ADLIB Museum Standaard.** De 'CIDOC Guidelines for Museum Object Information' zijn de basis voor deze applicatie. Verder is het pakket voorzien van een groot aantal velden uit SPECTRUM. Het pakket is bovendien voorzien van een op de ISBN beschrijvingregels gebaseerd bibliotheek bestand en beschikt over mogelijkheden om de applicatie aan uw specifieke wensen en eisen aan te passen.

**ADLIB Museum Plus** is gelijk aan de standaard versie maar uitgebreid met de ADLIB Bibliotheek-applicatie. De bibliotheek-applicatie is verder uit te breiden met losse modules voor uitleningen, besteladministratie en tijdschriftenbeheer.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met: Martijn van der Bruggen



SOFTWARE VOOR FLEXIBEL INFORMATIEBEHEER

**ADLIB Information Systems** is gespecialiseerd in het ontwerpen en bouwen van software voor informatie- en collectiebeheer toepassingen bij musea, bibliotheken en archieven.

**ADLIB Information Systems** heeft inmiddels meer dan 500 ADLIB klanten verspreid over 19 landen. ADLIB wordt gebruikt in bedrijven, non-profit organisaties en rijks- en gemeentelijke overheden en hogere onderwijs instellingen. Buiten Nederland heeft ADLIB Information Systems vestigingen in Engeland, Australië en distributeurs in diverse andere landen.

## ADLIB Information Systems

Reactorweg 291

3542 AD Utrecht

Postbus 1436

3600 BK Maarssen  
Nederland

Telefoon +31 (0)30 - 241 18 85

Fax +31 (0)30 - 241 25 68

E-mail [info@nl.adlibsoft.com](mailto:info@nl.adlibsoft.com)

Voor meer informatie over ADLIB en te downloaden demoversies van ADLIB Software:

[www.adlibsoft.com](http://www.adlibsoft.com)



## Een veelzijdig specialist

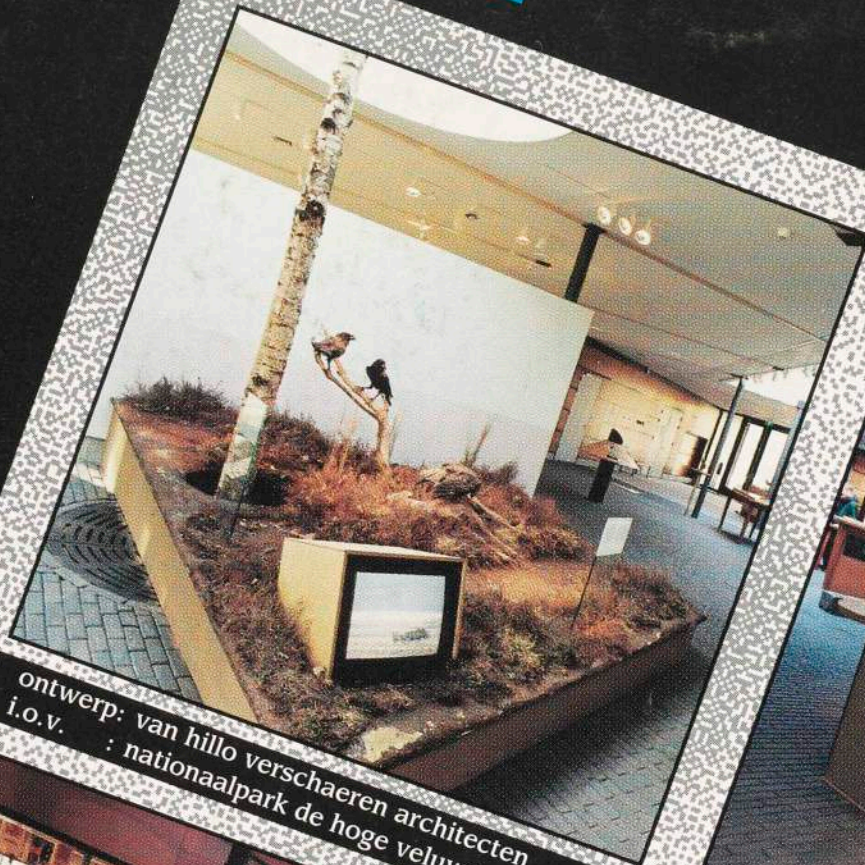
In de loop van bijna vijfendertig jaar is Bruns B.V. uit Westerhoven uitgegroeid tot een veelzijdig specialist in twee- en driedimensionale produkties. Wij realiseren educatieve en informerende projecten voor overheidsinstanties. Komplete inrichtingen van permanente tentoonstellingen voor de museale wereld. Maquettes, werkende technische modellen, displays, prototypes, grafische voorstellingen, licht- en polarmotionpanelen. Boeiende en perfect functionerende modellen voor een overtuigende produktpresentatie ... Alles wat in twee of drie dimensies te vertalen valt.

## Wij werken onder andere voor:

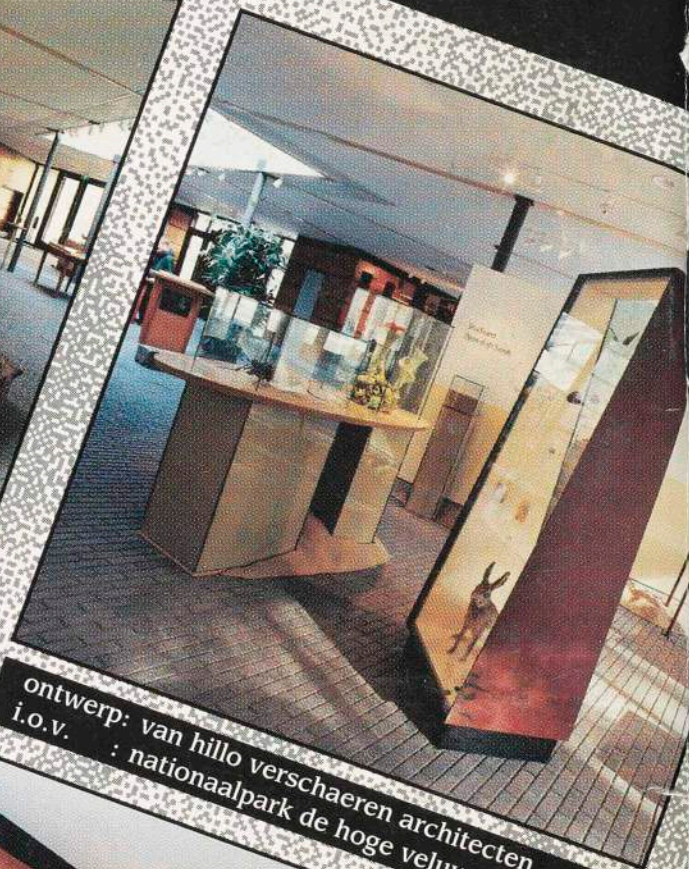
New Metropolis, Museon, Museonder, Noordbrabants museum, Noordbrabants Natuurmuseum, Kasteel Groeneveld, Heineken museum, Historama, Maritiem Museum Prins Hendrik, Nederlands Spoorwegmuseum, Maritiem Buitenmuseum, Mauritshuis, PTT Museum, Volksbuurtmuseum, Madurodam, Nieuw Land poldermuseum, Bezoekerscentrum 's Graveland, Bezoekerscentrum De Punt, Bezoekerscentrum Meijndel, Bezoekerscentrum Arkemheen, Omniversum, Waterland Neeltje Jans, Het Arsenaal, Expo Kinderdijk, Milieu Educatie Centrum, La Villette, London Transport Museum, Olie & Gas expositie te Muscat (Oman), Museum Schokland, Informationszentrum Blumberger Mühle, Provinciaal Museum Ename, Nationaal park de Hoge Veluwe, Trainspoint Betuweroute, technisch museum (wien), nike town (berlin).

ontwerp: van hillo verschaeren architecten  
i.o.v. : nationaalpark de hoge veluwe

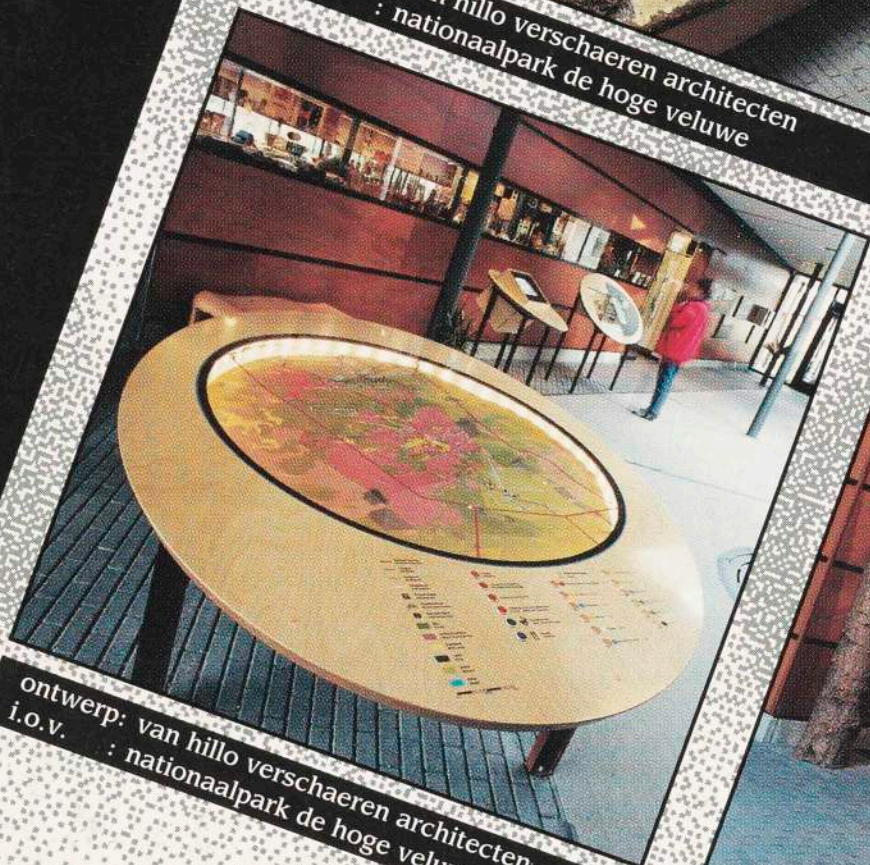
## MUSEA



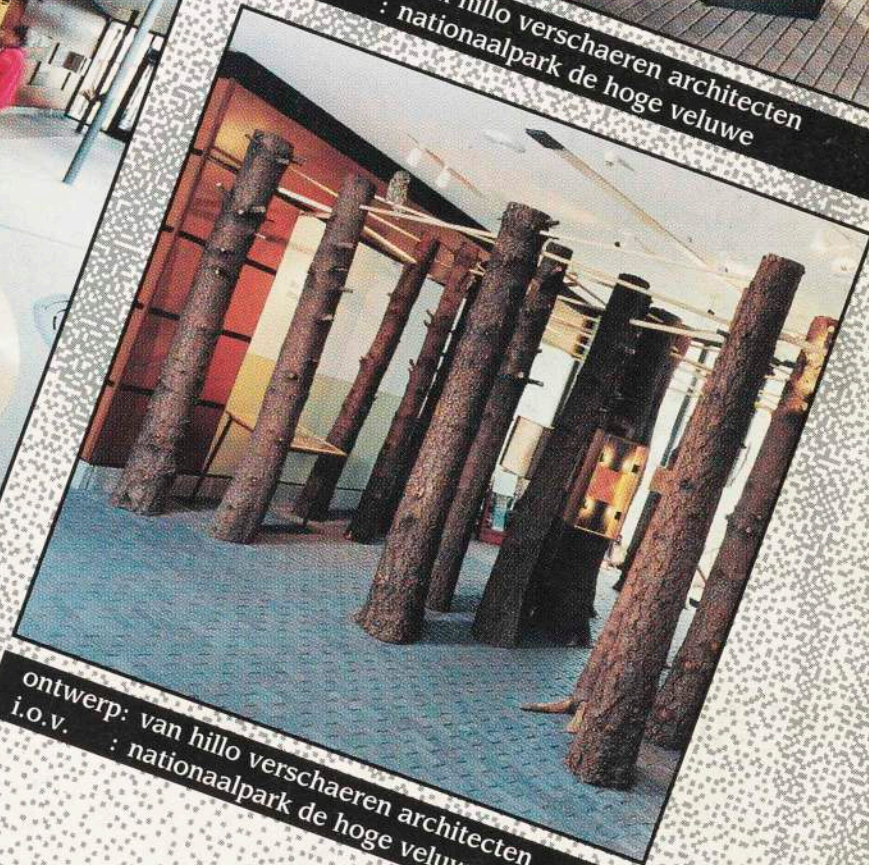
ontwerp: van hillo verschaeren architecten  
i.o.v. : nationaalpark de hoge veluwe



ontwerp: van hillo verschaeren architecten  
i.o.v. : nationaalpark de hoge veluwe



ontwerp: van hillo verschaeren architecten  
i.o.v. : nationaalpark de hoge veluwe



ontwerp: van hillo verschaeren architecten  
i.o.v. : nationaalpark de hoge veluwe



ontwerp: van hillo verschaeren architecten  
i.o.v. : nationaalpark de hoge veluwe

**BRUNS B.V.**  
[ 2 | EN | 3 ] [ DI | ME | NS | IO | NA | LE ] [ PR | OD | UK | TI | ES ]

Leemskuilen 12, 5563 CK Westerhoven  
telefoon +31(0)40-2042291 Nederland