

Vakblad voor
museummedewerkers in
Vlaanderen en Nederland

museum peil

nummer 32
najaar 2009

De crisis als kans!

Inventief samenwerken

Strategische partnerships

Voordeel door
collectieve inkoop

Tips voor coproducties

Gunstige fiscale
schenkingsregels

Bruynzeel Storage Systems BV • Industrieterrein 7 • 5980 AC Panningen • Tel.: +31 (0)77 306 90 00 • Fax: +31 (0)77 307 81 33 • www.bruynzeel.org

Voorwoord

Kabouters zijn een nijver volkje. Onverdroten en steeds goedgehumt gaan ze aan de slag, elke dag opnieuw, van de ochtend tot het avondrood. Tot bloei van hun hofje en tot nut van het algemeen. Zelfs als ze op de keien staan, verliezen ze hun glimlach niet en klampen ze zich vast aan hun gereedschap. Ze blijven optimistisch en slagvaardig. Zijn de vrolijke mannetjes op dit omslag van Museumpeil dan misschien een metafoor voor de musea en museumwerkers in deze crisistijden? Hoezo, kabouters? Dat onze musea al lang niet meer kleine spelers zijn op het speelveld van het cultuur- en vrijetijdsaanbod, en zelfs her en der als speerpunt worden ingezet voor de socio-economische stimuleringsplannen van stad of regio, wordt niet meer betwist. En crisis? Hoe lijdzaam ondergaan zij de gevolgen van de kredietcrisis? Hierover werden de laatste tijd in diverse fora en media al vaker gedachten en ervaringen uitgesproken. Om tot de conclusie te komen dat 'musea echt niet zo gauw zullen omvallen' (zie Museumvisie 0209, p. 27 e.v.).

Aangezien de meeste musea in de lage landen in zeer grote mate afhankelijk blijven van overheidsmiddelen, en slechts zeer beperkt van sponsorgelden van fondsen of private donateurs, betekent de huidige crisis minder een dreun dan een uitdaging. 'Crisis als uitdaging' is een motto uit de harde economische sector: wat op het eerste gezicht moeilijkheden oplevert en vragen oproept kan ook als een kans worden gezien. Ook in economisch stabielere

tijden worden de musea gedwongen om - ondanks hun steeds beperkte middelen en menskracht - door vindingrijkheid en creativiteit voortdurend met een boeiend aanbod voor de dag te komen, een divers publiek te bedienen en de museumbasisfuncties behoorlijk uit te bouwen. Voor velen is het een tweede natuur geworden. Toch kan men niet voorbijgaan aan de realiteit van krimpende sponsormogelijkheden, die hun weerslag hebben op het opzetten van grote tentoonstellingen, dure herinrichtingen of tentoonstellingsdesign, en op publiciteitsbudgetten. De bijdragen in deze Museumpeil willen u ideeën aanreiken en reële situaties schetsen die uw creativiteit en vindingrijkheid kunnen aanscherpen. Hoe te besparen op de exploitatiekosten? Van welke fiscale schenkingsregels kan een museum gebruik maken? De voordelen van samenwerking, inkoopkortingen, exhibition-sharing, vrijwilligerswerk, stages en alternatieve tewerkstellingsmogelijkheden. De strategische wensen van sponsors en hoe daar mee om te gaan. Partnerships voor wetenschappelijk onderzoek. De grenzen van de verzakelijking. Kortom: een pak inspiratie om fluitend aan het werk te gaan in crisistijden.

Zonder te moeten hopen dat de kleine mannetjes 's nachts uw problemen als bij toverslag zullen oplossen.

Leon Smets en Girbe Buist

Inhoud

- | | | |
|---|---|---|
| 3 Voorwoord | 17 Project Autoyurt: een brug tussen museum en technisch onderwijs
<i>Greet Stappaerts</i> | 23 Financieel gunstige schenkingen
<i>Lucie Lambrecht</i> |
| 4 Zuinigheid met vlijt...
<i>Jan Sparreboom</i> | 18 Kostenreductie door coproductie
<i>Olivier Retout</i> | 25 Schenk een stuk van je nalatenschap aan musea
<i>Rudy De Nolf</i> |
| 7 Stagerapport als opstap naar Plan van Aanpak
<i>Jacqueline Weg</i> | 19 Tips voor een geslaagde coproductie
<i>Olivier Retout</i> | 27 Schenken en nalaten in Nederland
<i>Elly Pouwels</i> |
| 8 Scenografie als proef
<i>Bart Stroobants</i> | 20 Creatief in wetenschappelijk onderzoek
<i>Ann Vandeput en Davy Jacobs</i> | 27 Teruggaaf energiebelasting
<i>Elly Pouwels</i> |
| 9 Studente bouwt Sportimonium-tentoonstelling
<i>Els Verstraete</i> | 21 Voordeel in collectiviteit
<i>Niels-Olaf Bout</i> | 28 Erfgoedsite Tienen: hordenlopen naar zelfstandigheid
<i>Staf Thomas</i> |
| 10 In het oog van de storm? Werven voor cultuur in crisistijd
<i>Ingrid Lampaert</i> | 21 Bespaar op uw computer-software
<i>Bram Wiercx</i> | 30 Kansen door de economische crisis? Jan Klumper adviseert
<i>Girbe Buist</i> |
| 13 De sponsorstrategie van KBC Bank & Verzekering
<i>Nico Lucas</i> | 22 Museum Aarschot recyclet art nouveau vitrinekasten
<i>Jo De Cuyper</i> | 32 Nieuws uit Nederland en Vlaanderen |
| 14 Diversiteit op de werkvloer
<i>Annemie Cailliau</i> | 22 Nieuw leven voor oude kostuumpoppen
<i>Jan Sparreboom</i> | 34 Adressen |

Colofon

Museumpeil nummer 32 najaar 2009

Museumpeil informeert museummedewerkers in Nederland en Vlaanderen over landelijke en provinciale ontwikkelingen in de museumsector vanuit een praktijkgericht perspectief. Museumpeil is een uitgave van de Stichting Landelijk Contact van Museumconsulenten in samenwerking met de bureaus van de provinciale museumconsulenten en FARO. Vlaams Steunpunt voor Cultureel Erfgoed vzw. Museumpeil verschijnt tweemaal per jaar en wordt gratis verspreid onder de relaties van museumconsulenten en FARO.

Redactie

Elly Pouwels
Inge Geysen
Leon Smets
Jan Sparreboom
Jacobus Trijsburg
Girbe Buist
Josephine Woldring (eindredacteur)

Inhoudelijke redactie

Leon Smets
Girbe Buist

Redactieadres

Bureau Landelijk Contact van Museumconsulenten,
Parade 18, 's-Hertogenbosch
Postbus 1325,
5200 BJ 's-Hertogenbosch
T (+31) 073 615 62 62

Abonnementen

Een jaarabonnement kost € 12,-.

Opgave voor Nederland bij het redactieadres. Voor België bij FARO. Vlaams Steunpunt voor Cultureel Erfgoed vzw. Priemstraat 51, 1000 Brussel. Abonnementen lopen per kalenderjaar en dienen voor het einde van het jaar te worden opgezegd.

Losse nummers

Losse nummers kosten € 7,- (excl. verzendkosten).

Advertenties nr. 32

Reclazorg, Enschede

Vormgeving en drukwerk
Drukkerij Olijdam, Enschede

Oplage

2600 exemplaren
ISSN 1381-1088

Foto omslag:

Tuinkabouters in het Openluchtmuseum Arnhem (foto: Leon Smets)

© Museumpeil 's-Hertogenbosch 2009

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 direct of indirect gevolg is van handelingen of beslissingen die gebaseerd zijn op informatie uit dit blad.

Zuinigheid met vlijt...

Jan Sparreboom,
adviseur
historische
informatie,
bedrijfsvoering en
collectiebeheer
Cultureel Erfgoed
Noord-Holland

Nederland zou Nederland niet zijn als er in tijden van crisis geen grote inventiviteit aan de dag wordt gelegd bij het besparen op uitgaven en bij het vergroten van inkomsten: kijk naar verhogen van de pensioengerichtige leeftijd, deeltijd-ww, makkelijker ontslag en een reeks van sector-ondersteunende maatregelen. Maar dat lijkt binnen de culturele en museale sector (nog) niet echt het geval te zijn. Deels lijkt dat te verklaren door het feit dat de musea eigenlijk altijd al gedwongen worden de tering naar de nering te zetten.¹

Cultureel ondernemerschap

Het Centraal Bureau voor de Statistiek geeft aan dat de laatste 10 jaar het museumkaartje al 70% duurder is geworden. Kan het eigenlijk nog wel duurder worden? Misschien speelt ook mee dat de vierjarige periodes van cultuurbeleid en de daarmee gepaard gaande budgettering voorlopig al te drastische financiële koerswijzigingen in veel van overheidswege gesubsidieerde instellingen niet toestaan. Dan is er nog de geringe invloed die fluctuaties in bezoekersaantallen eigenlijk hebben op het totaal aan inkomsten van veel musea. Cultureel ondernemerschap tenslotte is een kwaliteit die al breed bediscussieerd werd voordat de crisis inzette in Nederland, onder andere onder regie van de 'Commissie Cultuurprofijs'. Kan het nóg zuiniger? De Raad voor Cultuur betwijfelt dat, en spreekt van onzichtbare uitholling van vaste exploitatiebudgetten.² Ook benadrukt de raad dat cultureel ondernemerschap de musea eerder naar oppervlakkige blockbusters voor gemiddeld publiek leidt dan naar belangrijke, structurele verbeteringen die de musea een sterkere plaats in de samenleving moeten geven.

Subsidies en prijzengeld

De nieuwe subsidieregelingen, waarin het Rijk het geld wil verdubbelen dat culturele instellingen met vernieu-

wende activiteiten extra hebben verdiend (matchingsregeling) en nieuwe producten van culturele instellingen wil stimuleren (innovatieregeling), leveren het veld dit jaar volgens de Nederlandse Museumvereniging 3 miljoen euro extra op. Sommige provincies doen daar ook nog wat bij. Daartegenover staat dat het project rond de gratis toegang van kinderen uitgesteld is, onder meer vanwege de onzekere financiële consequenties voor zowel het museumveld als voor het ministerie. Vorig jaar, nog voor het uitbreken van de kredietcrisis, verdeelde de BankGiro Loterij een recordbedrag onder een recordaantal musea. Het aantal vaste goede doelen, in overgrote meerderheid musea, nam toe van 43 naar 51, evenals de omvang van de uitgekeerde bijdragen, van in totaal ruim 53 miljoen naar 58 miljoen euro. In deze context bezien zou de meest succesvolle uiting van cultureel ondernemerschap die zijn waarbij de instelling het meeste subsidie én de jackpot aan prijzengeld in de wacht sleept. Maar dat is een te cynische vaststelling die geen recht doet aan alle goedbedoelde pogingen om kosten te drukken of inkomsten te genereren.

Bezoekersaantallen

Het bezoek aan musea lijkt, volgens de eerste tekenen, niet direct te lijden onder de crisis. In de zomer pakten twee Noord-Hollandse instellingen uit met onverwachte records aan bezoekers: het Zaanse Museum en het Alkmaarse Kaasmuseum boekten grote winst ten opzichte van de aantallen in het jaar ervoor met respectievelijk 300% en 30% meer bezoekers. Beide instellingen verklaren de groei vooral uit het toegenomen toerisme van Nederlanders in eigen land. De Amsterdamse toeristische barometer geeft voor het eerste kwartaal weliswaar een daling van ruim 16% ten opzichte van de bezoekerscijfers in 2008, maar in het tweede kwartaal wordt er al weer een winst geboekt ten opzichte van 2008 van 3,2% (het bezoek aan attracties daalde in het tweede kwartaal wel, namelijk met 9,3%).

Was er aanvankelijk het Van Gogh Museum dat in februari vreesde veel minder bezoekers te trekken, in de loop van het jaar kon die negatieve verwachting gelukkig enigszins worden bijgesteld. Kortom, musea houden zich kranig, misschien wel dankzij de oproep van de staatssecretaris om vakantie in eigen land door te brengen. Definitieve cijfers kunnen hierover volgend jaar wellicht uit-

Winnaars tonen hun
cheques op het
goedgeld-gala
van de BankGiro
Loterij
(foto: Roy Beusker
Fotografie).





Het onlangs geopende Verkade Paviljoen is onderdeel van het Zaanse Museum. Het herbergt de bedrijfscollectie van de Zaanse koek- en chocoldefabriek die bijeengebracht werd door de familie Verkade (foto: Zaanse Museum).

sluitsel geven. Musea die bezocht worden door veel buitenlandse toeristen lijken vooral de klappen te krijgen door een sterke daling van bezoekers uit die groep.

Kosten besparen

Als we de bezoekersaantallen, subsidies, prijzen en loterijmiljoenen even laten voor wat ze zijn, wat zijn dan de meest in het oog springende initiatieven en regelingen die de museumwereld momenteel toepast of gebruikt om kosten te besparen? Ze zijn onder andere te vinden in de directe, dagelijkse museumexploitatie en ze zijn terug te voeren op het behalen van voordeel door gezamenlijke inkoop, op het slim gebruik maken van fiscale voordelen of op het personeelsbeleid, waarbij het inhuren van tijdelijk personeel of stagiaires weer erg populair wordt.

Branche

De vereniging van de museumbranche, de Nederlandse Museumvereniging (NMV), heeft zich de laatste jaren toegelegd op belangenbehartiging van zijn leden. Een belangrijk onderdeel daarvan is inmiddels de korting die NMV-leden kunnen krijgen op diensten en producten die zij afnemen van die bedrijven die met de NMV een overeenkomst zijn aangegaan. Het aanbod betreft een breed scala aan vormen van dienstverlening en producten gericht op de museale vraag. Een overzicht is op de site van de NMV te raadplegen onder 'ledenvoordeel'. Daarnaast verleent de NMV ook 'ledenservice', waardoor leden van de vereniging een beroep kunnen doen op speciaal voor hen vervaardigde producten, zoals modellen voor overeenkomsten voor bruikleen, schenking of arbeidsvoorwaarden. Wanneer musea overwegen lid te worden of te blijven van de NMV doen zij er verstandig aan deze voordelen in hun overwegingen te betrekken. (Zie kadertekst op pagina 22.) De belangrijkste boodschap is hier dat voordelen te halen zijn door samen te ontwikkelen, te delen of samen in te kopen.

Nog meer voordelen

Het is altijd, maar zeker nu, ook erg aan te bevelen om je op de hoogte te stellen van bestaande regelingen, ervaringen en mogelijkheden op fiscaal en financieel gebied. Ga daarbij uit van de goede wil van de belastingdienst,

van de gemeente waar je museum gevestigd is of van de belangen van stakeholders rond het museum die wel eens gelijk kunnen lopen met de belangen van het museum zelf. Een al tamelijk bekend voorbeeld is de waardevaststelling van de museale huisvesting in het kader van de Wet op de Onroerend Zaakbelasting. De Nederlandse fiscus beschouwt het bezitten, gebruiken of bewonen van onroerend goed als een vorm van inkomen waarover belasting is verschuldigd. De hoogte van die belasting is afhankelijk van de waarde die het pand in taxaties wordt toegekend. Er zijn inmiddels vele gevallen bekend (Kunsthal Rotterdam bijvoorbeeld) waar een te hoge taxatie tot beroep heeft geleid, met daarop volgend rechtszaken en jurisprudentie. Daar kan uit worden geconcludeerd dat veel museum panden ten onrechte en op verkeerde gronden een te hoge waarde wordt toegekend. Een in deze zaken gespecialiseerd bureau (Drevast, zie www.drevast.nl) kan namens het museum in beroep gaan tegen de waardevaststelling. Hiermee zijn inmiddels aanzienlijke successen behaald waardoor sterke vermindering van de WOZ-belasting kon worden bereikt. In het Bonnefantenmuseum leidde dat bijvoorbeeld tot 7.500 euro minder belasting in 2008; in het Limburgs Museum zelfs tot 15.000 euro. Let er wel eerst op dat het behaalde voordeel ook werkelijk ten goede kan komen aan het museum, en niet direct verrekend wordt in de exploitatiesubsidie van de gemeente.

Goeddoel-instelling

Misschien zijn er musea, steunstichtingen of vriendenverenigingen die de status van een 'goeddoel-instelling' nog niet hebben aangevraagd en verkregen. Het loont de moeite dit wel te doen. Deze status wordt verleend door de fiscus en heet de ANBI-status (ANBI = Algemeen Nut Beogende Instelling). Veel musea en hun vriendenvereniging, kerkgenootschappen, weldadigheidsinstellingen en onderzoeksinstituten maken gebruik van de status, waaraan meerdere financiële voordelen verbonden zijn. Een ANBI hoeft geen successierecht of schenkingsrecht te betalen over erfenissen en schenkingen die de ANBI ontvangt voor het algemeen belang. Uitkeringen die een ANBI doet in het algemeen belang zijn vrijgesteld voor het recht van schenking (denk aan vriendenverenigingen

en steunstichtingen!). En als een instelling door de belastingdienst is aangewezen als een ANBI, kan een donateur giften van de inkomsten- of vennootschapsbelasting aftrekken (uiteraard binnen de daarvoor geldende regels). Vooral deze laatste regeling is voor beide partijen – schenker en ontvanger – voordelig. De verlening van de ANBI-status wordt verzorgd door de belastingdienst Oost-Brabant in Den Bosch. Hij is ook per belastingtelefoon aan te vragen³ (zie kaderteksten op pagina 28).

Stages

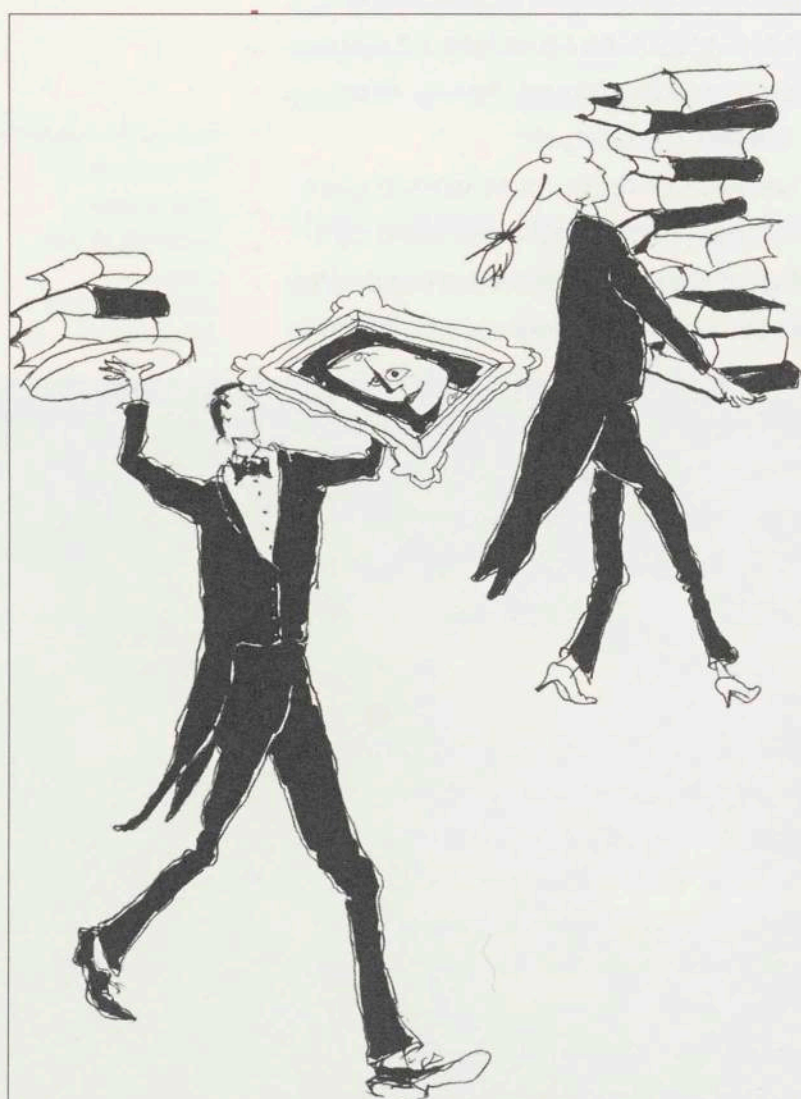
Zonder daar uitgebreid onderzoek naar gedaan te hebben kunnen wij ons niet aan de indruk onttrekken dat het met het aanbod van stages in de musea crescendo gaat. Op de vacaturesites en op de sites van de musea is dit duidelijk waarneembaar. Dit verschijnsel wordt ook door de Reinwardt Academie volmondig bevestigd. Veel instellingen willen immers dat nieuw geplande werkzaamheden op educatief terrein of voor tentoonstellingen doorgang vinden; en met de terughoudendheid van directies en besturen om nieuwe mensen projectmatig en tijdelijk een aanstelling te geven leidt dat onvermijdelijk tot de inschakeling van goedkope stagiaires, al of niet nog studerend.⁴ Een zorgelijke situatie voor veel beloftevolle

werkzoekenden, een oplossing voor zuinige musea.

In het kader van de maatschappelijke stage die scholieren over enige jaren moeten gaan lopen hebben zich ook de musea via het instituut Erfgoed Nederland aangemeld als kandidaat voor stagiaires, naast de zorg-, sport- en de natuurorganisaties. Een interessante en belangrijke ontwikkeling, zowel voor scholieren als voor de gast-instellingen.

De vindingrijkheid van musea om zich door zuinige tijden heen te slaan zal ook de komende jaren bijzonder goed van pas komen. Maar het is de vraag of er nog meer te halen is dan er al is uitgeknepen.

- 1 Wie 'bezuinigen in musea' googelt krijgt op de eerste pagina slechts één hedendaags item, namelijk het Van Goghmuseum dat minder bezoek trekt in februari van dit jaar. Alle overige items op de eerste pagina hebben betrekking op jaren daarvoor, tot wel terug in 1997. Dat zou echter na het schrijven van dit artikel, één dag voor Prinsjesdag, wel eens anders kunnen worden.
- 2 Raad voor Cultuur, Advies Instrumentarium Specifiek Museumbeleid, april 2008.
- 3 Kijk op www.belastingdienst.nl onder zakelijk, bijzondere regelingen.
- 4 Ons is bekend dat stagiaires in sommige grote musea geen reiskosten vergoed krijgen, laat staan stagegeld kunnen verwachten.



INGRESSUS

vakbekwaam toegankelijk maken van uw collectie

Ontsluiting fysieke collecties, Ontsluiting digitale collecties
Kwaliteitszorg, Ondersteuning, Digitale diensten

www.ingressus.nl

Stagerapport als opstap naar een Plan van Aanpak

Afstudeerstage bij Museum de Speeltoren in Monnickendam

Een afstudeerstage biedt soms kansen voor student én stageverlener. Een voorbeeld daarvan is de volgende stage in Museum de Speeltoren in Monnickendam. Het aanbod van een student voor een afstudeerstage droeg bij aan de herstart van een nieuwbouwproject.

Jacqueline Weg,
registrator
Tropenmuseum

In 2005 heb ik, in het kader van mijn afstudeerstage aan de Reinwardt Academie, contact gezocht met Museum de Speeltoren in Monnickendam. Via contacten met het museumbestuur wist ik dat er al tijden nieuwbouwplannen waren. Er lagen zelfs al bouwtekeningen met een grove indeling voor de nieuwbouw. Toch was door allerlei factoren de vaart uit het project geraakt, hetgeen afbreuk deed aan de geloofwaardigheid ervan.

Toen ik mij aanmeldde, bevond het museum zich in een cruciale fase. Het bestuur wilde nog één keer een serieuze herstart met het project maken. De eerste aanzet hier toe was een inspraakavond waar de Monnickendammers hun voorkeur konden uitspreken over de nieuwbouw op de meest historische plek van hun stad. Drie onafhankelijke architecten hadden elk hun ideeën uitgewerkt: reconstruerende bouw, modern, of een combinatie van die twee. Na de beslissing over de buitenkant van het museum, volgde de uitwerking van de rest van het gebouw. Leidraad daarbij moest een doordacht Programma van Eisen (PvE) zijn. Voor zo'n programma ontbrak het bij het museumbestuur aan de nodige museale kennis.

Aanbod voor een Programma van Eisen

Het bestuur reageerde positief op mijn aanbod dit PvE te schrijven en bracht mij in contact met museumconsulent Rik Doornberg, die mij zijn documentatie ter beschikking stelde. Enkele jaren eerder had hij een vergelijkbaar nieuwbouwproject begeleid van Museum In 't Houten Huis in De Rijp. De documentatie en gesprekken met dit museum bleken van onschatbare waarde. Ook informatie over andere museale nieuwbouwprojecten leverden vergelijkingsmateriaal over enerzijds de aanpak van een dergelijk project en anderzijds bouwkundige richtlijnen. Zo ontstond een grove checklist voor het toekomstige bouwplan.

Tijdens de eerste gesprekken met het museumbestuur werden de randvoorwaarden voor het project geïnventariseerd: de organisatie bestond uit gedreven vrijwilligers, het budget was beperkt, de samenwerking met de gemeente verliep traag en de bestaande bouwtekeningen dienden als uitgangspunt. In tussentijdse rapportages probeerde ik helderheid te krijgen over hun missie en doelstellingen, het verhaal dat zij wilden brengen in het nieuwe museum, de beschikbare middelen en de mogelijke samenwerkingsverbanden.

Hulp bij impasse

Het PvE is gepresenteerd als een voorlopig programma. Ik voorzag namelijk dat er tussen de voorbereidende fase en

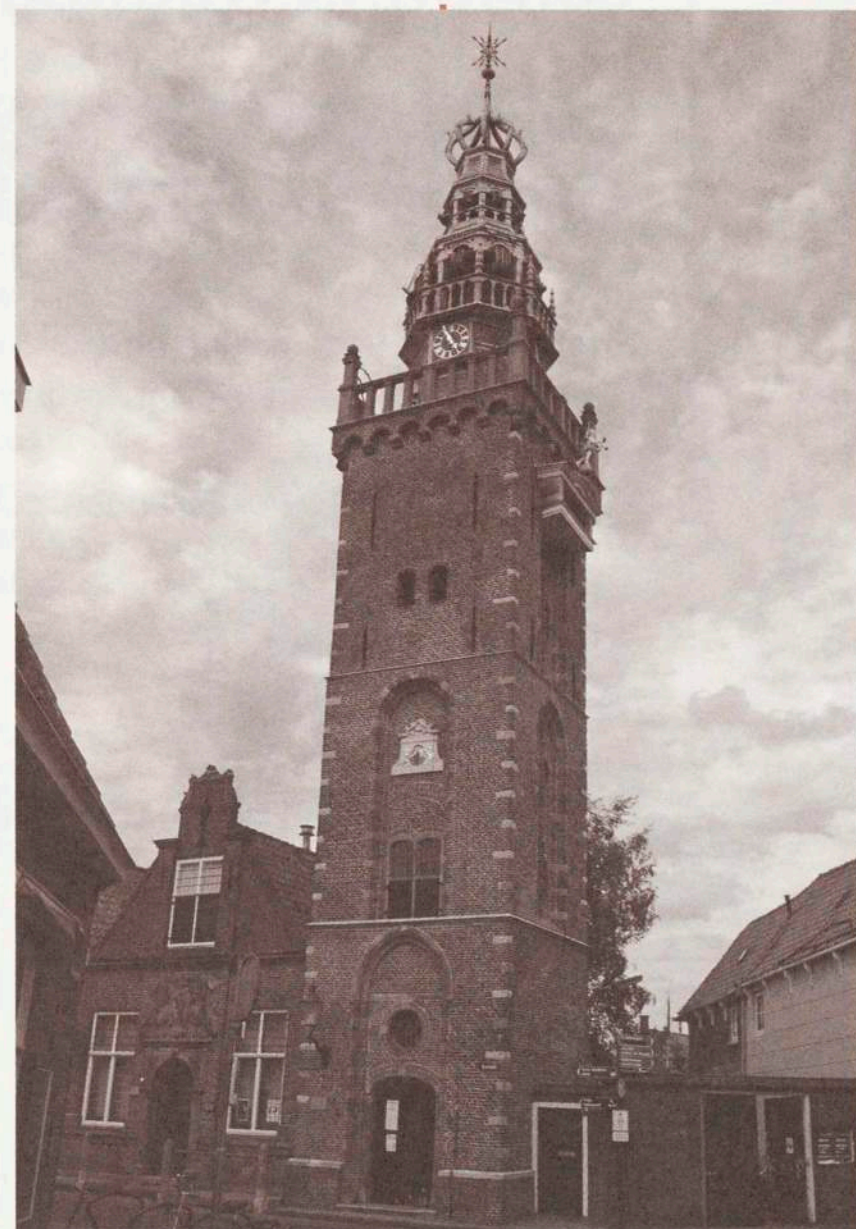
de werkelijke bouwfase nog geruime tijd kon gaan zitten. In dat stadium heeft een tot in de details uitgewerkt plan geen zin. Los van de technische informatie over specifieke vereisten voor museale bouw, was een van de belangrijkste conclusies dat zowel de uitvoerings- als de voorbereidingsfase van een dergelijk nieuwbouwproject staat of valt met een gedegen aanpak.

Het nieuwbouwproject van Museum de Speeltoren is complex op juridisch, bestuurlijk en financieel gebied. Bovendien is het een langlopend project waarbij veel van de vrijwilligers wordt gevraagd. Wil dit project kans van slagen hebben, dan dient er meer kennis binnen de uitvoerende groep gehaald te worden en moet er een gestructureerde taakverdeling komen. Daarmee werd mijn rapportage ook een Plan van Aanpak voor de herstart van het project. Het gaf voorbeelden hoe soortgelijke musea, met name Museum In 't Houten Huis, hun project op de rails hebben gekregen.

Het heeft het museumbestuur geholpen de impasse waarin het project geraakt was te doorbreken en handvatten te leveren voor zowel de voorbereidingsfase als voor de opzet van een PvE voor de architect en aannemer. Het rapport wordt nu ook gebruikt in subsidieaanvragen en gesprekken met gemeente en provincie om ze te overtuigen van het serieuze en professionele karakter van het project. De uitgewerkte nieuwbouwplannen vindt u terug op de homepage van het museum achter de knop De Verbouwing.

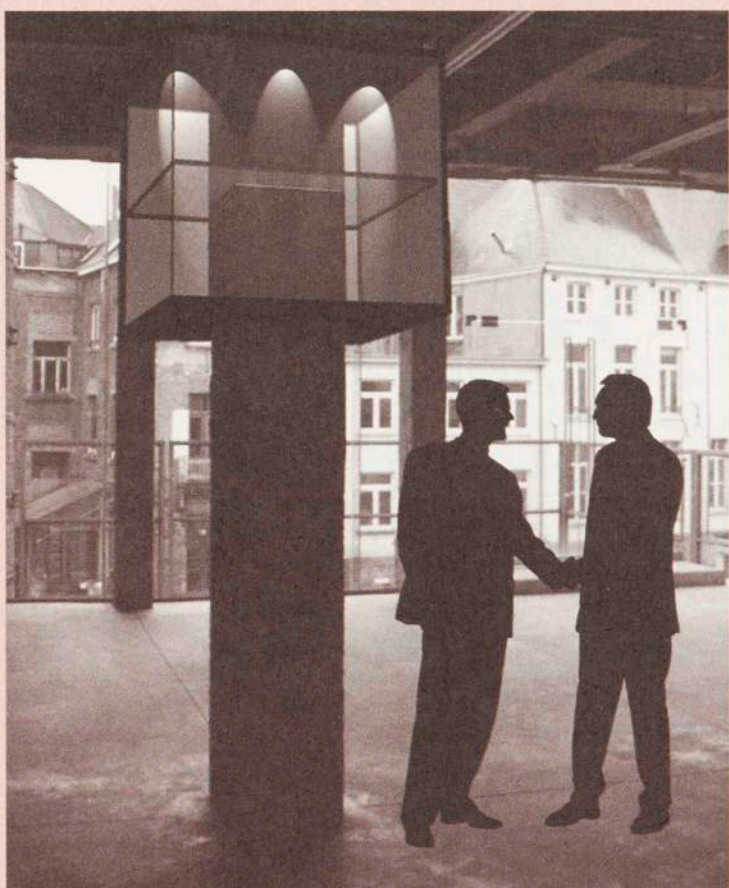
www.despeeltoren.nl

Museum de
Speeltoren in
Monnickendam.



Scenografie als proef

Een van de belangrijkste taken van een museum is onderzoek. In de eerste plaats is dit uiteraard gericht op de collectie, maar toch zijn er ook andere domeinen waarop onderzoek kan plaatsvinden. Een ervan is de presentatie. De wijze van presenteren is immers steeds in beweging. Nieuwe materialen, nieuwe visies, nieuwe technieken en dit allemaal met het oog op een betere pre-



sentatie zowel ten behoeve van het publiek als van de objecten.

Sinds dit jaar werken de Stedelijke Musea Mechelen, net als enkele andere Vlaamse musea, samen met de Provinciale Hogeschool Limburg. Binnen hun opleiding interieurarchitectuur kan men een master Scenografie volgen.

Afgestudeerde interieurarchitecten leren er de knepen van de museale scenografie. De samenwerking tussen de Hogeschool en de Stedelijke Musea Mechelen is voor beide interessant: studenten krijgen de kans om een ontwerp te maken binnen een concrete omgeving, rond echte objecten, en de musea verwerven nieuwe inzichten rond de presentatie van stukken. Het voordeel van een dergelijke oefening is immers dat er vrij 'geëxperimenteerd' kan worden, waardoor er nieuwe inzichten kunnen ontstaan.

De oefeningen zijn echter niet vrijblijvend. Ze kaderen binnen een masteropleiding. Dit vraagt de nodige engagementen. Niet enkel van de studenten, maar zeker ook van de gastinstellingen. De toekomstige scenografen moeten immers voldoende begeleid worden zodat ze optimaal geïnformeerd hun opdracht kunnen uitwerken. Dit vraagt toch wel wat tijd waarmee men best rekening houdt wanneer men een dergelijke samenwerking aangaat.

Dit jaar werden er drie Mechelse projecten uitgewerkt binnen de opleiding: een presentatie voor de prehistorische prauw in het museum Brusselpoort, het tonen van de collectie Lamot-memorabilia in het gelijknamige gebouw en een presentatie van de archeologische vondsten op de Grote Markt in de ondergrondse parkeergarage. De drie ontwerpen waren van zo'n hoog niveau, dat er momenteel gekeken wordt om ze ook effectief uit te voeren.

De samenwerking met de Hogeschool is dermate geslaagd dat er reeds plannen zijn voor projecten tijdens de volgende jaren

*Bart Stroobants,
conservator Stedelijke Musea Mechelen*

Parking Het Steen, Mechelen. Ontwerp van geïntegreerde vitrine door Nore De la Haye, 2009

Priatnov consult & training

Raad en daad op maat
met veel gevoel voor kleine musea

Priatnov is er voor praktische, concrete hulp en advies bij:

- veranderingen
- het maken van beleidsplannen, collectieplannen, marketingplannen
- personeelsproblemen
- kwaliteitszorg

Voor:

- het voorzitten van lastige vergaderingen
- vervanging ad interim
- individuele coaching

Contact: poradce@priatnov.nl

Priatnov is de onderneming van Kees Plaisier

www.priatnov.nl

Recol Art kunstdocumentatie



Hét adres voor professioneel collectiebeheer
Betrouwbaar - Gedegen - Efficiënt

- digitaal collectiebeheer
- beschrijvingen, conditierapporten, foto's
- advies
- (kunsthistorisch) onderzoek

Postbus 75148
1077 AC Amsterdam
Tel./Fax +31 (0)20 471 5285
Mob. 06 151 239 84
info@recolart.nl
www.recolart.nl

Studente bouwt Sportimonium-tentoonstelling

In 2008 was het Sportimonium, het museum voor het sportpatrimonium, naast andere partners¹ betrokken bij een project rond interculturaliteit, dat opgestart was door de provincie Vlaams-Brabant en Heemkunde Vlaanderen vzw. Het eindpunt van het project vormde een tentoonstelling, waarbij een studente van de Provinciale Hogeschool Limburg voor een stage de tentoonstellingsvormgeving realiseerde. Een samenwerking die voor beide partijen een succes bleek.

Het Sportimonium werd onder meer benaderd in het project vanwege de ligging van het museum aan het strand van het Bloso-domein² in Hofstade. Met name tijdens de warme zomerdagen wordt dit domein druk bezocht door een etnisch-cultureel divers publiek.

Het project mondde al uit in een documentaire film voor het erfgoedveld, een interculturele werking binnen het Sportimonium, een publieksonderzoek naar het profiel van de Bloso-domeinbezoeker en een oproep tot getuigenissen gerelateerd aan het Bloso-domein. Maar het eindpunt en tevens de synthese van het project is de tentoonstelling Sport: fait(es) divers – Beweging in beeld. Hier worden de mondelinge getuigenissen over het Bloso-domein en het ingezonden materiaal (foto's, artikels, postkaarten en filmfragmenten, etc.) tentoongesteld voor het publiek.

Omwille van de krappe budgettaire ruimte werd voor de tentoonstellingsvormgeving gekozen om samen te werken met een student. De Provinciale Hogeschool Limburg toonde eerder al interesse voor een samenwerking met het Sportimonium voor zijn laatstejaarsstudenten Interieurarchitectuur/Scenografie. Scenografie is de specialisatie (master) na 3 jaar Bachelor Interieurarchitectuur en betreft de ruimtelijke vormgeving voor podiumkunsten of tijdelijke installaties zoals tentoonstellingen.

Eigen visie op ruimte

Laatstejaarsstudente Kim Martini toonde bijzondere interesse voor de thematiek interculturaliteit en is ingegaan op deze uitdaging. Zij koos voor een tentoonstellingsontwerp waar de materiële en immateriële getuigenissen over het Bloso-domein in beeld worden gebracht. Hierbij koos zij voor een scenische opbouw rond de emoties van de Bloso-domeinbezoeker, die centraal staan in de tentoonstelling. Vanuit deze emoties wordt ingegaan op de sport en vrijetijdsbeleving van verschillende culturen en generaties. Hoewel de beschikbare ruimte met zijn vele raampartijen, dominerende houten binnenbekleding en langwerpige vorm duidelijk geen exoruimte is, wist Kim zich de ruimte heel snel eigen te maken en maximaal te benutten. Via presentatietekeningen en een hoogstaande computersimulatie wist zij de stuurgroep – met vertegenwoordigers van alle betrokken partners – snel te winnen

voor haar ontwerp van een transparante structuur met respect voor het ritme van de totale ruimte.

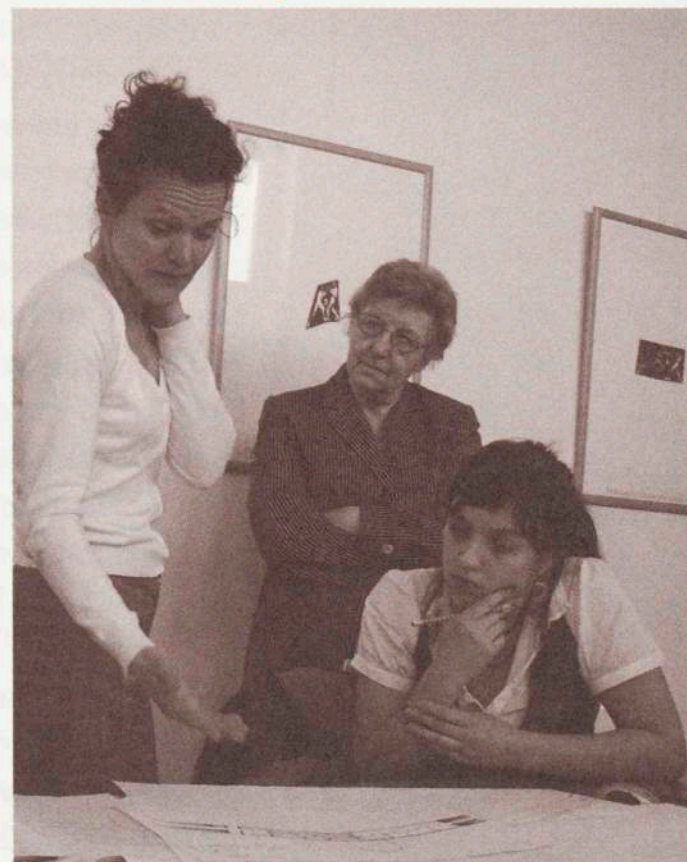
Aantrekkelijk én uitvoerbaar ontwerp

Vanuit het Sportimonium zijn we er ons van bewust dat het werken met stagiairs risico's met zich meebrengt. Wanneer er weinig tot geen budgettaire ruimte is, kan het een besparingspost zijn. Maar je bent dan ook wel volledig afhankelijk van een redelijk onervaren iemand die zich nog moet bewijzen. Dit houdt meteen ook een enorme druk voor de student zelf in: Kim moest in dit geval een eveneens low-budget maar toch aantrekkelijk én uitvoerbaar ontwerp ontwikkelen en zou hierop nog eens 'afgerekend' worden door leerkracht én opdrachtgever (i.c. het Sportimonium). Een klus waar zelfs een geroutineerd en professioneel bureau nog al 'ns over struikelt. Maar in dit geval bleek het een onderneming die goed is uitgedraaid. Bovendien blijft de leerkracht altijd stand-by zodat de stagiair er steeds bij terecht kan voor eventuele vragen. Maar desondanks blijft het aan de student om zo zelfstandig mogelijk en in samenwerking met de stageplek, tot een eindresultaat te komen. De studente heeft deze kans met beide handen aangegrepen, heeft zich vastgebeten in het project en heeft blijk gegeven van een sterk ruimtelijk en conceptueel inzicht. Haar stagewerk is meer dan geslaagd, ze heeft een mooie case op haar curriculum staan én voor de tentoonstelling kwam er een betaalbaar en professioneel ontwerp. Een win-win situatie voor beide partijen.

- 1 Naast Bloso waren erfgoedcel Brussel, erfgoedcel Mechelen, FARO en Heemkring De Semse partners.
- 2 Bloso is het agentschap voor de Bevordering van de Lichamelijke Ontwikkeling, de Sport en de Openluchtrecreatie, kortweg: de sportadministratie van de Vlaamse Gemeenschap.

Els Verstraete,
stafmedewerker
publiekswerking
Sportimonium

Ontwerpplannen
van de studente
worden besproken
(foto: Sportimonium,
Hofstade).



In het oog van de storm?

Werven voor cultuur in crisistijd

Ingrid Lampaert,
adviseur Funding
en Mecenaat
Musea en Erfgoed
Antwerpen

'By common consent, we have been living through the greatest economic downturn since World War II,' aldus de Britse historicus Robert Skidelsky.¹ Maar wat betekent deze crisis voor degenen die cultuur sponsoren, en wat voor die spelers in het culturele veld die van sponsoring afhankelijk zijn? Ingrid Lampaert tracht de crisis hier in een breder perspectief te zien.

De economische crisis die vandaag in de wereld heerst is inderdaad zonder weerga. Het begon met het instorten van een heel banksysteem – de miljardenverliezen werden verkondigd alsof het om een wedstrijd om het grootste schuldengat ging – wat zijn grond vond in de Amerikaanse vastgoedcrisis en de terugval van de wereldbeurskapitalisatie. Industrie, handel en consumptie brokkelden af. Juist op het moment waarop de overheid zich niet langer verplicht voelt om cultuur tot de laatste euro te financieren, juist op een ogenblik dat museumdirecties in toenemende mate gedwongen worden tot meer zelffinanciering, komt een mokerslag en treft alle spelers. Het is zelfs voor een leek in de economie duidelijk dat de negatieve invloed op de staatsschuld enorm zal zijn en bijgevolg overheidsdotaties en cultuursubsidies mogelijk eerder verder zouden kunnen opdrogen dan hoger worden. Maar zou anticyclisch handelen geen betere reactie kunnen zijn?

In concreto betekent dit voor de musea dat vermoedelijk een steeds groter deel van het budget vanuit een andere hoek zal moeten komen. Met die andere hoek werd tot voor de crisis nogal optimistisch gedacht aan de ondernemingen, die dit gat snel zouden kunnen dichten. Aan dat vat werd en wordt echter door velen getapt. De concurrentie tussen de musea en andere marktspelers om corporate sponsors verscherpt zich.² *'Survival of the fittest?'* Daar lijkt het op: we leven in een uiterst competitieve wereld, ook in de culturele sector.

Grote schoonmaak

Een minder genuanceerd en daardoor meer tot de verbeelding sprekend beeld wordt met exponentieel gemak altijd maar somberder gereserveerd. Pessimisme neemt de overhand, verlamming lijkt het automatische gevolg. Is daar reden toe? Het meest voor de hand liggende antwoord is 'ja', maar laat u overtuigen van het tegendeel. Elke crisis is een catharsis, een noodzakelijke schoonmaak om uitwassen te corrigeren. Overheid, bedrijven, burgers én musea worden gedwongen alles opnieuw in vraag te stellen, alles te herzien en terug te keren tot de essentie.

Het besmeurde blazoën

Bepaalde gerenommeerde bedrijven worden met de vinger gewezen door overheid en publieke opinie. Het blinde geloof in hun marketingslogans is wat weggeëbd. Kostenreductie en schuldafbouw lijken nu essentieel in elk

bedrijf. Dat betekent schrappen in alle voor de bedrijfsvoering niet strikt noodzakelijke uitgaven. Daardoor worden op het eerste gezicht 'luxe' uitgaven voor cultuursponsoring eindelijk naar de vuilnisbak gebracht, kun je menig *'financial controller'* horen denken.

Op dit dieptepunt liggen de kansen en de uitdagingen. De bedrijfsleiding moet opnieuw vertrouwen krijgen, ook qua targets en bonussen. Zakendoen heeft recht op en voelt opnieuw behoefte aan een sterke eigen ethiek. Moraliteit en goodwill – in de ogen van het publiek niet op dezelfde lijn met ondernemen – kunnen en behoren op grote schaal te winnen aan belang. Tegelijk moeten bedrijven steeds vooruit blijven denken op lange termijn – ook als de omstandigheden nu tegenzitten – en voor de toekomst een visie ontwikkelen.

Dat geeft de economische sector de zeldzame kans zich meer naar de verwachtingspatronen van de gemeenschap te richten en meer dan ooit te beseffen in welke omgeving zijn klanten functioneren. Of zoals Peter Marsh – redacteur industrie bij de Financial Times – schreef *'Dat bedrijven zich verontschuldigen voor het verleden is vrij nieuw. Dat was het domein van de overheden. (...) Corporate Historical Responsibility is dus de nieuwe trend.'*³

Wat is uitermate geschikt om een besmeurd blazoën op te poetsen? Al had u het antwoord nog niet geraden, het ligt wel voor de hand: laat de ondernemer zich opnieuw profileren als een 'good citizen', naast investeringen in sociale en ecologische projecten, zich bovenal verbinden met een baken van rust en vertrouwen, het veld van onze collectieve herinnering: het museum.⁴

De gulle mecenas

Iedereen kent de geschiedenis en zijn rolmodel: in het jaar 23 v.Chr., liet keizer Augustus enkele gigantische aquaducten aanleggen om Rome van helder drinkwater te voorzien. Maar de keizer wilde meer: de bouw van enkele openbare bibliotheken. De staatskas was echter leeg. Gelukkig herinnerde hij zich de liefde voor literatuur van zijn vriend en raadsman Gaius Cilnius Maecenas (65–8 v.Chr.). Maecenas gaf financiële hulp en kreeg niets in ruil. Of toch? Tot vandaag – 2000 jaar later – staat zijn naam nog steeds symbool voor die inzet voor cultuur door een 'civis', een burger, iemand die beseft wat goed burgerschap en burgerlijke verantwoordelijkheid echt inhouden. Door alle eeuwen heen, heeft een aantal voor- aanstaande burgers het als een opdracht, een voorrecht

beschouwd om bij te dragen tot de cultuur, de ontwikkeling en de instandhouding daarvan.

De actuele crisis tastte echter ook aanzienlijk het vermogen van de rijke burgers aan. De financiële sector zag het wantrouwen en de frustraties bij zijn cliënteel groeien en de kwaliteit van zijn beleggingsadvies werd openlijk ter discussie gesteld. Geen wonder, want eind 2008 bedroegen wereldwijd de activa die potentieel in aanmerking kwamen voor vermogensbeheer naar schatting 24.300 miljard euro. In één jaar tijd ging daarvan 6000 miljard euro verloren als gevolg van de crisis.

Dit vermogen zal door het mechanisme achter de enorme concentraties aan rijkdom in de wereld echter zeker weer aangroeien. De rijken der aarde zullen wel voorzichtiger worden bij het beleggen van hun vermogen en nu minder bereid zijn om risico's te nemen. Overheden krijgen nu de enorme kans om de omvang van niet aangegeven kapitaal te reduceren, gaten in het huidige belastingstelsel te dichten en druk te zetten op belastingparadijzen.

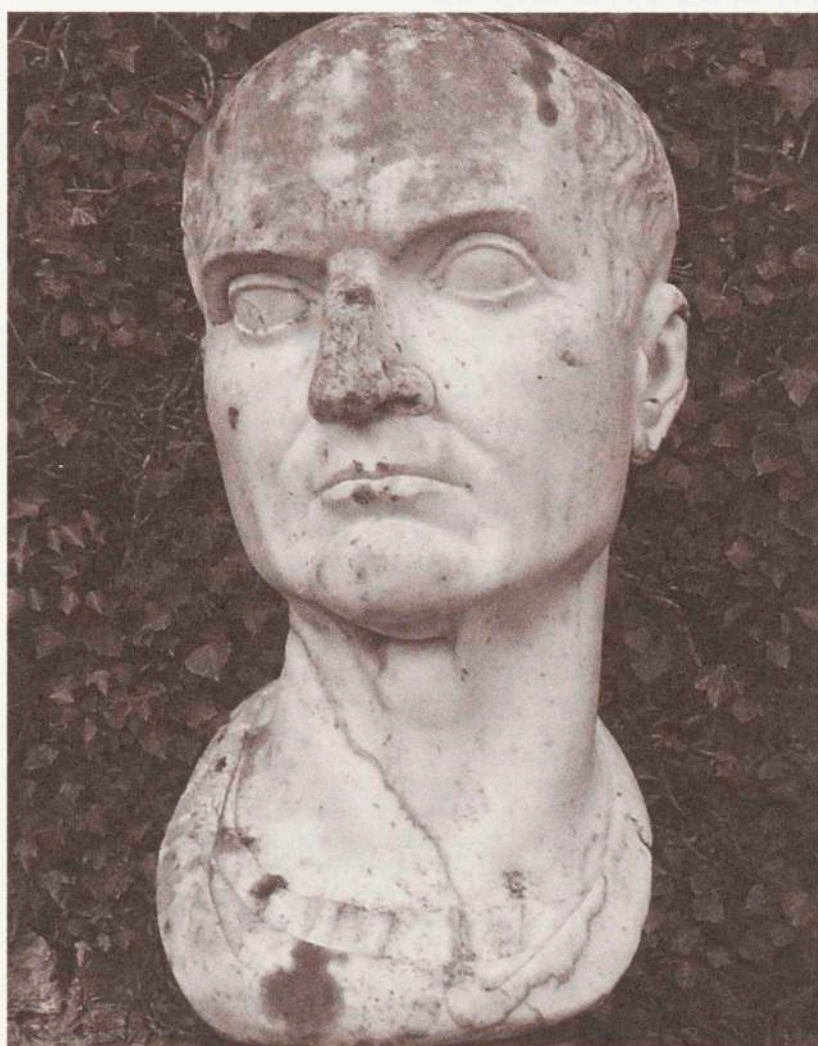
Door giften en legaten fiscaal aantrekkelijker te maken, heeft die overheid bovendien de taak om een dergelijke beweging te stimuleren en zo de investering in cultuur te faciliteren.

Wat is uitermate geschikt om in te beleggen wanneer traditionele, vertrouwde markten in elkaar zakken?

U raadt het opnieuw: het portefeuille-deel 'passie' kan nieuwe kansen krijgen en stijgt.

Investeerders gaan meer op zoek naar tastbare beleggingen zoals goud, diamant, juwelen. Maar ook kunst heeft de voorkeur en terecht, want kunst is niet alleen 'a joy for ever' maar biedt als investering op lange termijn kans op een interessant netto rendement.

Daarnaast stellen nog steeds welwillende particulieren een deel van hun fortuin ten dienste van de gemeenschap. In de 21ste eeuw behoort het schenken van waardevolle verzamelobjecten en het patroneren van kunst tot één van de meest respectabele vormen van liefdadigheid die nog zijn overgebleven.



Dergelijke vermogende kunstliefhebbers en -verzamelaars worden meestal bewogen door een andere drijfveer dan louter hebzucht: naast het maatschappelijk engagement, de ethische overwegingen, de erkenning en de statusverhoging, liggen hun diepere motieven zoals het écht aanvoelen van kunst en cultuur.

Vermaatschappelijking van de ivoren toren

Factoren zoals de economische conjunctuur en de beschikbare rijkdom – het aantal dollarmiljonairs daalde wereldwijd met 18 procent – kunnen we weliswaar niet beheersen, maar er zijn andere facetten die we wél kunnen inzetten: de intrinsieke cultuurwaarden en de impact van het imago van ieder museum.

Het museum betekent een tegengif voor de somberheid waartoe de crisis oproept. De onaantastbaarheid van kunstwerken en de stabiliteit van musea werkt geruststellend. Het museum wordt 'une valeur refuge', zoals de Franse minister van cultuur terecht stelde.

'Non, la culture n'est pas une marchandise comme les autres. Elle est fragile et doit être protégée,' poneerde Jérôme Clément – voorzitter van Arte Frankrijk – en dit niet enkel voor de elite, maar voor het belang van de hele samenleving want kunst zet burgers aan tot dialoog.⁵ Cultuurbeleving blijft dus een belangrijke trend.

Prangender wordt de essentiële vraag: waar staat het museum voor? In de praktijk verplicht de geschiedenis ertoe dat het museum bijna permanent zijn visie herschrijft, resultaat- en kwaliteitsgericht werkt, verder openstaat voor bezoekersservice en zich nog meer marktgericht opstelt, met name naar een ruim en divers publiek enerzijds en anderzijds evenzeer naar een sponsor-mecenas. De culturele instelling moet niet alleen streven naar een 'on top' positie (en die ook kunnen blijven innemen) maar ook: een naar buiten gerichte, trotse houding van een missiegedreven instelling op élatante wijze laten zien. Het bedrijfsmatig leiden van een museum is al enkele jaren een trend in de museumwereld. De noodzaak tot verdere professionalisering van de fundraisingpraktijk wordt eveneens onderkend. Ook de overheid is vragende partij voor meetbare kwantitatieve gegevens en legitimering van de door haar gesubsidieerde instellingen. Blockbuster tentoonstellingen waren en zijn ondermeer het antwoord op deze vraag, maar niet het enige.

Cultureel ondernemerschap/ondernemende cultuur kan, gevoed door de crisis, gedwongen worden tot het leggen van andere accenten: transparante, kleinschalige, maar kwalitatief hoogstaande 'pareltjes'-projecten met een eveneens verhoudingsgewijs gemakkelijker 'verkoopbare' microfinanciering.

Een goede tentoonstelling is meer: 'The exhibition is neither pure discourse or mere context; it is perception and knowledge in action. The exhibition is a perceptive device in and of itself, a machine for seeing and an act of learning.'⁶

Quid pro quo of value for money

Staat op winst gericht economisch denken diametraal tegenover cultuur? Antwerpen, Amsterdam en nog vele

Geldschietter Gaius Cilnius Maecenas, wiens naam een begrip werd.



Kardinaal Mazarin
als mecenas
tussen zijn
collectie.
Gravure, 1659.
Bibliothèque
Nationale te Parijs

- andere historische kunst- en cultuurcentra wisten en weten wel beter. Een simpele blik over de schouder leert ons hoe door de eeuwen heen kunst en cultuur gekoesterd werden. De terminologie van sponsoring, funding en dergelijke was verschillend, het principe hetzelfde.
- De tijden lijken verzakelijk. Met als gevolg dat elk museum zich nog meer bewust dient te worden van wat men een potentiële sponsor kan bieden.
- Hier liggen de actuele mogelijkheden. Door zich te verbinden met een museum, onderscheidt een onderneming zich immers van de anderen. Bedrijven die een cultureel luik benutten in hun marketinginstrumentarium krijgen van de consument een hoger waarderingscijfer om hun maatschappelijke inzet gericht op duurzaam ondernemen.
- Een onderneming in tijden van crisis vestigt zich des te sterker als vaste waarde zowel voor zijn stakeholders als voor zijn consumers door de moed te tonen zich te verbinden met cultuur als rots in de branding. Musea zijn en worden nog meer een prestigieus visitekaartje.
- De behoefte aan transparantie in het bedrijfsbestuur sluit naadloos aan bij dezelfde museumdoelstelling en datzelfde geldt voor een open communicatiepolitiek.
- In plaats van torenhoge bedragen uit te geven aan 'creative consultants', kan een onderneming de originelere weg kiezen: cultureel partnership.

- *'Kommunikationsformen der Kunst stammen aus einer anderen Welt', und gerade wegen ihrer Fremdartigkeit haben sie die Kraft, Routinen in Frage zu stellen und neue Ideen auszulösen und geben Impulse für neue Strategien, Prozesse und Produkte*⁷. Aldus Prof. Ariane Berthoin Antal van het Wirtschafts Zentrum Berlin. Creativiteit leidt tot innovatie, innovatie tot nieuwe producten.
- Ook Arjo Klamer, hoogleraar economie kunst en cultuur te Rotterdam, kwam in 2005 tot deze vaststelling: *'Goede culturele ondernemers weten hoe de creatieve en inspirerende vermogens van hun culturele organisaties uit te buiten, zodat anderen daarmee voordeel kunnen doen zonder dat de eigen organisatie haar kunstzinnige missie compromitteert'*⁸.

Hier steekt 'the battle of the returns' zijn kop op: ondernemingen verwachten veel in ruil voor hun cultuursponsoring. Naargelang de hoogte van het sponsorbedrag en de strategische wensen van de sponsorpartner verhogen de kosten voor de begunstigde cultuurinstelling en verlaagen uiteraard de netto inkomsten, maar dienen ook de grenzen respectvol uitgetekend te worden.

Museumpoorten wijd openzetten voor echte partnerships zonder de eigen onafhankelijkheid te verliezen: dat is en blijft de uitdaging. Of kunnen sponsors als de nieuwe machthebbers in museumland worden beschouwd?⁹

Particulieren ondersteunen dikwijls graag een cultureel initiatief waarvoor anders geen plaats was geweest. Daarbij wil de gever kunnen rekenen op eer en erkenning want de laatste jaren neemt de tendens toe om uit de anonimiteit te treden. De culturele instelling is zich meestal bewust van de behoeftes van zijn gevers. Expliciet geformuleerd: aan fundraising gaat het werven van vrienden vooraf. De nieuwe mecenas vraagt om een zeer persoonlijke aanpak. Betrokkenheid en gedeelde verantwoordelijkheid is een prachtige deal die kan en moet aangeboden worden, maar vraagt heel wat van de instellingen.

Van crisis naar succes

Een crisis is een keerpunt met een onderscheid tussen wat eerder heeft plaatsgehad en wat nog komen gaat. Men moet er zich doorheen werken. Het doorlopen van een transitie staat in verhouding tot het tweewegbrengen van een wezenlijke mentale omslag. Geduld bewaren in periodes waarin het lijkt dat er geen vooruitgang wordt geboekt is fundamenteel. Cultuur gaat niet ten onder aan een beurscrash.

'Omnium bonarum artium mecoenati' graveerde Hieronymus Cock (1518-1570) onder de naam van Kardinaal Granvelle naast de vermelding 'raadsheer van Filips II', het beroep van de kardinaal.

Als museumfondsenwerver is het de opdracht zoveel mogelijk mensen bij cultuursponsoring en mecenaat te betrekken, zodat vele burgers voortaan naast hun beroep ook als belangrijkste kunnen vermelden: 'Mecenas van alle goede kunsten'.

- 1 Skidelsky, R., The world Finance Crisis & the American Mission, NYRB, vol. 56, number 12, July 16, 2009. Skidelsky schreef overigens een driemaal bekroonde biografie over Maynard Keynes (red).
- 2 Segers, K., Wie heeft de macht om zich met het nutteloze in te laten? Cultuursponsoring in Vlaanderen, Boekman 76, Boekmanstichting Amsterdam 2008, p.59-65.
- 3 Marsh, P., Sorry, De Tijd, 6 augustus 2009.
- 4 Een bedrijf dat overheidssteun genoot en een eigen kunstcollectie bezit, doet nu hiervoor het volgende. Peeters, Th., Kunstverzameling Dexia is van iedereen, bankverzekeraar wil 'iets terugdoen voor de gemeenschap', De Tijd, 17 september 2009: "Pierre Mariani: 'We willen iets terugdoen voor iedereen die het door de financiële crisis moeilijk heeft gehad: onze klanten en beleggers, maar ook de belastingbetaler. Nadat wij hadden kunnen rekenen op het vertrouwen van onze aandeelhouders, willen we zoveel mogelijk mensen laten genieten van de mooiste stukken uit onze kunstverzameling'."
- 5 Clement, J., La culture n'est pas un concours de beauté, Le Monde, 16 december 2008.
- 6 An., The history of Exhibitions, beyond the Ideology of the White Cube, Agenda, Museu d'Art Contemporani de Barcelona, zomer 2009.
- 7 Berthoin Antal, Ariane, Prof., Künstlerische Interventionen und Inventionen, Forschung, Abteilung Gesellschaft und Wirtschaftliche Dynamik, Wirtschafts Zentrum Berlin, juli 2009.
- 8 Klamer, A., Creatieve financiering van creativiteit, in Boekman, 62, 2005, p. 6-11.
- 9 Van Ooijen, I.M.A., Sponsoring van musea en de code cultuursponsoring: een literatuuronderzoek naar waarborgen voor inhoudelijke onafhankelijkheid van gesponsorde Nederlandse musea ten opzichte van hun sponsors, Doctoraalscriptie Universiteit van Amsterdam, 2006. Dossier Boekmanstichting, 09/2008.

De sponsorstrategie van KBC Bank & Verzekering

KBC Bank & Verzekering (België) kent een decennialange traditie in sponsoring van tentoonstellingen. Denk aan de opening van het SMAK te Gent, 'Warhol' in Bozar te Brussel, 'Jan Van Eyck' in het Groeningemuseum te Brugge, 'Van Ensor tot Delvaux' in Muzee te Oostende en 'British Vision' in het MSK te Gent. De onderneming verbindt jaarlijks haar naam aan een prestigieuze tentoonstelling, georganiseerd door een gerenommeerde, professionele partner. Waarom passen tentoonstellingen in de sponsoringdoelstellingen en -strategie van KBC? In dit artikel is de sponsor zelf aan het woord.

KBC wil een warme bank zijn die dicht bij mensen staat en groeit in verbondenheid met de gemeenschap. Sponsoring geeft gestalte aan die maatschappelijke betrokkenheid en kan tegelijk de naam en het merk KBC positief versterken. Verder biedt het de kans om de relatie met de cliënten en prospecten te verdiepen. In haar sponsoraanpak kiest KBC voor een beperkt aantal disciplines binnen een sponsoringdomein én voor initiatieven met een sterke evenementiële inslag. Concreet voor het domein cultuur zet KBC in op sponsoring van stedelijke cultuurfestivals én toptentoonstellingen. De onderneming gaat dus niet voor een structurele sponsoring van de werking van organisaties of instellingen. En dat is ook haar benadering van musea: wel tentoonstellingsprojecten, eventueel gekoppeld aan de renovatie van een museum, géén langdurige structurele sponsoring van een museum.

Communicatie

Het sponsoren van tentoonstellingen is voor KBC meer dan uitsluitend een financiële ondersteuning. Sponsorship is voor KBC partnership: samen op zoek gaan naar mogelijkheden om de doelstellingen van initiatiefnemer en KBC optimaal te realiseren. KBC doet dus meer dan enkel geld geven in ruil voor logo's op affiches, folders en vlaggen. 'Cash' is weliswaar onontbeerlijk voor een kwalitatief sterk project. Maar daarnaast zoekt de bank via geregeld overleg met de initiatiefnemer naar acties om het project én het KBC-sponsorship bekend te maken bij het grote publiek.

Zo stelt KBC haar eigen interne kanalen beschikbaar voor communicatie en promotie van het evenement: van affiche in de lokale bankkantoren en verzekeringsagentschappen, over billboards op de schermen van de bankautomaten tot banners en info op de KBC-website.

In het bijzonder in het kader van de sponsoring van een toptentoonstelling werkt KBC samen met een sterke landelijke mediapartner (dagblad, radio en/of krant) een uitgebreide communicatiecampagne uit. Daarnaast investeert KBC nog in een creatieve, originele inkleding van het belangrijkste KBC-kantoor in de stad van de tentoonstelling.

Tentoonstellingen zijn al jaar en dag een vaste waarde in de cultuursponsoringstrategie van KBC. En dat blijven ze ook in deze financieel-economisch woelige tijden. Vanzelfsprekend let KBC vandaag nog meer op de 'kleintjes', maar engagementen zijn er om na te komen. Met onder meer nu dit najaar 2009 'Rogier van der Weyden.

De passie van de meester', de openingstentoonstelling van M, het grondig gerenoveerde stedelijke museum van Leuven. En voorjaar 2011 volgt de openingstentoonstelling van het nieuwe Museum aan de Stroom (het MAS) te Antwerpen. KBC is hoofdsponsor van deze beide projecten. En tot slot: KBC heeft niet alleen bankkantoren en verzekeringsagentschappen maar beheert ook een eigen museum: het Rockoxhuis, een renaissance-parel in het hartje van Antwerpen.

Nico Lucas,
hoofd cultuur- en
maatschappelijke
sponsoring KBC

Promotie voor de
tentoonstelling
over Rogier van der
Weyden te Leuven.
(foto: Erwin Donvil,
KBC)



Diversiteit op de werkvloer

Sociale tewerkstelling in het Museum Dr. Guislain

Annemie Cailliau,
directeur van
het Museum
Dr. Guislain, Gent

Sociale tewerkstelling biedt een museum kansen om de personele draagkracht van de organisatie te vergroten. Het financiële voordeel van dit systeem is verlokkelijk. Daardoor wordt al eens uit het oog verloren dat de werkgever veel geduld en energie zal moeten investeren in opleiding en begeleiding, maar dat hij er veel voldoening en bovendien een waardevolle diversiteit op de werkvloer voor in ruil krijgt!

Beleidsvisie

Een museum heeft niet alleen een culturele en een educatieve functie, maar ook een maatschappelijke. Sinds de start van het Museum Dr. Guislain in 1986 is er een grote aandacht voor tewerkstelling van mensen uit de kansengroepen. Dit biedt een waaier aan mogelijkheden, maar het vergt ook een extra inspanning.

Het museum beschikt over een staf van vaste medewerkers, tijdelijke medewerkers en vrijwilligers. Het team is samengesteld uit sterk gemotiveerde mensen. Een grote zelfstandigheid en het kunnen werken in teamverband zijn de essentie van de bedrijfscultuur. In de missie van het Gentse Museum Dr. Guislain wordt de maatschappelijke opdracht dan ook duidelijk onderstreept.

We werkten mee met VESOC¹ ACTIEPLAN 2002 'Evenredige arbeidsdeelname en diversiteit'. Dit leidde tot het opmaken van een diversiteitsplan en het invoegen van een non-discriminatieclausule in het arbeidsreglement.

We richten ons met het diversiteitsplan niet naar één specifieke doelgroep, maar naar verschillende groepen: allochtonen, oudere werknemers, laaggeschoolden, mensen met een handicap, etc. Elk personeelslid wordt bij aanwerving op de hoogte gebracht van de speciale situatie van de diversiteit van personeelsleden en hij of zij dient hier ook rekening mee te houden (verschil in werkritme, nood aan geduld, enzovoort). We hebben ook veel aandacht voor het onthaal en de begeleiding van nieuwe werknemers en mensen uit de kansengroepen. We proberen ook om deze personen te laten doorstromen in andere functies of toch zeker een verruiming te kunnen bieden van de taakhoud via opleidingen en vormingen. Ook de integratie van de verschillende kansengroepen in het bestaande team werd nauwkeurig voorbereid.

Vast en tijdelijk

De meeste mensen uit de kernploeg hebben een vast contract. Voor tijdelijke indiensttredingen van laaggeschoolden en langdurig werklozen werken we met Wep+-contracten². Deze kunnen afgesloten worden voor maximaal één jaar. De werkgever krijgt een deel van het loon terugbetaald. In ruil geef je begeleiding en een opleiding en vinden er regelmatig evaluatiegesprekken plaats. Daarnaast zijn er ook mensen in dienst via Activabanen³. Het gaat om contracten van maximaal drie jaar voor langdurig werklozen en oudere werknemers. Ook hierbij krijg je

een deel van het loon terugbetaald. Beide systemen bieden trouwens nog andere voordelen: de werknemer krijgt de kans om ervaring op te doen en als werkgever heb je voldoende tijd om af te wegen of iemand eventueel in je team zou passen.

Ook met het OCMW⁴ werken we vaak samen. Mensen met een leefloon kunnen in dienst worden genomen via Artikel 60 van de OCMW-wet. Op die manier worden ze voorbereid op een tewerkstelling in het reguliere arbeidscircuit. Het gaat hier meestal om een periode van één of twee jaar. De tewerkstelling is financieel heel voordelig voor de werkgever, maar je moet er wel rekening mee houden dat er soms veel geduld en begeleiding nodig is. (Ex-)patiënten vanuit psychiatrische centra krijgen ook de mogelijkheid om mee te werken in het museum. Er wordt zeer sterk rekening gehouden met de interesses en het tempo van de patiënt. Het takenpakket wordt samengesteld op basis van hun achtergrond en opleiding.

In samenwerking met justitie geven we werkmogelijkheid aan mensen met een alternatieve straf of werkstraf. Dit verloopt over het algemeen vlot maar vereist wel voldoende begeleiding. Zij vervangen vaak het onthaalpersoneel (ontvangstbalie, red.) om meer afwisseling in hun takenpakket te kunnen garanderen.

Voor de evaluatie van tijdelijke tewerkgestelden wordt steeds samengewerkt met de begeleidingsdiensten van de VDAB⁵, het OCMW of justitie. Voor het evalueren van patiënten of ex-patiënten staan we in contact met de begeleiders vanuit het psychiatrische centrum of het tewerkstellingsproject.

Met de Vlaamse inschakelingspremie kunnen ook mensen met een handicap bij ons aan de slag via het Vlaams Fonds voor Sociale Integratie van Personen met een Handicap (VFSIPH). In ons museum werken er vier mensen onder dit statuut. De premie zorgt ervoor dat je voldoende ondersteuning kan geven aan de werknemers. Het is echter van groot belang om iedereen van het team goed op de hoogte te brengen van wat de handicap precies betekent en dit zowel voor de persoon zelf als voor de andere werknemers. Waarmee moet er rekening worden gehouden? Hoe groot is het verschil in werkritme? Hoe zorg je ervoor dat iemand met doofheid niet uitgesloten wordt tijdens het communiceren? Bijscholing vormt voor het museum de sleutel tot het oplossen van deze en vele andere vragen.

Bijscholing en begeleiding

Na de aanwerving krijgen de nieuwe werknemers interne vorming al naargelang hun functie, maar ook iedereen van het team volgt bijscholing in zijn vakgebied of in functie van de algemene werking van het museum. Aan-gezien de groep regelmatig wijzigt, werd er een kennis-makingsfolder opgesteld waarin nieuwe werknemers op een overzichtelijke manier een beeld krijgen van wat dit museum is, wie er werkt en wat de taken zijn. Voor som-mige personeelsleden wordt een begeleidingsplan opge-steld.

Het personeel van het museum heeft veel ervaring in het begeleiden van personen. Drie medewerkers genoten een opleiding als socio-cultureel werker met ervaring in het begeleiden van vormingsprocessen. Een van hen heeft daarnaast een psychiatrisch verpleegkundige vooroplei-ding gehad. Er is eveneens een psycholoog werkzaam in ons team. Een vormingswerker werd aangeworven voor het begeleiden van nieuwe personeelsleden, stagiairs en (ex-)patiënten.

De taken die uitgevoerd worden door de tijdelijke krach-ten zijn sterk afhankelijk van de noden van de dienst en de interesses en de mogelijkheden van de tewerkgestelde. We weten uit ervaring dat hierbij heel wat begeleidings-werk komt kijken. Zeker in de aanvangsfase gebeurt dit door de daarvoor aangestelde vormingswerker in het museum zelf.

Wij kiezen voor deze werknemers een taak binnen het museumteam waarbij rekening wordt gehouden met hun mogelijkheden en beperkingen. Iedereen krijgt de kans om zich bij te scholen en dikwijls zien we dat mensen na ver-loop van tijd meer aankunnen en soms ook overgaan tot het opnemen van taken die meer bij hun opleidingsniveau

aansluiten. Indien dit positief verloopt, kan het zijn dat ook het niveau van tewerkstelling aangepast wordt. Wanneer een personeelslid begint, vinden wij het belang-rijk om heel goed te volgen wat die bepaalde persoon aankan, waar hij of zij moeilijkheden mee heeft, wat hij of zij het liefst doet, etc. In het begin merken we dat mensen die lange tijd niet meer tewerkgesteld zijn geweest het meeste moeite hebben met het zich aanpas-sen aan het werkritme en met heel elementaire zaken zoals stiptheid, sociale omgang, overleg en planning. Er is dan ook vanuit de begeleiding veel geduld nodig. Er wordt gestart met een heel beperkt takenpakket dat kan uitgebreid worden naargelang de capaciteiten en interesses van de werknemer. Pas na een aanpassingsperi-ode, die verschillende maanden kan duren, kan er overge-gaan worden tot het geven van bepaalde verantwoorde-lijkheden. Er zijn echter werknemers die nooit tot dit punt komen. Zij blijven steeds onder toezicht van iemand anders en zullen enkel deeltaken toegewezen krijgen. Vanuit het museum blijven we het personeelslid opvolgen en wordt zoveel mogelijk nagegaan hoe de persoon zich voelt, of de taken meevallen, of er aanpassingen nodig zijn. Wij hebben in het museum het voordeel dat er zeer uiteenlopende zaken moeten gebeuren en dat het vast personeel ook zijn takenpakket wil aanpassen wanneer nodig. De tewerkgestelde kan met problemen en vragen steeds bij de vormingswerker of de rest van het team terecht. Iedere week is er bovendien een werkvergadering waarop de werking van het museum, de verschillende taken, de moeilijkheden en mogelijkheden behandeld worden. Onduidelijkheden en problemen, maar zeker ook positieve opmerkingen worden steeds besproken met de betrokken persoon.



*Het Museum
Dr. Guislain
in Gent.*



Personeelsfeest in
de tuin van het
Museum
Dr. Guislain.

Tewerkstellingsmogelijkheden

Het is ontegensprekelijk dat wij heel wat tijd en energie steken in de begeleiding van nieuwe personeelsleden die via tewerkstellingsprojecten bij ons terechtkomen. Zij krijgen ruim de tijd om zich in te werken en het takenpakket wordt zoveel mogelijk aangepast aan de mogelijkheden van de persoon in kwestie. We proberen hen te stimuleren tot het aangaan van nieuwe uitdagingen en zien de tewerkstelling tevens als een leerperiode. Na een jaar is het dan ook duidelijk wat hun capaciteiten zijn en of ze al dan niet geschikt zijn voor een bepaalde functie. Sociale tewerkstelling vergt dus veel tijd en geduld, zo is onze ervaring, maar naast het financiële voordeel krijg je er veel voldoening voor terug en creëer je bovendien een waardevolle diversiteit op de werkvloer!

- 1 Vlaams Economisch en Sociaal OverlegComité
- 2 Wep+: werkervaringstraject van bepaalde duur voor langdurig werkzoekenden.
- 3 Activabaan: gesubsidieerde tewerkstelling in een buurt dienst, om langdurig werkzoekenden meer kansen te geven op de arbeidsmarkt. Vermindering van RSZ-bijdragen voor de werkgever.
- 4 OCMW: Openbaar Centrum voor Maatschappelijk Welzijn.
- 5 VDAB: Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling en Beroepsopleiding.

ELSAS PRODUCTIES

Informatieve en educatieve computerproducties
Multimedia
CD-ROM's
Websites



Slobeend 14
3435 VP Nieuwegein
tel. 030-6048495
GSM 06-51261810
e-mail: relsas@xs4all.nl

Museumadvies *Els Thijssen*

adviseert en ondersteunt musea en overheden



Kwaliteitsmanagement Inspireert

Beleids- en Ondernemingsplannen Analyseert

Projectontwikkeling & Coördinatie Formuleert

Fondsenwerving Onderbouwt

Interim Management Realiseert



Archimedesplantsoen 20 - 1 1098 KC Amsterdam
T 020 - 694 91 74 M 06 - 517 206 21
ethijssen@museumadvies.nl www.museumadvies.nl

Project Autoyurt: een brug tussen museum en technisch onderwijs en voorbeeld van sponsoring in natura

In 2007 werkte het Middelheimmuseum, een openluchtmuseum voor beeldhouwkunst, samen met het SPIA, het Stedelijk Polytechnisch Instituut Antwerpen, aan een kunstproject. Dit project kaderde binnen een ruimer driejarig project 'Bijbuurten op het Kiel'. Het Kiel is de meest nabij gelegen sociale woonwijk bij het museum, met een sterk uitgebouwd buurtnetwerk, waarop

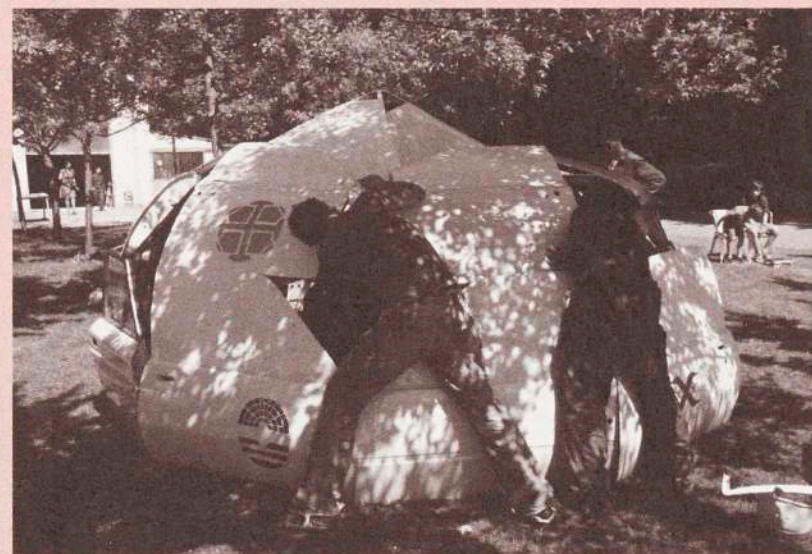
den in de steppegebieden van Centraal Azië. De leerlingen gingen samen met hun vakleerkrachten, kunstenaar Tom Jaspers en museumgids Jet De Kort het gevecht aan met portieren die in essentie niet bedoeld zijn om aan elkaar, laat staan boven elkaar, bevestigd te worden. Daarnaast ontwierp elke leerling individueel een logo dat een symbolische weerspiegeling vormt van zijn grootste gedrevenheid. Bij de schepping van 'Autoyurt' werd de afgebakende weg van de vakopleiding metaal op zijn kop gezet en leidden de gedachten van de leerlingen naar kleuren, vormen en spanning... eventjes verder

onderdelen en -toebehoren. Toen ze de vraag tot sponsoring in natura kregen, waren zij onmiddellijk bereid, en werd voor een aanzienlijk bedrag aan materiaal geleverd. Dankzij hen kon het kunstwerk 'Autoyurt' gerealiseerd worden. In ruil daarvoor werd de firma naam vermeld op het titelbordje bij het werk, dat vier maanden in het museum opgesteld stond, op de uitnodiging, op de website en in de catalogus.

*Greet Stappaerts,
publiekswerking Middelheimmuseum*

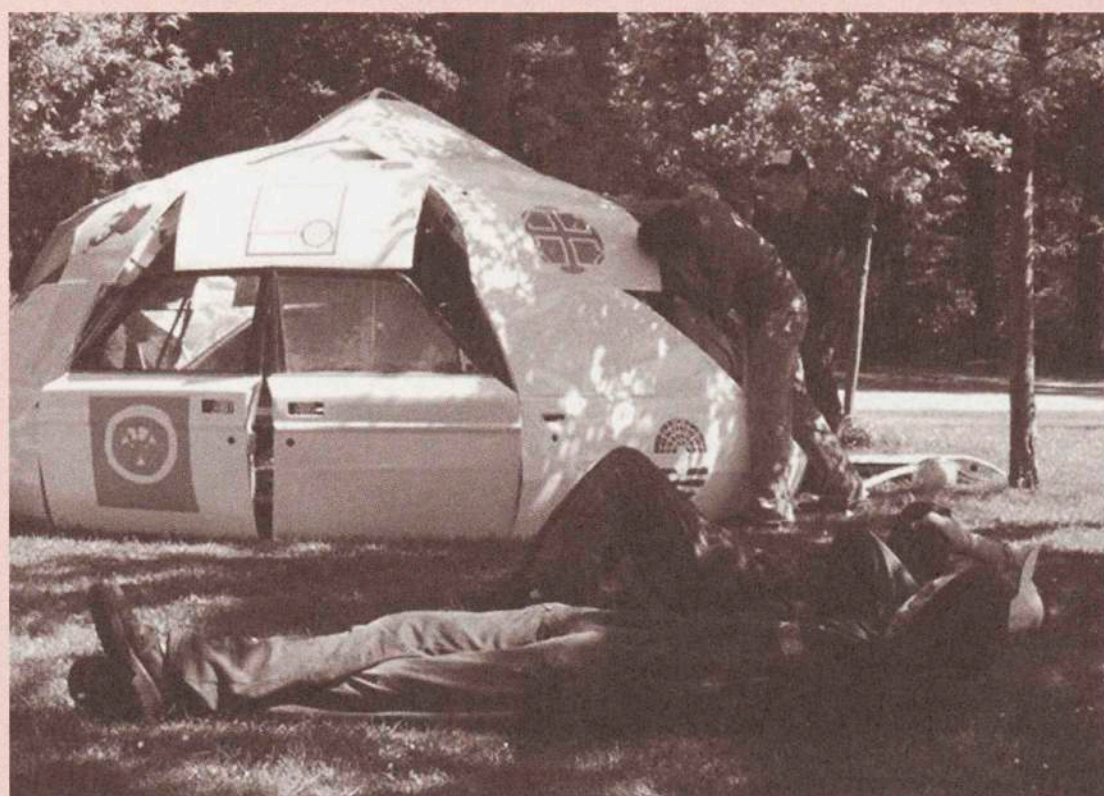


Aan het werk in het Middelheimmuseum in Antwerpen.



het museum kan terugvallen. Wat beide instellingen gemeen hebben, is de techniek: elk beeldhouwwerk in het Openluchtmuseum is een technisch hoogstandje, elk werkstuk van de leerling is dit eveneens. Wat beide instituten verschillend maakt, is hun kijk op deze techniek: in het SPIA staat de functionele realisatie centraal, in de beeldende kunst staat het verhaal, de betekenis centraal en de vrijheid om grenzen te verleggen. De afdelingen die aan het project deelnamen waren: Bouw/Ruwbouw, Carrosserie, Elektrische installaties en Centrale verwarming en sanitaire installaties. Tijdens de projectweek werkten de vijf groepen leerlingen samen met hun vakleerkracht, een kunstenaar en een museumgids aan een kunstwerk. De leerlingen van de afdeling Carrosserie verwerkten afgedankte autodeuren tot een yurt, een traditionele tentsoort die wordt gebruikt door rondtrekkende noma-

weg van de functionele toepassing. Voor het herspuiten van de autodeuren hadden de leerlingen behoorlijk wat lakverf nodig. Die is zeer duur. De leverancier van de school hiervoor is Autovak, een groothandel in auto-



*De SPIA-studenten leggen de laatste hand aan de Autoyurt.
(foto's: Eddy Duquenne).*

Kostenreductie door coproductie

Rondreizende tentoonstellingen uit de databank

Dr. Olivier Retout,
coördinator van
e-CASTEX
Hoofd
Internationale
Betrekkingen
KBIN
(Museum voor
Natuurwetenschappen)
Brussel

In het kader van het Europese themanetwerk Castex (Common Approach for Scientific Travelling Exhibitions) stelde het Koninklijk Belgisch Instituut voor Natuurwetenschappen in 2005 vast, dat de 87 instellingen uit het netwerk samen tot 285 tentoonstellingen hadden geproduceerd per jaar, en dat drie jaar na elkaar. Dat brengt voor elke instelling het gemiddelde op meer dan drie per jaar.

Vele natuurhistorische musea en plantentuinen huren ieder jaar tentoonstellingen en betalen voor een interactieve tentoonstelling van 500 m², een huurprijs tussen 5.000 en 25.000 euro per maand. In veel plaatselijke wetenschapscentra, musea of 'edutainment'-parken is er een oppervlakte beschikbaar tussen 300 en 500 m². Bovendien zijn veel interactieve tentoonstellingen makkelijk aan te passen. Kleine instellingen hebben vaak beperkte budgettaire middelen, maar ze gaan er ook van uit dat een eigen productie goedkoper is dan een gehuurde, en dat ze zelf best het verwachtingspatroon van hun plaatselijk publiek kennen. Vaak zijn ze er niet van op de hoogte dat sommige tentoonstellingen, die in een luxueuze folder worden aangeboden voor 25.000 euro per maand, uiteindelijk voor

veel minder dan 20.000 euro per maand worden verhuurd. Omdat ze weinig ervaring hebben met rondreizende tentoonstellingen, denken ze er niet aan dat verhuurders altijd bereid zijn tot onderhandelen. De huurprijs van eenzelfde tentoonstelling kan trouwens variëren in functie van de plek waar ze wordt georganiseerd, van het land, van het orderboekje ...

Via Castex konden we het werk coördineren van de beste Europese experts. Daaruit bleek dat beschrijvingen van tentoonstellingen niet kunnen worden gestandaardiseerd, maar enkel geharmoniseerd. Volgens specialisten kan het aantal parameters voor een nuttige beschrijving van een tentoonstelling, worden herleid tot vier: thema, oppervlakte, kosten en beschikbaarheid.

Maar met deze summier gegevens kom je er natuurlijk niet. Mogelijke huurders laten zich meestal niet afschrikken door het vertalen of aanpassen van tentoonstellings teksten. Maar zonder foto's, een gedetailleerde synopsis, teksten, basisboodschappen en een grondplan, kunnen ze geen beslissing nemen. Niet iedereen kan immers op reis om tentoonstellingen te gaan bekijken. Daarom werd een virtueel systeem noodzakelijk, dat een maximum aan informatie biedt, op basis waarvan verhuurders en huurders een zakelijk gesprek kunnen voeren. Het Castex-project had 'richtlijnen voor rondreizende wetenschappelijke

tentoonstellingen' uitgewerkt. Die blijven een referentie voor wie een duurzame tentoonstelling wil ontwerpen. In dezelfde lijn werd nadien een centraal infopunt opgericht om de promotie van deze tentoonstellingen te verzorgen. Het nieuwe project heet e-Castex (electronic Centralised Access to Scientific Touring Exhibition). Een database werd uitgewerkt, op basis van de ervaringen van natuurhistorische musea en plantentuinen. Ze kreeg de naam Extra en werd gevalideerd door experts en werd officieel boven de doopvont gehouden in Budapest op 29 mei 2008. Dit gebeurde in samenwerking met Ecsite, het Europese Netwerk van Wetenschapscentra en Wetenschapsmusea.

De database richt zich tot professionals, zowel producenten als klanten. Ze is geschikt voor alle tijdelijke tentoonstellingen, maar ook voor afzonderlijke exhibits en zelfs voor specimens. Ook veel wetenschapscentra, die voortdurend hun aanbod willen vernieuwen, zullen hier nuttig gebruik kunnen van maken, voor het uitwisselen, het huren en verhuren en zelfs het verkopen van exhibits aan natuurhistorische musea, scholen en culturele centra.

www.extrascience.eu
www.ecsite.eu

Vol verwondering
in het natuur-
historisch museum
(foto: KBIN,
Brussel)



Tips voor een geslaagde coproductie

Castex heeft niet alleen geleid tot de oprichting van e-Castex (zie het voorgaande artikel). De ervaringen met internationale coproducties op het vlak van de technische, juridische, financiële, organisatorische en praktische aspecten zijn even waardevol en zijn bovendien, mits enige vertaling, toepasbaar voor elk museumaantal project op iedere andere schaal. Hier volgt nog een aantal nuttige tips.

Bij een coproductie helpt het wanneer volgende elementen aanwezig zijn:

- een beloftevolle basis, zoals een eerdere samenwerking, wederzijdse interesse in de activiteiten van de andere musea, gemakkelijke transportmogelijkheden;
- gemeenschappelijke punten, zoals dezelfde museale taak, doelstellingen, ervaringen, dezelfde budgetinschatting;
- een gelijkaardige collectie.

Maar bovenal valt of staat een geslaagde coproductie met het maken van goede afspraken:

- sluit een overeenkomst. Er kan bv. worden overeengekomen dat de inkomsten evenwaardig worden verdeeld (per bezoeker gaat er één euro naar elk museum), dat winsten of eventuele verliezen worden gedeeld¹, dat de promotie afzonderlijk gebeurt omdat elk museum zijn eigen kanalen, methoden, traditie en publiek heeft;
- hanteer een gemeenschappelijke werktal (in de praktijk vaak Engels of Frans bij internationale samenwerkingen);
- voorzie voor een gemeenschappelijke tentoonstelling evenveel auteurs en eigenaars als er partners zijn;
- maak gemeenschappelijk de synopsis voor de tentoonstelling.

Het is bovendien niet evident om een scenario te schrijven voor een coproductie omdat de tentoonstelling toepasbaar moet zijn op verschillende locaties. Het beste let men op volgende punten:

- welk publiek heeft elk museum;
- welke plattegrond heeft elk museum (nl. moet er binnen het museum een bepaalde route gevolgd worden, is er een verschil-

lende in- en uitgang);

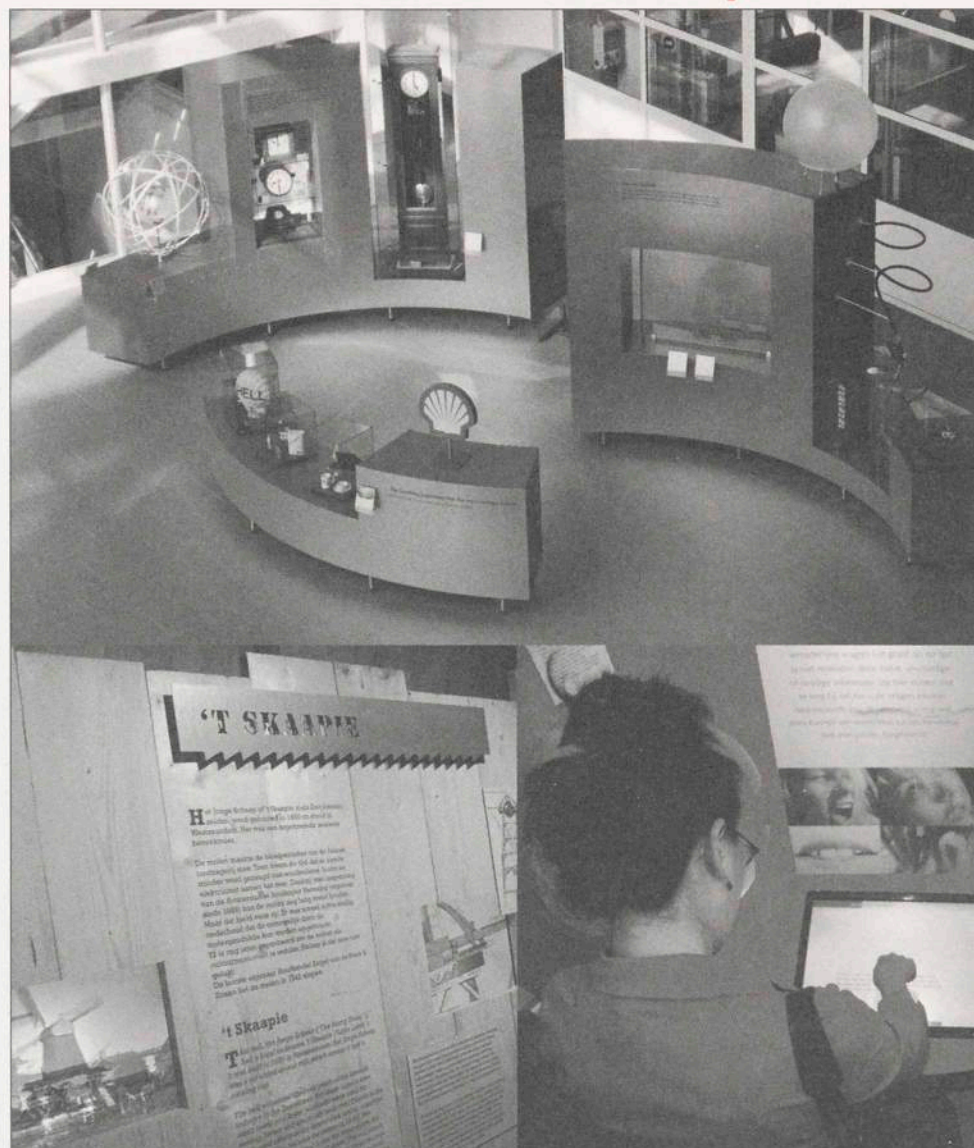
- welke interpretatie of definitie heeft elke partner van het gekozen thema.

Voor een reizende tentoonstelling moet men daarenboven bij de vormgeving steeds voor ogen houden dat de tentoonstelling makkelijk transporteerbaar en (de)monteerbaar moet zijn.

Kiest men er als museum voor geen coproductie aan te gaan maar de eigen productie in het tourcircuit te 'gooien' en een deel van de kosten te regenereren, dan is het uiteraard belangrijk om deze optie reeds vooraf in te bouwen en de opzet van de tentoonstelling (naar thema, scenario, vormgeving, opbouw, e.d.) hieraan aan te passen.

Olivier Retout

1 Drie vuistregels liggen aan de basis van een degelijk financieel model: het moet transparant zijn, het moet fair zijn (niet elke museum heeft dezelfde bezoekersaantallen of kan de tentoonstelling even lang programmeren; maar elke partner heeft wel dezelfde financiële inspanningen voor het project gedaan), en er moet gestreefd worden naar een controle over de risico's.



tekst uitleg
ONTWERP EN REALISATIE
www.tekstenuitleg.nl

Audiovisuele producties
Grafisch ontwerp
Interactieve multimedia
Ruimtelijke vormgeving

Creatief in wetenschappelijk onderzoek

Hasselts museum en de Wetenschapswinkel werken samen

Ann Vandeput,
diensthoofd
stedelijke musea
Hasselt
Davy Jacobs,
coördinator
Nationaal
Jenevermuseum
Hasselt

Het Nationaal Jenevermuseum van Hasselt vult zijn wetenschappelijke functie op verschillende manieren in. De wetenschappelijke staf in het museum is eerder beperkt en neemt vooral een coördinerende en begeleidende rol op zich. Hierdoor kan de staf zich slechts in geringe mate toeleggen op een grondiger studie van deelcollecties en afzonderlijke collectiestukken. Het museum doet daarom voor diepgaand onderzoek doorgaans een beroep op externe experts die hetzij op vrijwillige basis hetzij via een overeenkomst worden ingeschakeld.

Zo blijft erevoorzitter van de ondersteunende vzw Nationaal Jenevermuseum Hasselt, prof. dr. Eric Van Schoonenberghe, fundamenteel onderzoek verrichten en stelt hij de resultaten ter beschikking van het museum.

Medio jaren '90 gaf het museum de opdracht aan kunsthistoricus en specialist in de Belgische affichekunst Karl Scheerlinck om de deelcollectie Belgische publicitaire affiches voor jenever en likeur tot 1945 uitvoerig te documenteren en analyseren. Vorig jaar startte Karl Scheerlinck met een aanvullende studie hierop, waarbij de collectie van het Nationaal Jenevermuseum opnieuw zijn uitgangspunt vormt.

Bemiddelende rol

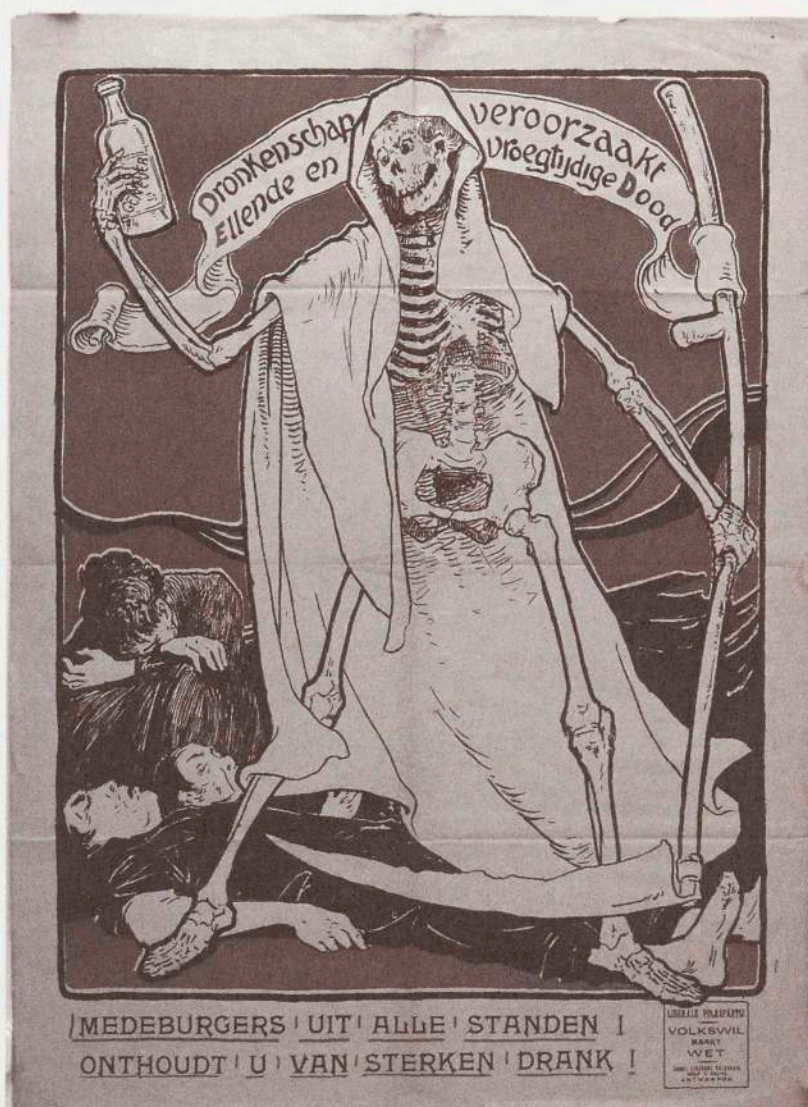
Het Nationaal Jenevermuseum werkt ook regelmatig samen met universiteiten en hogescholen. Jaarlijks worden enkele onderzoeksopdrachten geformuleerd aan de Wetenschapswinkel¹, een aanspreekpunt voor non-profitorganisaties die op zoek zijn naar wetenschappelijke

ondersteuning via onderzoek of advies. De Wetenschapswinkel voert zelf het onderzoek niet uit maar helpt een vraag te vertalen naar een onderzoeksvraag en bemiddelt tussen de organisatie en de onderzoeker. Onderzoek wordt voornamelijk uitgevoerd door studenten in het kader van hun eindverhandeling. Zij worden begeleid door een ervaren onderzoeker. Voor vragen die geen onderzoek vereisen, formuleert de Wetenschapswinkel een advies met behulp van experts aan de universiteit. Het museum wordt gevraagd om de onkosten van het onderzoek geheel of gedeeltelijk te vergoeden. De vergoeding is afhankelijk van het onderzoek en de draagkracht van de organisatie. De Wetenschapswinkel kan de organisatie eventueel ondersteunen met het zoeken naar aanvullende financiering in de vorm van subsidies en/of sponsoring. Gevolggevend aan de oproep van 2006 onderzocht Julie Debrauwere, studente communicatiewetenschappen aan de Vrije Universiteit Brussel, in het kader van haar licentiaatsthesis het anti-alcoholdiscours in België aan het einde van de 19de en het begin van de 20ste eeuw. In 2006 rondde Evelien Dekens, studente cultuurwetenschappen aan de Universiteit Maastricht, haar doctoraalscriptie af over de iconografie van anti-alcoholpropaganda uit dezelfde periode. Voor dit onderzoek analyseerde zij de volledige deelcollectie volgens de methodiek die Karl Scheerlinck eerder al ontwikkelde. De combinatie van beide invalshoeken leverde, behalve objectbeschrijvingen, ook een bredere context voor de betreffende deelcollectie. Het Nationaal Jenevermuseum probeert de onderzoeksresultaten zoveel mogelijk te bestendigen, in de eerste plaats via de eigen inventaris en andere erfgoeddatabases zoals Erfgoedplus². De resultaten mondden uit in de publicatie / catalogus en de tijdelijke tentoonstelling 'Pierre le buveur et Jean l'abstiné'. Op die manier blijkt niet alleen de waardering voor onderzoek en onderzoeker, maar krijgen de onderzoeksresultaten een forum dat op zijn beurt aanleiding kan zijn tot nieuwe, nog verdergaande onderzoeken en analyses.

¹ Zie <http://www.wetenschapswinkel.be/>

² Erfgoedplus.be is een (zoek)website voor cultureel erfgoed in Limburg en Vlaams-Brabant. De provincies Limburg en Vlaams-Brabant en de stad Leuven werken hiervoor samen met allerlei erfgoedbeherende organisaties: musea, verenigingen, kerkfabrieken, bewaarbibliotheken, heemkundige kringen e.a. Zie www.erfgoedplus.be

Affiche van de
Liberale Volkspartij
tegen
drankmisbruik
(Hasselts
Jenevermuseum).



Voordeel in collectiviteit

De Nederlandse Museumvereniging (NMV) is al een poosje bezig met het realiseren van kortingen voor haar leden. De inkooporganisaties waarmee de eerste gesprekken gevoerd werden, rekenden (te)veel kosten voor hun diensten. Value2Source benaderde de NVM met een interessanter uitgangspunt: verdienen voor elke partij. Het bedrijf onderhandelt een korting en een klein percentage van die korting wordt gedeeld tussen Value2Source en de NMV. Zowel het bedrijf als NMV als de leden hebben dus voordeel bij deze constructie. En voor de leden geldt: geen voordeel, dan geen kosten.

De kernactiviteit van Value2Source is het afsluiten van contracten met leveranciers op het gebied van niet-handelsgoederen, dat wil zeggen goederen voornamelijk voor eigen gebruik, onder andere energie, verzekeringen, kantoorartikelen, mobiele en IP telefonie, IT hard- en software, diensten als beveiliging en schoonmaak. Door bundeling van volumes van diverse (branche-)organisaties wordt op deze manier inkoopvoordeel

en inkoopgemak gerealiseerd. Het op deze wijze realiseren van besparingen is één van de concrete doelstellingen. Deze activiteit van Value2Source is interessant voor alle soorten leden van de vereniging: we zien onder de aangesloten musea zowel de kleinere als de zeer grote musea.

Daarnaast bieden wij maatwerk door in samenwerking en in overleg met musea de behoeften te inventariseren voor het aangaan van tenders of aanbestedingen. Denkt u hierbij bijvoorbeeld aan musea die gebruik maken van (studenten) uitzendkrachten. Value2Source heeft in samenwerking met de sectie Veiligheidszorg en Facility management geïnventariseerd of en hoeveel musea gebruik maken van (studenten) uitzendkrachten. Aan de hand hiervan zal een landelijke overeenkomst worden afgesloten met betere tarieven en voorwaarden. Alle aangesloten musea kunnen dan gebruik maken van deze landelijke deal.

De deals die Value2Source heeft afgesloten voor verzekeringen, mobiele telefonie en energie zijn ook toegankelijk voor de medewerkers, vrijwilligers en familieleden van de aangesloten leden. Via www.value2source.nl kunt u zien

welke aanbiedingen er zijn.

Value2Source wil en kan niet altijd de goedkoopste partij in de markt zijn, wel garanderen we de beste balans tussen prijs en kwaliteit. We werken op basis van 'no cure no pay' en dus ligt de inspanningsverplichting bij ons.

Een voorbeeld van concrete besparing: een museum in Zuid-Holland faxte ons de jaarnota energie. Wij maakten een besparingsanalyse en koppelden dit binnen één werkdag terug aan het museum. Er kan een besparing gerealiseerd worden van bijna 20%. Na telefonisch overleg met het museum sluit men een MKB Energie contract met Eneco en Value2Source faciliteert een soepele overgang.

Wilt u weten wat Value2Source voor u kan betekenen op het gebied van onder andere besparingen op uw gas- en elektrakosten?

www.value2source.nl

Vooralsnog zijn deze diensten niet toegankelijk voor Vlaamse musea, helaas.

Niels-Olaf Bout,
Value2Source

Bespaar op uw computersoftware

De kostprijs van computersoftware kan een serieuze hap zijn uit het jaarlijkse budget van een organisatie. Ook de bekende softwarehuizen beseffen dit en bieden daarom donatieprogramma's of kortingprogramma's aan voor cultureel-erfgoedorganisaties. We stellen de verschillende programma's kort aan u voor.

Socialware is een vzw die sinds 2006 via een donatieprogramma microsoft software verspreid aan Belgische vzw's. Hierdoor kunnen organisaties bekende Microsoft producten aankopen aan enorm lage prijzen. Socialware verspreidt ook Cisco hardware en Symantec (anti-virus) producten maar deze donatieprogramma's hebben een meer specifieke doelgroep. Via de website van socialware kan men een aanvraag doen voor software. Socialware geeft ook advies bij de aankoop van software. Meer informatie op de website van

Socialware (www.socialware.be),
info@socialware.be,
+32 (0)2 256 99 93

FARO, het Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed heeft een overeenkomst afgesloten met Adobe om Adobe producten aan zeer lage prijzen aan te bieden aan organisaties uit de cultureel-erfgoedsector. Typische Adobe producten zijn Acrobat, Dreamweaver, Photoshop, Illustrator en InDesign: creatieve software die van pas komt bij beeldbewerking, het ontwerpen van drukwerk en websites. Kortingen lopen op tot bijna 1/10 van de winkeelprijs. Vlaamse cultureel-erfgoedorganisaties kunnen de software bestellen via partner Sumika. Dit bedrijf staat in voor de afhandeling van de bestellingen. Voor meer informatie, de voorwaarden of om software te bestellen, surf u naar de website van Sumika (www.sumika.be) en klikt u op het FARO-logo.

Voor heel wat bekende softwarepakketten bestaan er al gratis alternatie-

ven. Voor Microsoft Office is er Openoffice (www.openoffice.org) en in plaats van Adobe Photoshop is er Gimp (www.gimp.org). Toch zijn er nog verschillen tussen de open source pakketten en de bekende software. Een extra opleiding voor medewerkers is daarom wenselijk. Een overzicht van de meest bekende open source software is te vinden op opensource.startpagina.nl

Deze diensten zijn niet toegankelijk voor Nederlandse musea, helaas.

Bram Wiercx,
informatiemanager
FARO. Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed



De hergebruikte vitrinekasten in Stedelijk Museum Aarschot.

Museum Aarschot recyclet art nouveau vitrinekasten

Sinds 1961 werd de heemkundige verzameling van het Stedelijk Museum Aarschot permanent tentoongesteld als "Museum voor Heemkunde

en Folklore" op de zolders van het begijnhof van Aarschot. De collectie is zeer divers: van archeologische vondsten en fossielen, een oude drukkerij en herberginterieur, tot oorlogsherinneringen, wapens, relikten uit religieuze instellingen, van de lokale huisnijverheden, uit het Aarschotse verenigingsleven en van de – uit deze stad afkomstige componist – Arthur Meulemans. Onder impuls van de schepen van Openbaar Onderwijs en Schone Kunsten en de conservator, en met de hulp van stadswerklieden, werd met de inrichting van het museum gestart. Een vriend van de conservator signaleerde hem dat op datzelfde moment de inrichting van het toenmalige Museum van Belgisch-Congo, na 1960 herdoopt tot Koninklijk Museum voor

Midden-Afrika, vernieuwd werd. Het oude interieur moest weg, ook art nouveau vitrinekasten, uitgevoerd in een exotische houtsoort. Kort daarop mochten de stadsdiensten de vitrines gratis komen ophalen. Jarenlang deden ze dienst op het zoldermuseum in de begijnhofsite, tot het museum in 2005 een nieuw onderkomen kreeg in het voor dit doel compleet gerenoveerde moederhuis van de Aarschotse culturele site. De art nouveau vitrinekasten verhuisden mee en ze werden er de pronkstukken in het nieuwe interieur van het huidige Stedelijk Museum Aarschot, waar ze vandaag de objecten prachtig tot hun recht laten komen.

*Jo De Cuyper,
conservator Stedelijk Museum Aarschot*

Nieuw leven voor oude kostuumpoppen

Sinds ruim 20 jaar maakt Van Gogh Modelmaking in Schermerhorn (NL) museale objecten als diorama's, modellen, maquettes, prehistorische reconstructies en vele andere objecten. Cultureel Erfgoed Noord-Holland stelde namens de musea aan dit bedrijf de vraag of het kostuumpoppen kon maken die geschikt zijn voor het exposeren van de kwetsbare en vaak kostbare kostuums, klededrachten en kleding. Er is namelijk een groeiende behoefte aan poppen die aan enkele essentiële criteria kunnen voldoen. Belangrijkste daarvan is dat de poppen beschikken over 'oude' verhoudingen zoals kleine

maten, wespentailles, boezemloos en met diverse demontabele onderdelen zodat de kleding gemakkelijk, dus zonder trekken en forceren, aan- en uitgedaan kan worden.

Van Gogh Modelmaking kwam in contact met Gelders Erfgoed, het erfgoedhuis waar in het depot diverse oude in onbruik geraakte mallen stonden van de zogenaamde 'Duyvetter-poppen'. Van Gogh kreeg de beschikking over de jarenlang bewaarde mallen en poppen om deze collectie weer nieuw leven in te blazen. Hierdoor kan het bedrijf ook de oude Duyvetter-poppen die nog in musea worden gebruikt aanvullen, restaureren en/of vervangen. Maar er worden ook compleet nieuwe kostuumpoppen gemaakt, gebaseerd op de oude methode van papier maché en inerte kleefstoffen, of van epoxy. Omdat het allemaal maatwerk is worden de poppen vormgegeven volgens de specifieke wensen van de opdrachtgever. U kunt naast de bestaande modellen voor de kostuumfiguren en hoofden ook afzonderlijke onderdelen kiezen, zoals nieuw geboetseerde hoofden en lichamen die passen bij de groep poppen in de opstelling. Ook hoofden met bepaalde karakters of andere lichaamsvormen zijn mogelijk, evenals accessoires zoals pruiken, sieraden en handen. Van Gogh repareert overigens ook bestaande poppen.

Van Gogh Modelmaking
email: goghvan@planet.nl
www.modelmaker.nl
M 06-53372849

*Jan Sparreboom,
redacteur*

De zogeheten Duyvetter-poppen, opnieuw gemaakt (foto: Van Gogh Modelmaking)



Financieel gunstige schenkingen

Creatief omgaan met het Belgisch fiscaal kader

In financiële en commerciële media wordt veel gezegd en geschreven over bepaalde technieken en constructies die belastingvoordelen of -besparingen meebrengen. Waarom zouden musea daar niet evenzeer kunnen van profiteren? Deze bijdrage probeert een overzicht te bieden van de bestaande mogelijkheden en ook enkele hedendaagse 'mythes' te ontsluiten, of minstens te duiden. Aangezien de materie uiterst technisch, delicaat en aan snelle evolutie onderhevig is, is de grootste voorzichtigheid geboden. Musea die zich aangesproken voelen om zich (pro)actief op dit veld te begeven laten zich best adviseren door vak-specialisten.

Lucie Lambrecht,
advocaat

Maatregelen in de inkomstenbelasting

Financiële steun door bedrijven:

sponsoring vs mecenaat

De Belgische regelgeving maakt geen duidelijk onderscheid tussen sponsoring en (bedrijfs)mecenaat, maar op fiscaal vlak wordt sponsoring duidelijk bevoordeeld door de fiscale aftrek van sponsorgelden in principe toe te laten als publicitaire uitgaven, voor zover die in verhouding redelijk zijn. Bij mecenaat daarentegen, waar de intentie om te begunstigen (schenken om niet) voorop staat en niet het utilitaire aspect (afwezigheid van return), is de fiscale aftrekbaarheid de uitzondering op de regel.

Fiscaal aftrekbare giften

Het regime van de aftrekbare giften is in de museumwereld niet onbekend maar de voorwaarden en grenzen van het systeem zijn meestal onduidelijk. Hierna worden de voornaamste voorschriften samengevat.

Door wie?

Zowel belastingplichtige natuurlijke personen als vennootschappen kunnen gebruik maken van de aftrekmogelijkheid. Sommige modaliteiten verschillen weliswaar: zo kunnen vennootschappen, in tegenstelling tot natuurlijke personen, onder dit regime geen kunstwerken in natura schenken aan musea.

Aan wie?

In de museum- en erfgoedsector kunnen de volgende instellingen van de aftrekmogelijkheid gebruik maken¹:

- Rijksmusea² en, op voorwaarde dat de giften voor hun musea worden bestemd, giften aan Gemeenschappen en Gewesten, provincies, gemeenten en de OCMW's (art. 104, 5° van de Wet op de Inkomstenbelasting, WIB). Dit sluit musea uit die een aparte rechtspersoonlijkheid hebben (zoals een VZW), onderscheiden van hun overheidslichamen;
- door de Koning erkende culturele instellingen

(art; 104, 3°, d) WIB);

- door de Koning erkende instellingen die het behoud of de zorg voor monumenten en landschappen tot doel hebben (art. 104, 3°, j) WIB).

Deze laatste twee categorieën van instellingen worden niet van rechtswege erkend. Het erkenningsproces is in de huidige administratieve praktijk bijzonder omslachtig en aan een hele reeks voorwaarden verbonden; bovendien wordt de erkenning slechts tijdelijk verleend en moet deze telkens vernieuwd worden. Deze instellingen moeten ook kunnen aantonen dat hun invloedsgebied één van de gemeenschappen of gewesten of het gehele land bestrijkt.

Wat?

Als de begunstigde een van de in artikel 104, 5° WIB opgesomde musea is, komen naast giften in geld ook giften van kunstwerken in aanmerking. Ook hier worden een aantal beperkende voorwaarden gesteld en is een bijzondere erkenning vereist door het ministerie van Financiën. Een bijzondere erkenningscommissie moet onder meer evalueren of het aangeboden kunstwerk tot het roerend cultureel erfgoed van het land behoort, of internationale faam geniet (at. 104, 5°, b) WIB).

Zijn er minimum of maximum drempels?

De aftrekbaarheid van giften is door de fiscale wetgever geplafonneerd. Momenteel gelden de volgende financiële drempels: in de personenbelasting mag het totale bedrag van de aftrekbare giften niet hoger zijn dan 10% van het totale netto-inkomen, noch hoger dan 250.000 euro (art. 109 WIB); in de vennootschapsbelasting worden de hierboven vermelde drempels respectievelijk op 5% en 500.000 euro gebracht (art. 200 WIB). Om aftrekbaar te zijn moet een gift ten minste 30 euro bedragen.

Schenkings - en successierechten

Schenking: voor notaris of niet?

Een schenking moet in de regel voor de notaris gebeuren om geldig te zijn (art. 931 B.W.). Een notariële akte moet

- verplicht geregistreerd worden en is bijgevolg aan registratierechten onderhevig.
- Hierop zijn enkele aanvaarde uitzonderingen: de handgift (dit is letterlijk iets geven van hand tot hand) is een populaire wijze van schenken tijdens het leven omdat dit zonder registratieformaliteit kan gebeuren en dus niet aan schenkingsrechten onderworpen is, tenminste als men de handgift op correcte wijze uitvoert³. Giften in geld of in natura (bijv. een kunstwerk) kunnen rechtsgeldig via handgift gedaan worden, ook als de begunstigde een rechtspersoon is; deze laatste treedt dan op via haar wettelijk of statutair vertegenwoordigingsorgaan om de gift te aanvaarden.
- Nadeel van een handgift is dat men pas drie jaar na de gift zeker is of de niet-belasting definitief is. Indien de schenker immers binnen die periode overlijdt wordt de gift met een legaat gelijkgesteld en is dan aan successierechten onderworpen (art. 7 W. Succ.), veelal aan een hoger tarief dan met een schenking het geval zou geweest zijn. De notariële schenking blijft dus de meest rechtszekere vorm van schenken. Bovendien kan men in een schenkingsakte allerlei bedingen opnemen of rechten voorbehouden die men bij een handgift niet altijd kan afdwingen.

Schenking of legaat?

- De fiscaliteit verbonden aan beide wijzen van begunstigen speelt een belangrijke rol in het kader van een door-dachte successieplanning. De fiscale wetgever wil in alle Gewesten⁴ het begiften tijdens het leven stimuleren via lagere tarifiering.

- De registratierechten voor schenkingen van roerende goederen bedragen nu overal nog maximum 7%, terwijl de successierechten op legaten aan vreemden (d.i. andere dan naaste familieleden, dus ook aan rechtspersonen) tot 80% kunnen oplopen!⁵

- Musea genieten weliswaar –afhankelijk van hun statuut– van verlaagde tarieven in de successierechten. In Vlaanderen zijn de tarieven:

- – 6,60% voor provinciale en gemeentelijke musea (cf. art. 59, 1° VI.W.Succ.);
- – 8,80% voor musea in de vorm van een VZW of stichting (cf. art. 59, 2° VI.W.Succ.).

- De Vlaamse Gemeenschap, het Vlaamse Gewest en hun respectievelijke openbare instellingen zijn zelfs volledig vrijgesteld van successierechten bij overlijden (art. 55 VI.W.Succ.). Legaten ten behoeve van de Vlaamse Kunstcollectie bijvoorbeeld kunnen aldus belastingvrij gebeuren...

Bijzondere techniek: duolegaat

- Deze techniek, die meer en meer gepromoot wordt door (grote) NGO's⁶, die van verlaagde tarieven van successierechten genieten, laat in bepaalde gevallen toe om successierechten uit te sparen en alle begunstigten te laten delen in het belastingvoordeel. Ook musea kunnen hier gebruik van maken. De techniek komt neer op een dubbel legaat waarbij het museum als algemeen legataris, en een of meer andere begunstigten, bijv. bepaalde (verre)

familieleden of vrienden van de erflater, als bijzondere legataris worden aangesteld. Het museum verbindt zich ertoe de successierechten van deze laatste(n) te betalen, naast de eigen rechten op het deel dat het museum toekomt. Idealiter moeten alle begunstigten netto meer ontvangen dan wanneer ze elk een rechtstreeks legaat hadden ontvangen.

Inbetalinggeving van kunstwerken ter vereffening van successierechten (art. 83/3 en 83/4 W. Succ.)

Bij erfopvolging van een belangrijk kunstwerk of kunstcollectie waarvan de successierechten anders te zwaar zouden vallen, kunnen de erfgenamen ervoor opteren om het werk of (een deel van) de collectie aan de overheid af te staan ter voldoening van de verschuldigde successierechten. Net zoals voor de aftrekbaarheid van giften van kunstwerken (zie boven) werd een bijzondere commissie ingesteld die kunstwerken moet beoordelen op internationale faam, dan wel hun waarde voor het cultureel erfgoed van het land; deze commissie doet ook de schatting. De minister van Financiën moet deze betalingswijze formeel aanvaarden maar moet hiervoor het akkoord hebben van het bevoegde Gewest dat, in geval van aanvaarding, eigenaar wordt van de aangeboden kunstwerken. Naar aanleiding van de – uitgebreid in de pers aan bod gekomen – recente gevallen⁷ van inbetalinggeving is duidelijk geworden dat de huidige procedure een aantal opmerkelijke gebreken vertoont waardoor deze wijze van "schenken" vooralsnog aan aantrekkelijkheid inboet.

Toekomstperspectieven

In het licht van de tekortkomingen aan de hierboven beschreven mechanismen, zijn enkele parlementariërs aan het werk getogen en werd meer dan één wetsvoorstel ingediend om het bestaande arsenaal van fiscale incentives ter stimulering van het privé- en bedrijfsmecenaat uit te breiden. Het valt af te wachten of, en in welke vorm deze voorstellen het in voorkomend geval tot wet zullen maken. Watch this space!

1 Artikel 104 van de Wet op de Inkomstenbelasting (WIB) somt een hele reeks andere instellingen op, waarvan sommigen, nominatim vermeld, zoals de Koning Boudewijnstichting en het Paleis voor Schone Kunsten, een automatische erkenning genieten krachtens de wet.

2 Het gaat met name om de Koninklijke Musea voor Schone Kunsten van België, de Koninklijke Musea voor Kunst en Geschiedenis en het Koninklijk Museum voor Midden-Afrika, en een aantal federale wetenschappelijke instellingen die met Rijksmusea worden gelijkgesteld zoals de Koninklijke Bibliotheek Albert I, het Rijksarchief en het Koninklijk Instituut voor het Kunstpatrimonium.

3 Een of andere vorm van geschrift is altijd aangewezen om de gift te kunnen bewijzen o.m. tegenover de fiscus.

4 De materie van schenkings- en successierechten is (behalve voor wat de inning betreft, die op federaal niveau gebeurt) geregionaliseerd. De Gewesten bepalen autonoom de aanslagvoeten, heffingsgrondslag, vrijstellingen en verminderingen in hun respectievelijk Gewest. De woonplaats (domicilie) van de schenker of erflater bepaalt welk Gewest bevoegd is.

5 Nl. in het Brussels en Waals Gewest.

6 Zoals het Rode Kruis en de Koning Boudewijnstichting.

7 Het betrof o.m. de collectie Dr. Paul Janssen en de collectie Gillion-Crowet.

Schenk een stuk van je nalatenschap aan musea

...en doe je erfgenamen een fiscaal cadeau

Voor heel wat musea in Vlaanderen vormt de vriendenvereniging een belangrijke steun in de museale werking en tegelijk ook een bron van alternatieve financiering. Nogal wat vriendenverenigingen werden opgericht om collectiestukken op een soepeler manier te verwerven dan de meeste stedelijke musea in staat zijn te doen. Maar museumvrienden zijn ook op vele andere vlakken actief zoals het uitbaten van een museumshop.

Ook de Brugse musea mogen zich verheugen in een actieve en bloeiende Vriendenvereniging en voeren nu een campagne voor een interessante alternatieve inkomst ten voordele van 'hun' musea. De Vrienden van de Stedelijke Musea Brugge zijn een vzw die ooit in de slipstream van de grote Brugse tentoonstelling van Vlaamse primitieven in 1902 werd opgericht om het lokale kunstpatrimonium aan te vullen met schenkingen en aankopen. Met WO I ging de prille vereniging ter ziele maar de draad werd opnieuw opgenomen in 1958. De doelstellingen waren dezelfde gebleven. De laatste vijftig jaar is er natuurlijk een hele evolutie op gang gekomen. Gezien de uit de pan rijzende prijzen op de kunstmarkt werd het accent enigszins verlegd. De vriendenvereniging concentreerde zich gedeeltelijk op vrijwilligerswerking waarbij de musea logistieke steun kregen bij het uitbaten van tentoonstellingsshops en cafetaria en het organiseren van kinderate-liers. Daarnaast werd ook aan sponsorwerving gedaan door het creëren van 'bijzondere begunstigers' die jaarlijks een substantieel lidmaatschap betalen. Vergeten we ook niet het groot aantal leden te vermelden dat tussen de 1300 en de 1500 schommelt, en zo dus ook via lidmaatschapsgelden voor een belangrijke recette zorgt. Al deze inkomsten worden door een Raad van Bestuur, waarin van rechtswege de artistieke directeur van de musea en de schepen van cultuur van Brugge zetelen, beheerd en aangewend ten bate van de musea. In deze context is de vereniging ook onlangs ingestapt in de campagne 'testament.be' waarbij mensen aangespoord worden een deel van hun vermogen aan een 'goed doel' –bijvoorbeeld de Brugse musea– te schenken en zo ook de successierechten te verminderen.

Verstandige successieplanning

U bent waarschijnlijk al in een of ander tijdschrift een foto van de strengkijkende Jan Declerck tegengekomen met het enigmatische bijschrift 'Ook als je er niet meer bent, kan je nog meer betekenen dan je denkt' en hebt zich dan misschien afgevraagd waarvoor dit stond. De bekende Vlaamse acteur werd ingehuurd als gezicht van de reclamecampagne TESTAMENT.BE waarbij mensen aange-

spoord worden een deel van hun vermogen via testament na te laten aan een 'goed doel'.

In de ons omringende landen is dit al een vrij frequent voorkomend gebeuren, bij ons is dit groeiend. Daarom is vzw EMO vorig jaar met een campagne begonnen om de formule 'schenking aan het goed doel' onder de aandacht van de mensen te brengen en te promoten.

De Vrienden en de Musea Brugge zijn ook –als enige musea in Vlaanderen trouwens – mee op de wagen gesprongen. Cultuur is immers ook een 'goed doel'. Statutair zijn de Vrienden daarenboven al meer dan 100 jaar bezig met fundraising voor de musea en in het verleden heeft meer dan één kunstliefhebber een (deel van zijn) collectie of een geldsom via ons aan de musea nagelaten. De tijden zijn veranderd en niet iedereen heeft een Vlaamse primitief aan de muur of in de kluis zitten. Toch kan men nog altijd de musea een financieel duwtje in de rug geven en er zichzelf (of toch in elk geval zijn erfgenamen) mee begunstigen.

Wat velen niet weten is dat een verstandige successieplanning ervoor kan zorgen dat erfgenamen heel wat minder aan Vadertje Staat moeten afdragen. Men kan op perfect legale manier de fiscus te vlug af zijn en tegelijkertijd bijvoorbeeld het Brugse kunstpatrimonium ondersteunen.

Duo- of monolegaat?

Dit is zeker het geval bij mensen die geen directe erfgenamen hebben en die een deel van hun vermogen aan een ver familielid of aan iemand waarmee ze geen familieband hebben willen nalaten: in Vlaanderen worden hierop tussen de 45 en de 65% successierechten afgehouden. Hier kan een duolegaat ervoor zorgen dat heel wat minder naar de fiscus gaat. Dit is een testament waarbij een gedeelte van het vermogen vrij van successierechten aan de erfgenaam wordt gelegateerd. Daarnaast wordt een legaat geschonken aan bijvoorbeeld de vzw Vrienden van de Stedelijke Musea Brugge die ook de successierechten en kosten op het eerste legaat zal betalen. Zo wordt de belastingsdruk aanzienlijk verlaagd want culturele instellingen worden aan vlakke successietarie-

Rudy De Nolf,
secretaris
Vrienden
van de Stedelijke
Musea Brugge



Ook als je er niet
meer bent,
kan je nog meer
betekenen dan
je denkt.

Neem een goed doel op in je testament

TESTAMENT.BE

ven belast (8,8% in het Vlaams Gewest). Even een voorbeeldje: tante Kaat heeft geen directe erfgenamen en laat haar vermogen (500.000 euro) na aan neefje Tom. Tom zal hiervan uiteindelijk slechts 195.000 euro ontvangen. Tante Kaat had ook een algemeen legaat kunnen schenken van 500.000 euro aan de Vrienden met als last een bijzonder legaat van 250.000 euro vrij van successierechten aan Tom uit te keren: op die manier krijgt Tom dus 55.000 euro meer. De vzw zelf zal aan deze operatie na betaling van alle successierechten 85.500 euro overhouden. Iedereen wint dus, behalve de fiscus en het vermogen komt terecht bij wie de erflater belangrijk vindt. Wanneer er directe erfgenamen zijn en het erfdeel hoger is dan 250.000 euro (waarop in Vlaanderen 27% successierechten komen) kan een monolegaat interessant zijn. Hier gaat de nalatenschap naar de wettelijke erfgenamen maar wordt er één legaat overgemaakt aan het 'goede doel' dat gelast wordt met het betalen van de successierechten van de wettelijke erfgenamen. De besparing is minder spectaculair (alhoewel dit natuurlijk met de grootte van het erfdeel belangrijker wordt) maar het 'goede doel' vaart er wel mee.

Wie hierover meer wenst te vernemen kan terecht op de website www.testament.be of telefonisch 02/210 53 00 en uiteraard ook bij zijn notaris.

*Campagnebeeld
van testament.be*

Het museumbezoek wordt aantrekkelijker met het Museumkijkspel Spelenderwijs het museum ontdekken



Het museumkijkspel is een educatief spel voor kinderen vanaf 8 jaar. Ieder spel wordt per museum ontworpen en heeft goede sponsormogelijkheden. Het spel wordt o.a. toegepast bij het Kaasmuseum in Alkmaar en Museum Egmond in Egmond aan Zee.

Info: Eftees Displays Tel. 072 - 506 37 54 - frans1948tijssens@mac.com

Schenken en nalaten in Nederland

Schenken aan instellingen die als ANBI (Algemeen Nut Beogende Instelling) geregistreerd zijn bij de belastingdienst hoeven geen schenkings- dan wel successierecht te betalen over bedragen die de instelling ontvangt. Ook de schenker/erflater heeft voordeel aan een dergelijke transactie, binnen door de fiscus bepaalde grenzen.

Er zijn verschillende mogelijkheden:

- er is de eenmalige schenking.
Deze is aftrekbaar van het belastbaar inkomen als hij minimaal 1% en maximaal 10% van het verzamelinkomen is. Belastingvoordeel tot 50%.
- er is de periodieke schenking.
Deze moet worden vastgelegd bij

de notaris voor een periode van tenminste vijf jaar. Er is geen minimum bedrag en het hele bedrag is aftrekbaar. Vaak neemt de ontvangende instelling de notariskosten voor zijn rekening. Bij nalaten kan dat via een percentage of een bepaald bedrag dat wordt vastgelegd bij testament. Als de instelling een ANBI status heeft komt dus het gehele bedrag ten goede van het beoogde doel.

Voor algemene of specifieke informatie belt u de belastingtelefoon 0900 0543.

U zou ook in uw archief kunnen teruggrijpen naar Museumpeil 17 (zomer 2002), waarin een artikel is opgenomen 'Museum en fiscus. Een beknopte inventarisatie van belastingvoordelen'. Niettegenstaande

deze titel is het een tamelijk uitgebreid artikel over btw, vrijstelling successie- en schenkingsrecht, bruiklenen, giften en legaten, gemeentelijke belastingen etc.

TIP: Onder het hoofdje 'sponsoring' heeft het Openluchtmuseum te Arnhem op zijn website een bijdrage opgenomen over 'schenken en nalaten voor behoud van cultuur' (zie www.openluchtmuseum.nl onder sponsoring).

*Elly Pouwels,
redacteur*

Teruggaaf energiebelasting

Veel culturele instellingen kunnen extra geld goed gebruiken. Het leven is duur, zeker in deze financieel onzekere tijden. De Belastingdienst heeft een regeling teruggaaf energiebelasting in het leven geroepen waarmee ze het voor culturele instellingen niet alleen gemakkelijker maken maar ook leuker.

Instellingen met een culturele doelstelling kunnen in bepaalde gevallen namelijk 50% van de energiebelasting die is betaald voor aardgas en elektriciteit van de belastingdienst terugkrijgen. Voorwaarde is dat de stichting of vereniging bij de notaris vastgelegde statuten heeft, waaruit blijkt dat men inderdaad een culturele doelstelling heeft, en dat de feitelijke activiteiten hiermee overeenkomen.

De instelling mag geen winstoogmerk hebben en mag ook niet vrijgesteld zijn voor de vennootschapsbelasting. Met een zogenaamde ANBI-beschikking kunnen de 'algemeen nut beogende' doelstellingen ondubbelzinnig aangetoond worden. Wie hier

niet over beschikt moet deze op een andere manier duidelijk kunnen maken.

De instelling dient ook te beschikken over een eigen gebouw dat voor minstens 70% voor eigen activiteiten wordt gebruikt, en de eindafrekening van het energiebedrijf moet op naam van de instelling gesteld zijn. Kopieën van deze afrekeningen moeten met de aanvraag meegestuurd worden. Er zijn commerciële bedrijven die deze teruggaaf energiebelasting voor u kunnen regelen, maar het is ook mogelijk de formulieren zelf in te vullen.

In principe dient de aanvraag binnen 13 weken na afloop van de verbruiksperiode ingediend te worden, maar men kan de belastingdienst per brief verzoeken om 'ambtshalve teruggaaf van energiebelasting' over de afgelopen vijf jaar.

De formulieren Verzoek teruggaaf energiebelasting zijn aan te vragen bij het Energieteam van uw Belastingdienst.

U kunt het formulier ook downloaden van de website van de belastingdienst:

<http://www.belastingdienst.nl/download/649.html>

*Elly Pouwels,
redacteur*

Erfgoedsite Tienen

Hordenlopen naar zelfstandigheid

Staf Thomas,
conservator
Stedelijk Museum
in Tienen

De 'Erfgoedsite Tienen' is het voorlopige eindpunt van een stedelijk erfgoedbeleid dat aanving met de opening van het Stedelijk Museum 'het Toreke' in juni 1978. Dit project groeide doordat andere initiatieven in de loop van het afgelopen decennium zich erbij aansloten, zoals het Suikermuseum, het Stadsarchief, een documentatiecentrum, een conferentiezaal en een museumcafé. Volledig self-supporting is het project nog steeds niet, maar het genereert toch nog 45% van de werkmiddelen uit eigen exploitatie.

De gemeenteraad van Tienen gaf in 1978 een museale bestemming aan de voormalige stadsgevangenis, die opgenomen was op de lijst van beschermde monumenten in de stad. Het museum 'het Toreke' zou de geschiedenis van Tienen illustreren en hiermee tegemoet komen aan de vraag van een kleine maar invloedrijke groep voorvechters. Dat hun beweegredenen hoofdzakelijk nostalgisch van aard waren, deed niet ter zake. Vanaf de aanvang werden het stadsarchief en een beginnende historische bibliotheek letterlijk geïncorporeerd in het museum. Door een gelukkig toeval kwamen in de onmiddellijke omgeving van 'het Toreke' al in 1983 lokalen vrij, zodat het archief en de bibliotheek apart konden gehuisvest worden. Bovendien ontwikkelden wij een museumwerking die niet zuiver stedelijk was, maar die de hele regio omvatte. Het project 'Tienen 1635' in het kader van Europalia España 1985, was de bevestiging van deze regionale aanpak van het museumbeleid. De deelname aan Europalia Oostenrijk twee jaar later onderstreepte deze ambitie.

Museum
'het Toreke'
in Tienen

In een stroomversnelling

In deze sfeer ontstond in 1988 het idee voor een Suiker-

museum. Aanleiding hiervoor was het aanbod van de Tiense Suikerraffinaderij die, naar aanleiding van haar 150ste verjaardag, een financieel engagement wou aangaan voor het nieuwe museum. De stad en de fabriek gingen akkoord om voor de inrichting en het latere beheer ervan, een vzw Suikermuseum Tienen op te richten waarin beide zitting zouden hebben. De realisatie van het Suikermuseum liet lang op zich wachten zodat de vzw zich noodgedwongen gedurende jaren alleen maar bezighield met conceptontwikkeling. Ondertussen realiseerden we wel in 1992 de oprichting van het Hagelands Historisch Documentatiecentrum. Dit was voor de site van cruciaal belang. Het stadsbestuur gaf hiermee aan dat de werking regionaal georiënteerd werd en dat hiervoor kredieten konden aangesproken worden.

Tegen het einde van de 20ste eeuw kwam het dossier 'Suikermuseum' in een stroomversnelling omdat de randvoorwaarden ervoor vervuld waren. In 1999 opende het vernieuwde en uitgebreide Toreke, met depot, opnieuw zijn deuren voor het publiek. De inspanningen werden bekroond door de erkenning en indeling bij het regionale niveau bij Ministerieel Besluit van 23 mei 2000.

Een maand later wijzigde de gemeenteraad het oorspronkelijke concessiecontract, daterend van 22 december 1988. Voortaan zou de vzw instaan voor de inrichting en het beheer van het Suikermuseum en dus niet meer voor de bouw ervan. De plechtigheid van de legging van de eerste steen vond plaats op 21 mei 2000. De nieuwe overeenkomst was een absolute voorwaarde om als vzw een omvangrijke lening te bekomen voor de museale inrichting.

Naarmate de opening van het Suikermuseum naderde, werd steeds meer duidelijk dat het beheer binnen de bestaande stedelijke context van de site niet zo evident was. De facto werden we geconfronteerd met een dubbel boekhoudsysteem: een volgens de normale werking van de stadsadministratie en een zakelijke boekhouding voor de vzw. De bestuurders van de vereniging onderkenden dit probleem maar al te goed. Uiteindelijk opteerden zij voor een grotere zelfstandigheid en voor een verzakelijking van het globale beheer.

Begeleid naar zelfstandigheid

Voor dit laatste konden wij – via sponsoring – een beroep doen op het consultancybedrijf TCN, dat ons begeleidde naar zelfstandigheid. Het opgestelde marketingplan voorzag in een concept waarbij de museumsite aan de Grote





Het Suikermuseum,
in Tienen.

Markt integraal werd aangepakt. Behalve het Suikermuseum werden het Toreke, het Stadsarchief en het Hagelands Historisch Documentatiecentrum betrokken bij het ontwerp van exploitatie voor de site. Bovendien werden een streekwinkel, seminariezaal en museumcafé op het allerlaatste moment toegevoegd aan het Suikermuseumproject. De gemeenteraad aanvaardde een eerste maal op 28 maart 2002, een uitbreiding van de beheersovereenkomst met de integratie van de streekwinkel, annex toeristische stadsinfo. De gemeenteraad van 27 juni ging definitief akkoord met de uitgebreide beheersovereenkomst. Vanaf 1 juli 2002 zou de vzw Suikermuseum Tienen het volledige beheer waarnemen van het Suikermuseum, het Toreke met het depot, het Stadsarchief, het Hagelands Historisch Documentatiecentrum en de exploitatiezone van de site, bestaande uit een seminariezaal, een museumcafé en een streekwinkel. Voor de werking (uitgezonderd het personeel dat op de loonlijst bleef staan van de stad) zou jaarlijks in de stedelijke begroting een overdracht ingeschreven worden van 215.000 euro, zijnde het bedrag dat in 2002 in de verschillende kredieten voorzien was voor de werking van het Toreke en van het Stadsarchief met het documentatiecentrum. Voortaan zou de werking van het Suikermuseum, inclusief de afschrijving van de lening voor de inrichting, betaald worden met eigen opbrengsten.

Verzakelijking in aanpak

Voor het beheer van de hele site konden we gelukkig terugvallen op het consultancybureau TCN, dat ons stapsgewijze begeleidde in de zakelijke aanpak; promotie, sponsoring en eigen inkomsten uit exploitatie waren hierbij sleutelbegrippen. Met de goedkeuring van de stad werd het organogram van de dienst uitgebreid met een commercieel medewerker, wiens taak er uitsluitend zou in bestaan om promotie te voeren voor de site. Met de grotere bedrijven uit de stad werden sponsoringscontracten afgesloten met een duur van drie jaar. Voor de ticketing, de winkel en het museumcafé kochten wij een kasbeheerssysteem aan, dat ons in staat stelt om à la minute een overzicht te hebben van de inkomsten. Samen met TCN ontwikkelden we een rapporteringssysteem dat niet alleen zeer gedetailleerde informatie geeft

over de evolutie van de verkochte producten, maar dat tevens een bijzonder nuttig instrument is om de publiekstroombestanden te evalueren.

De initiële doelstellingen uit het marketingplan zijn voorlopig niet haalbaar. Financiële onafhankelijkheid van de site is te hoog gegrepen. Daarvoor ontbreken ons een aantal cruciale factoren zoals een te weinig spraakmakende collectie, een ongunstige situering vlak op de taalgrens en een regio die op toeristisch vlak zijn troeven onvoldoende uitspeelt. Mede hierdoor beantwoordt de publieke belangstelling niet aan de gestelde verwachtingen. Ondanks deze zwakheden recupereren wij toch ca. 45% van de werkmiddelen uit eigen exploitatie. Hierdoor ontstaat ongetwijfeld een groter maatschappelijk draagvlak voor het lokale en regionale erfgoed. Het eeuwige adagium dat cultuur alleen maar kost, gaat zeker niet op!

Kansen door de economische crisis?

Jan Klumper adviseert

Girbe Buist,
adviseur musea en
erfgoed
Kunst en Cultuur
Overijssel

De financiële en economische crisis laat nogal wat sporen na bij bedrijven, bij particulieren, maar ook bij musea. Berichten over bezuinigingen van lokale overheden, zich terugtrekkende sponsors en kleinere budgetten staan dagelijks in de krant. Toch zijn er ook lichtpunten. Er zijn ideeën en strategieën die zelfs verbeteringen kunnen opleveren ten opzichte van de huidige situatie. Zowel financieel, organisatorisch als inhoudelijk. In dit artikel zes kansen, die we hebben uitgediept met financieel adviseur Jan Klumper.

Innovatief en projectmatig werken

De eerste kans voor musea bestaat uit innovatief en projectmatig werken.

Structurele subsidies van de overheid worden kleiner of verdwijnen. Dan wordt het voor musea moeilijker om de vaste lasten te dekken. Een mogelijke oplossing voor dit probleem is meer projectmatig te gaan werken.

Ter verduidelijking: een project is een activiteit die

- resultaat gericht is (dus met vastgestelde meetbare resultaten)
- in tijd beperkt is (met vastgesteld begin- en eindpunt)
- in middelen beperkt is (en met vastgesteld budget).

Een overheid, die bezuinigt, wil toch zoveel mogelijk doen. Om dit te bereiken zal de overheid met het besteedbare geld thema's en doelgroepen financieren, die ze belangrijk vindt. Zo kan zij sturen op kernpunten en kan zij toch haar doelen bereiken. Een gemeente drijft vaak mee op de wensen van de rijksoverheid. Die wil bijvoorbeeld een bepaalde werkwijze landelijk implementeren. Zij stimuleert de gemeenten hiertoe door daar tijdelijk projectgeld beschikbaar voor te stellen.

Fondsen stellen eveneens hun criteria bij. Enerzijds doordat zij op de beurs een flink deel van hun belegde vermo-

gen hebben zien verdampen. Anderzijds komen er meer aanvragen binnen omdat musea minder geld krijgen. Fondsen willen absoluut niet structureel financieren, omdat er dan nog maar weinig organisaties geholpen kunnen worden. Sommige fondsen willen wel via projecten vaste lasten als personeelskosten tijdelijk (1 à 2 jaar) meefinancieren. Daarnaast hebben innovatieve projecten bij fondsen nogal eens de voorkeur, omdat deze een voorbeeldfunctie hebben en de werkwijze bij succes overdraagbaar is.

'Musea moeten daarom projecten ontwerpen, die uiteraard binnen hun eigen missie vallen maar (beter) aansluiten op de vraag van (nieuwe) doelgroepen en op thema's en projectpotten van gemeenten en fondsen,' zo meent Jan Klumper.

Musea kunnen innovatief werken door cross-

overs met andere disciplines aan te gaan, nieuwe presentatietechnieken te introduceren of door meer samenwerking te zoeken met commerciële marktpartijen. Door innovatieve projecten op te zetten kunnen musea dubbele winst boeken. Enerzijds komen er middelen binnen, die de begrotingstekorten kunnen opvangen. Anderzijds wordt er vernieuwend gewerkt en kan er zo een stimulerende kwaliteitsslag worden gemaakt.

Samenwerken

Een museum kan ook kosten besparen door meer samen te werken met collega-instellingen.

Samenwerking kan zorgen voor bijvoorbeeld een betere afstemming van activiteiten, verlichting van taken, vermindering van kosten per eenheid, product of dienst en meer invloed door krachten te bundelen.

Bij een zonnig financieel klimaat is er meestal minder bereidheid om tot samenwerking te komen. Snel wordt er dan gezegd dat de culturen van de verschillende organisaties te veel verschillen. Ook zijn mensen bang dat zij functies in moeten leveren of dat taken aangepast gaan worden.

In tijden van recessie wordt men soms min of meer gedwongen om samen te werken, al dan niet onder druk van de overheid. De genoemde weerstanden worden meestal gevoed door de gedachte aan een totale fusie. 'Samenwerking hoeft beslist niet te betekenen dat men zich met huid en haar aan een ander overgeeft. Er zijn allerlei soorten van samenwerking. Deze kan variëren van licht: door elkaar regelmatig te informeren, tot de zwaarste: de fusie.'

Andere lichte(re) vormen van samenwerking kunnen zijn: kennis en collecties uitwisselen, het gebruikmaken van elkaars materialen en accommodaties, het organiseren van gemeenschappelijke activiteiten, samen financiële middelen verwerven en het formuleren van gemeenschappelijke standpunten om het beleid te beïnvloeden. Zwaardere vormen zijn o.a. het detacheren van werknemers of het fuseren van de betrokken instellingen.

De museumgroep Leiden is een goed voorbeeld van museale samenwerking. Het is een samenwerkingsver-

Jan Klumper

(Foto: Riny Riezebos)



band van de grote Leidse musea: Hortus Botanicus Leiden, Museum Boerhaave, Naturalis – Nationaal, Rijksmuseum van Oudheden, Museum voor Volkenkunde, het Siebold-Huis en Stedelijk Museum De Lakenhal. De stichting heeft tot doel het initiëren van samenwerkingprojecten en het laten uitvoeren van opdrachten door de musea in Leiden. Het bureau van de Museumgroep Leiden coördineert, initieert en realiseert waar nodig extra financiering van deze projecten.

Op dit moment coördineert de stichting projecten op het gebied van de erfgoededucatie in het onderwijs en op het gebied van collectieve promotie. Hiernaast vervult de Museumgroep Leiden een platformfunctie voor de Leidse musea en een netwerkfunctie naar bedrijfsleven, toerisme en relevante partijen op een regionaal niveau.

Helder profileren

Een museum dat zich duidelijk onderscheidt, is voor overheid, bedrijfsleven en collega-instellingen een interessantere samenwerkingspartner dan een grijs museum. Het moet werken aan een imago dat positief anders is dan dat van andere musea. Dat vraagt om duidelijke keuzes in het collectie- en promotiebeleid. Een museumbestuur moet kiezen welke thema's het wel en niet wil laten zien en dit duidelijk communiceren. Het museum wordt zo niet alleen een interessantere gesprekspartner, ook biedt het zo meer duidelijkheid aan de museumbezoekers.

Een museum kan zich op onderdelen onderscheiden door onder meer de volgende zaken:

- activiteiten: inhoud gespecialiseerd of juist breed, omvang doelgroepen, kwaliteit van medewerkers, keuze openingstijden, innovatief of juist terug naar de goede oude tijd;
- doelgroepen: sociaal economisch breed of juist smal, omvang en bereik onder politiek hotte doelgroepen;
- accommodaties: klein en intiem of groot en multifunctioneel, goede bereikbaarheid;
- entreprijs: laag of hoog, grote voordelen en kortingen voor vrienden;
- vrijwilligers- en stagebeleid: heldere afspraken, goede begeleiding, vergoedingen en verzekeringen.

Belangrijk hierbij is dat een museum niet alles tegelijk aanpakt maar een paar aansprekende en goed uit te voeren onderdelen goed uitwerkt en communiceert. 'Vertaal de noodzaak van deze profileringsactiviteiten in inhoudelijke en politieke argumenten. Ga vervolgens middelen aanvragen aan gemeenten, fondsen en sponsors om dit programma uit te voeren.'

Grotere zelfredzaamheid

Een van de kenmerken van een economische crisis is de groei van het aantal werklozen. 'Veel werklozen kampen met het probleem dat hun structuur wegvalt en sociale contacten verminderen.'

Mensen zonder werk willen daarom graag ordening in hun leven hebben en contact met de buitenwereld. 'Een museum kan daarop inspelen door deze mensen onbetaald werk aan te bieden.'

Een museum kan nagaan wie er bij de vriendenvereniging zonder werk zullen komen te zitten. Ook familieleden, vrienden en kennissen van de leden zijn daarbij interes-

sant. 'Je moet nagaan of de vaardigheden en mogelijkheden van deze mensen passen op werkzaamheden of projecten, die op het verlanglijstje van jouw museum staan,' zegt Jan Klumper.

Ook komen maatschappelijke en vakstagiaires bij een recessie eerder in beeld om kleine projecten uit te voeren. Stagiaires moeten altijd wel goed begeleid worden. Een museum moet daarom medewerkers stimuleren hiervoor een korte cursus coaching te volgen. Wellicht kan het lokale steunpunt Vrijwilligerswerk deze geregeld aanbieden.

Er komen of zijn ongetwijfeld gemeentelijke budgetten om mensen zonder werk in te zetten voor projecten met vrijwilligers. Daardoor kunnen mogelijke financiële belemmeringen voor een museum opgeheven worden. Het combineren met bijdragen van lokale en nationale fondsen maakt de slaagkans groter omdat fondsen vinden dat een deel van de financiën al gedekt moet zijn. Dat kan door de werkzaamheden te kapitaliseren. Dat wil zeggen dat de besparing die het museum door vrijwilligers verwerft, als eigen bijdrage opgevoerd wordt in het dekkingsplan.

Opzetten van evenementen

Evenementen zijn in trek. Veel mensen gaan er in hun vrije tijd graag naar toe voor bijvoorbeeld de gezelligheid en de sfeer. Voor mensen die minder gaan verdienen, kan het een uitstekende vervanging zijn voor duurdere evenementen.

Voor bedrijven bieden evenementen kansen om zichtbaarder en attractiever te sponsoren. Ook fondsen en gemeenten dragen vaak een steentje bij. Het uitvoeren van evenementen heeft meerdere voordelen. Jan Klumper: 'Met evenementen kunnen musea geld verdienen, kunnen zij hun naamsbekendheid vergroten, kunnen zij hun vrijwilligers de mogelijkheid bieden andere talenten van zichzelf te ontdekken en kunnen zij nieuwe vrijwilligers aantrekken. Je organisatie dynamiseert. Dit is belangrijker dan geld vergaren omdat je organisatie nieuwe wegen ontdekt.'

Er zijn veel activiteiten tot evenement te bevorderen. 'Denk aan "de 10.000ste bezoeker", de aankoop van een bijzonder schilderij of een jubileum van het museum. Verder zijn er talloze evenementen voor een museum te bedenken zoals taxaties, lezingen en demonstraties, wandelingen met speurtocht en quiz na, verzamelaarsbeurzen, vertelmiddagen etc. Veel van deze kleine evenementen kun je als museum uitbesteden aan (nieuwe) vrijwilligers.'

Functioneel bezuinigen

Bezuinigen hoeft geen ramp te zijn. Het kan zelfs goed uitpakken, zo is de ervaring van Jan Klumper: 'Sommige bezuinigingen gaan gepaard met opluchting. Zo kunnen niet-reële ambities en stokpaardjes van sommige museumbestuurders met een verwijzing naar de economische crisis zonder heftige discussies uit het werkplan worden geschrapt – heerlijk!' Ook activiteiten waarbij al een tijdje gedacht wordt: moet dat niet eens een keertje verdwijnen? kunnen als dor hout aangemerkt worden en afgevoerd worden van de activiteitenlijst.

Andere bezuinigingen kunnen op twee manieren geschieden: door de zogenaamde kaasschaafmethode of door

- (delen van) taken niet meer uit te voeren.
- Bij de kaasschaafmethode wordt op iedere activiteit bijvoorbeeld 10 % bezuinigd. Als dit betekent dat de kwaliteit van een activiteit onacceptabel vermindert dan zit er niets anders op om deze activiteit te stoppen. De kwaliteit van de overblijvende activiteiten blijft dan gewaarborgd. 'Je moet als museum 'nee' durven zeggen als de politici eisen dat alle activiteiten door moeten gaan en de kaasschaafmethode niet helpt. Leg dan de verantwoordelijkheid bij de gemeenteraad en het College van B&W.
- Het beste argument is dan: als we deze keuze niet maken dan moet ons museum sluiten en gebeurt er helemaal niets meer.'

Conclusies

- De zes kansen van de economische crisis volgens Jan Klumper nog eens op een rij:
- 1. Ontwerp projecten die aansluiten op de vraag van uw (nieuwe) doelgroepen en die aansluiten op thema's en projectpotten van gemeente en fondsen. Verlies daarbij de eigen missie nooit uit het oog (innovatief en projectmatig werken).
- 2. Werk samen met collega-instellingen, die min of meer aansluiten op uw kerntaken of iets toevoegen, die (nieuwe) doelgroepen kunnen leveren, waarmee gezamenlijke projecten opgezet kunnen worden of waarmee gezamenlijke accommodaties gebruikt kunnen worden (samenwerking).
- 3. Maak een overzicht van organisaties die min of meer dezelfde activiteiten uitvoeren of voor dezelfde doelgroepen werken. Geef aan wat de verschillen zijn en

wat uw museum (in de nabije toekomst) anders en beter kan. Vertaal de noodzaak van uw activiteiten in inhoudelijke en politieke argumenten. Vraag aan gemeente en fondsen de middelen om het programma uit te voeren (profilering).

4. Pak projecten op die niet uitgevoerd konden worden omdat er te weinig vrijwilligers waren voor uitvoering of begeleiding. Begin met een lijst hiervan aan te leggen. Werk ze uit naar benodigde menskracht, financiën en prioriteit (meer zelfwerkzaamheid).
5. Voer evenementen uit, die elders in het land succesvol zijn, in de eigen omgeving passen en waar bedrijven, fondsen en gemeenten hun steentje aan willen bijdragen (opzetten en uitvoeren van evenementen).
6. Ga het beleidsplan na op té ambitieuze plannen en stokpaardjes en schrap ze samen met het dorre hout (functioneel bezuinigen).

Jan Klumper is specialist in het vertalen van maatschappelijk beleid naar concrete activiteiten, geeft ook workshops voor musea die willen onderzoeken hoe zij de zes kansen kunnen vertalen naar hun eigen situatie.

In opdracht van Kunst & Cultuur Overijssel schreef hij met Ellen Loozen 'Heb je wel gehoord van de zilveren vloot? Handleiding fondsenwerving voor de erfgoedsector'.

Zie voor meer informatie:

www.vofjanklumpermarjolijnlamme.nl

Nieuws uit Nederland

Nieuwe Klimaatrichtlijnen

- Het ICN heeft, in samenwerking met het Klimaatnetwerk (samenwerkingsverband tussen ICN, Rijksgebouwendienst, LCM en TU Eindhoven), nieuwe richtlijnen en een stappenplan ontwikkeld voor klimaat en erfgoed. Uitgangspunt is de collectie in relatie tot het gebouw, terwijl voorheen vooral naar de collectie gekeken werd. Er wordt niet meer uitgegaan van een schema met grenswaarden voor temperatuur en relatieve vochtigheid, elke organisatie komt zelf tot een inschatting van de gewenste waarden gerelateerd aan de mogelijkheden van het gebouw. Dat betekent meer zelfwerkzaamheid in de musea en meer kennis om tot een goede beoordeling van het binnenklimaat te komen. Het LCM organiseert praktijkdagen om u achtergrondinformatie te geven, waarmee u in uw instelling meteen aan de slag kunt gaan.
- Deze dagen zijn bedoeld voor collectiebeheerders en technisch medewerkers, die zich actief met collecties en klimaat bezighouden en voor directies en besturen die actief willen meedenken over een goede besluitvorming over klimaatbeheersing.

Maatschappelijke stages

- Vanaf het schooljaar 2011-2012 is de maatschappelijke stage een verplicht onderdeel in het curriculum van het voortgezet onderwijs. Leerlingen van het VWO moeten tijdens hun schoolloopbaan 72 uur stage lopen. Voor Havo-leerlingen is dat 60 uur en voor VMBO-leerlingen 48 uur. Deze uren werken zij als vrijwilliger bij een instelling of

vereniging. Erfgoed Nederland heeft in december 2008 een intentieverklaring ondertekend met staatssecretaris van onderwijs Van Bijsterveldt waarin aangegeven staat dat Erfgoed Nederland in 2011 2.000 stageplekken wil creëren in en met de erfgoedsector.

Erfgoed Nederland werkt aan een draaiboek voor een goede invulling van een maatschappelijke stage.

Erfgoed Nederland zoekt erfgoedinstellingen en intermediaire organisaties die met maatschappelijke stage aan de slag willen en die willen meewerken aan goed overdraagbare voorbeelden met procesbeschrijving. Met die draaiboeken worden erfgoedinstellingen op laagdrempelige wijze gestimuleerd om met maatschappelijke stages te gaan experimenteren.

Zie verder: www.maatschappelijkestages.nl en www.erfgoednederland.nl. Meer informatie bij Floriëlle Ruepert van Erfgoed Nederland: f.ruepert@erfgoednederland.nl

Vind subsidieregelingen via een zoekmachine

Subsidie Adviesbureau Currency Connect stelt op haar website een gratis zoekmachine voor subsidieregelingen beschikbaar. De ruim 1300 regelingen die er in Nederland zijn, zijn daarin te vinden. Zoeken kan op zoekterm of op thema. De zoekresultaten bieden o.a. informatie over de inhoud van de regeling, de voorwaarden, de financiële bijdrage en de instantie die de subsidieregeling uitvoert. Kijk op www.curcon.nl.

Nieuws uit Vlaanderen

Ontwikkeling van een regionaal depotbeleid

In mei-juni 2009 heeft elke provincie een cultureel-erfgoedconvenant gesloten met de Vlaamse Gemeenschap. Deze mogelijkheid was voorzien in het Cultureel-erfgoed-decreet met als doel te komen tot een complementair beleid.

Basis van het convenant is een provinciaal erfgoedbeleidsplan waarin elke provincie minimaal de verantwoordelijkheid op zich neemt voor cultureel-erfgoedorganisaties met een regionale werking en de uitbouw voorziet van een regionaal depotbeleid. De provincies worden hiervoor financieel ondersteund door de Vlaamse Gemeenschap. De Vlaamse Gemeenschapscommissie (Brussel) heeft als aanvulling op het al lopende cultureel-erfgoedconvenant twee nieuwe opdrachten gekregen: realisatie van een erfgoedforum en de uitbouw van een regionaal depotbeleid. De Vlaamse Gemeenschap verwacht van elke provincie dat zij o.m. een regiefunctie voor depotwerking opneemt. Dat wil zeggen dat de provincie op basis van de noden van het cultureel erfgoed van de cultureel-erfgoedorganisaties en van de lokale besturen een werking opzet.

In de provincie Oost-Vlaanderen is als eerste stap in het depotbeleid een projectmedewerker depot aangeworven. Deze zal gedurende zes maanden o.m. de Oost-Vlaamse sector bevragen en zo de noden en verwachtingen van het ruime cultureel-erfgoedveld in kaart brengen om de gepaste actielijnen op te starten. Ook de provincie Antwerpen start dergelijk onderzoek op om inzicht te krijgen in de noden van de erfgoedactoren op haar grondgebied. Vertrekkend vanuit de conclusies zal het depotbeleid concreet vorm krijgen. Een van de uitgangspunten zal zeker zijn het verbeteren van het depotbeleid in situ bij de erfgoedactoren.

Een breed opgevat onderzoek naar depotbehoeften en een omgevingsanalyse bij de erfgoedactoren in de provincie West-Vlaanderen uitgevoerd in 2008 gaf als voornaamste conclusie aan dat er een netwerkstructuur van regionale depots kan opgericht worden aangevuld met expertisepunten. Dit netwerk zou aangestuurd worden door een duo van depotconsulenten, iemand voor registratie en een ander voor behoud en beheer. In afwachting van een aanwerving van een eerste depotconsulent registratie in de loop van 2010 zijn in de provincie West-Vlaanderen verkennende gesprekken lopende met drie regio's of hoofdpartners (regio Kortrijk, regio zuidelijke Westhoek en regio Brugge) om verder het pad te effenen voor de depotconsulenten en eventueel al pilootprojecten op te starten.

De provincie Limburg start na voorafgaande onderzoeken (2003 en 2005) met het onderbrengen van de eigen depots (Gallo-Romeins Museum en provinciaal kunstbezit) in de Ambiorixkazerne Tongeren. Dit gebouw werd aangekocht door de provincie en kan ook als uitvalsbasis voor een regionaal depotbeleid dienen.

De Vlaamse Gemeenschapscommissie zet in de eerstkomende jaren hoofdzakelijk in op een verbetering van twee functies in de culturele instellingen zelf: registratie en behoud en beheer. Sensibilisering, vorming en experimentele trajecten zullen worden ingezet om deze functies te versterken. Het haalbaarheidsonderzoek naar een regionaal depot wordt in 2010-2011 opgezet om de depotbehoeften te peilen van enkele sleutelinstellingen die belangrijk zijn in het cultureel-erfgoedbeleid van de Vlaamse Gemeenschapscommissie.

Nieuw: museumgidsenopleiding

In 2006 ontwikkelde Toerisme Vlaanderen een vernieuwde opleiding tot gids. Binnen deze opleiding werd de mogelijkheid voorzien voor kandidaat-gidsen om zich te specialiseren tot museumgids. Dit schooljaar 2009-2010 draait het specialisatiejaar museumgids proef bij twee opleidingscentra, CVO Oranjerie te Diest en PCVO Het Perspectief te Gent. Later zullen ook andere opleidingscentra de opleiding aanbieden.

Er is een intensief traject aan de museumgidsenopleiding voorafgegaan, opgezet door het agentschap Kunsten en Erfgoed en verdergezet door FARO i.s.m. de museumconsulenten, docenten van de respectievelijke opleidingscentra en deskundigen uit het veld. De opleiding telt 200 lesuren, stoelt op een zinvolle verhouding theorie – praktijk en bestaat uit drie modules: bestemming museum, specifieke gidsvaardigheden en project museumgids. Bestemming museum bestaat uit de luiken museum en maatschappij, museum en inhoud en museum en publiek. Specifieke gidsvaardigheden handelt over interactief rondleiden algemeen, vraag- gesprekstechnieken, werkvormen en diversiteit. Tot slot moeten de kandidaat-gidsen tijdens het project museumgids een eindwerk in een museum realiseren. Het specialisatiejaar museumgids kan gevolgd worden door ofwel reeds erkende gidsen ofwel kandidaat-gidsen die het basisjaar reeds gevolgd hebben.

Voor meer info kunt u terecht bij CVO De Oranjerie (www.deoranjerie.be), PCVO Het Perspectief (www.pcvo-gent.net), FARO (www.faronet.be) of uw provinciale museumconsulent.

Publicatie 'De steen-, pannen- en tegelbakker. Veldmap'

Gedurende twee jaar liep in de Rupelstreek het project Colibri, een project rond de registratie van het (industriële) erfgoed in de streek. De provincie Antwerpen coördineerde dit project, dat verschillende erfgoedactoren uit de streek verenigde. Een van de resultaten van het project is de publicatie 'De steen-, pannen- en tegelbakker. Veldmap'. Deze Veldmap bevat 39 fiches van werktuigen die bij de niet-industriële productie van baksteen gebruikt werden. Ze is een handig hulpmiddel bij onderzoek en registratie. Auteurs van de Veldmap zijn Paul De Niel, conservator van het Ecomuseum en Archief van de Boomse Baksteen (EMABB, Boom) en Johan David, conservator van het Museum voor de Oudere Technieken (het MOT, Grimbergen). Per werktuig vindt men in de Veldmap een fiche met op de voorkant een lijntekening van het werktuig en op de achterkant de benaming van het werktuig, eventuele synoniemen, vertalingen of andere (dialect)benamingen en een beschrijving. De fiches zijn ook opgenomen in ID-DOC (www.mot.be).

Info over deze publicatie: inge.geysen@admin.provant.be

Museumconsulenten in Vlaanderen

OOST-VLAANDEREN

Anneke Lippens
T (+32) 09 267 72 52
E anneke.lippens@oost-vlaanderen.be
Mieke Van Doorselaer
T (+32) 09 267 72 85
E mieke.van.doorselaer@oost-vlaanderen.be

WEST-VLAANDEREN

Carmen Henckens
T (+32) 050 40 34 44
E carmen.henckens@west-vlaanderen.be

ANTWERPEN

Inge Geysen
T (+32) 032 40 64 29
E inge.geysen@admin.provant.be

LIMBURG

Anne Milkens
T (+32) 011 23 75 80
E amilkens@limburg.be

VLAAMS-BRABANT

Rebecca Schoeters
T (+32) 016 26 76 19
E rebecca.schoeters@vlaamsbrabant.be

VLAAMSE GEMEENSCHAPSCOMMISSIE

Peggy Voesterzoons
T (+32) 02 208 02 94
E peggy.voesterzoons@vgc.be

FARO, VLAAMS STEUNPUNT VOOR CULTUREEL ERFGOED

Leon Smets, consultant behoud en beheer
E leon.smets@faronet.be
Hildegard Van Genechten,
consultant publiekswerking
E hildegard.vangenechten@faronet.be
T (+32) 02 213 10 60

Museumconsulenten in Nederland

GRONINGEN

Roeli Broekhuis
Museumhuis Groningen
T (+31) 050 313 00 52
E r.broekhuis@museumhuisgroningen.nl

FRIESLAND

Mirjam Pragt
Museumfederatie Fryslân
T (+31) 058 213 91 85
E mpragt@museumfederatiefryslan.nl

DRENTHE

Pim Witteveen
Drents Plateau
T (+31) 0592 30 59 34
E p.witteveen@drentsplateau.nl

OVERIJSSSEL

Girbe Buist
Stichting Kunst & Cultuur Overijssel
T (+31) 038 422 50 30
E g.buist@kco.nl

GELDERLAND

Jacobus Trijsburg
Stichting Gelders Erfgoed
T (+31) 0575 51 18 26
E j.trijsburg@gelderserfgoed.nl

FLEVOLAND

André Geurts
Nieuw Land Erfgoed Centrum
T (+31) 0320 260 799
E a.geurts@nieuwlanderfgoed.nl

UTRECHT

Marianne de Rijke
Landschap Erfgoed Utrecht
T (+31) 030 220 55 34
E m.derijke@landschaperfgoedutrecht.nl

NOORD-HOLLAND

Stichting Cultureel Erfgoed
Noord-Holland
T (+31) 023 553 14 98
E info@cultureelerfgoednh.nl

ZUID-HOLLAND

Judith Tegelaers
Stichting Erfgoedhuis Zuid-Holland
T (+31) 015 215 43 50
E tegelaers@erfgoedhuis-zh.nl

ZEELAND

Leo Adriaanse
Stichting Cultureel Erfgoed Zeeland
T (+31) 0118 67 08 70
E lcm.adriaanse@sceez.nl

NOORD-BRABANT

Annette Gaalman
Erfgoed Brabant
T (+31) 073 615 62 62
E annettegaalman@erfgoedbrabant.nl

LIMBURG

Agnes Vugts
Huis voor de Kunsten Limburg
T (+31) 0475 39 92 74
E avugts@hklimburg.nl

Landelijk Contact van Museumconsulenten (LCM)

Secretariaat: Judith Tegelaers
p/a. Erfgoedhuis Zuid-Holland
Oude Delft 116
Postbus 3092, 2601 DB Delft
T (+31) 015 215 43 50
I www.museumconsulenten.nl



Museum Wacht

“Alle specialismen onder één dak”

Restauratie

van alle voorkomende materialen en objecten

Calamiteiten

calamiteitenservice en maken van calamiteitenplannen

Transport

van museale objecten (Nationaal en Internationaal)

Reiniging en desinfectie

van collecties of objecten

Opslag

geklimatiseerd en beveiligd

Advies

mbt. brandbeveiliging en veiligheid

www.museumwacht.nl



"Onze collectieregistratie is goed op orde dankzij Adlib Museum. Daardoor kunnen de andere afdelingen in ons museum de informatie in Adlib ook gebruiken. Presentatie en educatie, conservering en restauratie hebben allemaal toegang tot dezelfde gegevens. Wel zo efficiënt".



adlib

Adlib Information Systems
Postbus 1436, 3600 BK Maarssen
Tel: (+31) (0)346 - 58 68 00
E-mail: sales@adlibsoft.com
Internet: www.adlibsoft.com

Adlib software is al decennia toonaangevend in informatie-, collectie-, kennismanagement en archiefbeheer. Adlib applicaties staan bekend om hun gebruiksgemak, overzichtelijkheid en flexibiliteit. Bel of e-mail voor meer informatie of voor een geheel vrijblijvende demonstratie.

Software voor musea, bibliotheken en archieven.