


Museum *Vakblad voor museummedewerkers in Vlaanderen en Nederland*

39
voorjaar 2013


peil

MUSEUMOPLEIDINGEN
EN CURSUSSEN

LEREN VAN JE PUBLIEK

DOORLEREN EN
ERVARINGEN DELEN

**Het lerende
museum**



Bruynzeel en de inrichting van een depotruimte van het RHC Eindhoven

“In totaal hebben we tien kilometer cultureel erfgoed in beheer: documenten, prenten, schilderijen, films en ander beeldmateriaal.”

Frans van der Zanden - Coördinator beheer
Regionaal Historisch Centrum Eindhoven

Lees het verhaal van Frans op
depotvanfrans.nl

- 04 Annette Gaalman, *Samen leren: LCM-informatieplatform voor musea*
- 06 Arja van Veldhuizen, *Van franje tot core business. Ontwikkeling van museumeducatie in Nederland*
- 08 Rebecca Schoeters, *Maar wat als je hen niet traint en ze blijven? Een interview met conservator Johan David van het Museum voor de Oudere Technieken (MOT)*
- 10 Hanna Pennock, *Veiligheidszorg in musea geprofessionaliseerd – maar zijn we klaar?*
- 12 Ruben Denys, *Museum LAB: doelgericht digitale innovaties genereren voor musea*
- 14 Freek Claessens, *Verleiden, verblijven en verbinden. Retail* als bron van inspiratie voor musea*
- 16 Anouk Schoeters, *Stage bij de tegenvoeters*
- 17 Jacqueline van Leeuwen en Jan Sparreboom, *De belangrijkste opleidingen op het gebied van musea en cultureel erfgoed in Nederland en Vlaanderen*
- 19 Girbe Buist, *Bijscholing via afstandsonderwijs, zelfstudie of websites*
- 20 Caroline Daemen, *Verrijk je zinnen in het museum*
- 20 Lies Ledure, *Leren gidsen van slechtziende bezoekers*
- 21 Caroline Daemen, *Medewerkers op training: een open opleiding of incompanytraining*
- 22 Olaf Peters en Hans Piena, *Ja, duhh, alles natuurlijk!! Kinderkamers van 10-jarigen: wat vinden ze belangrijk en wat mag naar het museum?*
- 25 Liene Conard, *Oud geleerd is jong gedaan. Wat museummedewerkers van jongeren kunnen leren*
- 27 Nannie Wiegman, *Leren van je publiek. Bouwen aan een virtueel museum*
- 28 Jos Steegmans, *Profilering aangescherpt door publieksonderzoek*
- 29 Lieve Loos, *Leertraject Kleuters in het museum. Museum Mayer van den Bergh zet de deuren open voor de kleinsten*
- 30 Jacqueline van Leeuwen, *Leren en innoveren in collega-groepen. Hoe FARO ervaringsdeling binnen de erfgoedsector wil stimuleren*
- 31 Arno Stam, *Doorleren met je collectie*
- 33 Nieuws
- 34 Colofon Museumconsulenten

Woord

Dit nummer van Museumpeil gaat over het lerende museum, niet over het belerende museum, en ook niet over wat en hoe je in musea dingen kunt opsteken. Nee, alleen over de antwoorden op de beperkte vraag van de (aankomende) museummedewerker: ‘wat moet ik weten om mijn werk goed – en beter – te doen?’ Dus treft u artikelen aan over opleidingsmogelijkheden in Nederland en Vlaanderen, over nieuwe initiatieven op dit terrein van het LCM en over methodes waarmee museummedewerkers hun kennis uitbouwen. Dat is niet zelden door leentjebuurt te spelen. Bij elkaar bijvoorbeeld, in zogenaamde LAB-sessies, waar collegiale uitwisseling en het onderwerpen van externe deskundigen op het programma staan, of in gebruikersgroepen. Maar ook in het circuit van cursussen leert de deelnemer vaak net zo veel van de collega als van de docent. Vooral in de sectoren van integrale veiligheidszorg in musea, in tentoonstellingstechniek gericht op specifieke groepen en in educatie en de ontwikkeling van educatieve programma’s zijn er grote stappen voorwaarts gezet, natuurlijk ook

door te leren van fouten of mislukkingen en door te luisteren naar externe deskundigen en gebruikers of publiek. Steeds wijzer worden musea door hun organisatie te versterken met kennis uit andere disciplines en sectoren: ze definiëren nieuwe doelgroepen door verbeterde marketing, ze ontwikkelen kennis van wat kleuters in musea zouden willen doen door pedagogen, ze leren hoe je bezoekers – klanten – kunt binden door methodes uit Retail, marktonderzoek of presentatie en ze leren van hun eigen fouten door ze op te nemen in een vertrouwelijke incidentendatabase. Waarmee maar gezegd is dat kwaliteitsverbetering in musea begint bij het toepassen van de PDCA-cyclus (u weet vast al wat dat is). Musea zijn ook in dit opzicht vensters op de wereld geworden. Wist u trouwens dat de spellingcontrole van Word het woord museumvak niet kent? Met dit nummer hopen we bij te dragen aan een snelle beëindiging van die situatie, ook al is veel van onze museale praktijk kennis samengesteld met kennis van anderen.

Jan Sparreboom

Samen leren: LCM-informatieplatform voor musea



- Annette Gaalman -
adviseur musea Erfgoed
Brabant, voorzitter LCM

Museummensen hebben vaak twee soorten baggage nodig voor hun werk: inhoudelijke betrokkenheid bij de collectie én grip op het museumwerk zelf. Vaker dan in andere sectoren komen medewerkers (als betaalde kracht of als vrijwilliger) het museum binnen met alleen die inhoudelijke rugzak, en worden de kennis en vaardigheden die nodig zijn voor het museumwerk op de werkvloer geleerd. Des te meer behoefte heeft het museumvak dus aan mogelijkheden voor bijscholing en informeel leren. Daarin wil de stichting Landelijk Contact Museumconsulenten (LCM) in de komende jaren op nieuwe manieren voorzien.

TOT NU TOE

De stichting Landelijk Contact van Museumconsulenten (LCM), ook de uitgever van Museumpeil, bestaat al sinds 1984 als netwerk voor uitwisseling en samenwerking van de museumconsulenten in Nederland. Die samenwerking heeft de afgelopen bijna 30 jaar geresulteerd in vele publicaties over het museumwerk, een collectief cursusaanbod en een diversiteit aan projecten, zoals de collectieve aanschaf voor het veld van zuurvrije dozen, zoals het Museumregister, MusIP, de Netwerkaanpak Veiligheidszorg en de vertaling van SPECTRUM. Bij de afsluiting van de beleidsperiode 2009-2012 namen we de tijd om terug te blikken, de veranderingen in de wereld om ons heen te bezien en vervolgens vooral ook om vooruit te kijken.

Er is veel veranderd in de museumwereld de laatste jaren. Cultureel ondernemerschap moet meer eigen inkomsten genereren en verkopen van (deel)collecties lijkt een mogelijkheid om het hoofd boven water te houden. Ook in het netwerk van museumconsulenten is veel veranderd: de provinciale museumconsulentschappen zijn bijna allemaal opgegaan in grotere 'erfgoedhuizen', die een integrale aanpak hebben en vaak geen individueel advies en scholing meer bieden aan musea. Deze ontwikkeling heeft zeker ook goede kanten: na de fase van professionalisering is het nu vooral belangrijk om over de eigen muren te kijken en samen te werken: in digitale ontsluiting, met andere sectoren (b.v. de zorg) en in het bredere perspectief van de rol van erfgoed in economie en ruimte. De keerzijde van dit alles is dat alle zorgvuldig opgebouwde kennis en ervaring m.b.t. het



- Tijdens de opname van de cursusfilm over presenteren: Rik Doornberg en Inge Willems in actie.
Foto Caecilia Thoen -

collectiewerk – zowel in de musea als bij de consulenten – onder grote druk staan en zelfs aan het verdwijnen zijn.

DOELEN VOOR DE KOMENDE JAREN

Het LCM blijft deskundigheidsbevordering voor het museumvak centraal stellen. Advies en scholing m.b.t. alle aspecten van het museumwerk staan voorop. Voor wie? Voor al die museummedewerkers die het museumvak op de werkvloer leren en voor diegenen die zich willen bijscholen en de ontwikkelingen in hun vakgebied volgen. Het LCM



- Still uit de instructiefilm over presentatie.
Foto Inge Willems -

werkt daarin samen met de Reinwardt Academie en andere opleidingen voor het museumvak. Het LCM focust op collecties als het duurzame kapitaal van musea, historische verenigingen en andere instellingen. Het optimaal benutten van deze collecties voor de samenleving: daarin wil het LCM de musea en aanverwante organisaties ondersteunen. En dat betekent: ervoor zorgen dat kennis over het collectiewerk geborgd wordt en zich kan blijven ontwikkelen. In de volle breedte van dat

samenleving, nu en in de toekomst.

LCM-AANBOD

Het Landelijk Contact van Museumconsulenten biedt in Nederland basiscursussen aan op alle deel-terreinen van het museumvak. Deze worden zowel provinciaal als in company aangeboden. Deze cursussen duren twee à drie dagen en worden ondersteund door zowel powerpoint-presentaties als syllabi.

'Het LCM gaat zich verbreden: we gaan het netwerk versterken met al die mensen die inmiddels als zelfstandige voor de musea werken'

werk: van het behoud van collecties tot het gebruik ervan op basisscholen en in zorgcentra. Het LCM gaat zich verbreden: we gaan het netwerk versterken met al die mensen die inmiddels als zelfstandige voor de musea werken, voor wie een platform voor kennisuitwisseling en samenwerking net zo verrijkend is als voor de provinciaal museumconsulent.

Wat gaan de musea hier de komende jaren van merken? Omdat niet meer in elke provincie een museumconsulent beschikbaar is voor individueel advies en scholing, gaan we meer inzetten op kennisborging en –deling via onze website. De eerste stappen zijn gezet met korte instructiefilmpjes over het nummeren van objecten en het inrichten van vitrines, die vanaf september 2013 heel eenvoudig direct toegankelijk zijn op onze website. Zo hopen we op nieuwe manieren bij te dragen aan een zinvolle rol voor collecties in onze

De volgende basiscursussen zijn ontwikkeld: Informatiebeheer, preventieve conservering, musea en publiek, bedrijfsvoering in musea, onderzoek, pr en marketing en vrijwilligersmanagement. Ook organiseert het LCM vervolgcursussen en studiedagen op deze terreinen.

Voor meer informatie zie de website www.museumconsulenten.nl of neem contact op met uw provinciale museumconsulent. ●

Van franje tot core business

Ontwikkeling van museumeducatie in Nederland



- Arja van Veldhuizen -
programmacoördinator
Onderwijs en Collecties &
Verhalen bij Landschap
Erfgoed Utrecht

In tegenstelling tot de andere erfgoedsectoren hebben musea een diep gewortelde educatieve traditie. In 2010 is er zelfs een standaardwerk over verschenen, een mooi en lijvig boek over een eeuw publieksbegeleiding in de Nederlandse musea met de veelzeggende titel ‘Over Passie en Professie’¹. Het woord ‘educatie’ is omzeild, want – zo ontdekten de auteurs – bij de eigen beroepsgroep wekt educatie irritatie. Educatie of publieksbegeleiding wordt opgevat als het formeel en informeel leren van bezoekers in en door het museum. Inmiddels is de vraag of het begrip ‘bezoekers’ niet te beperkt is. Veel musea leren en inspireren 24 uur per dag via de digitale kanalen en lang niet meer alleen op de eigen locatie.

EXPERIMENTEREN

In ‘Over Passie en Professie’ is te lezen dat al sinds het begin van de 20^{ste} eeuw sprake was van educatoren avant la lettre, die pleitten voor het museum als beschavingsinstrument. De eerste pedagogische afdelingen in Nederlandse musea komen op in de jaren ‘50, met name in enkele grote kunstmusea en in het Volkenkundig Museum in Leiden. Bij hen ligt de nadruk op persoonlijkheidsvorming en het ontwikkelen van goede smaak. De belangrijkste doelgroep bestaat uit schoolklassen, met een accent op de leeftijdsgroep 10-12 jaar. In 1967 wordt de Sectie Educatieve Diensten van de Nederlandse Museumvereniging opgericht. Museumeducatie is ‘booming’ en educatieve diensten schieten als paddenstoelen uit de grond. Welzijn is een belangrijk thema en museumeducatie wordt ingezet als emancipatiemiddel. De nieuwe educatieve medewerkers experimenteren met allerlei overdrachts technieken, vaak arbeidsintensief, zoals persoonlijk begeleide programma’s en ateliers. Hun positie in de museumorganisatie houdt nog niet over, maar ‘zolang bezoekers er geen last van hebben’ kunnen ze hun werk doen.

STAP VOOR STAP MEER BETROKKEN

De bezuinigingen in de jaren ‘80 gooien roet in het eten. Publieksaantallen worden van levensbelang, niet publieksdifferentiatie. Veel educatieve diensten gaan op in communicatieafdelingen of gaan ook PR doen. In diverse kunstmusea wordt educatie zelfs afgeschaft. In de niet-kunstmusea openen de bezuinigingen tot nieuwe wegen, die

meer bezoek genereren. Educatoren ontpoppen zich als aanjagers bij het publieksvriendelijker maken van tentoonstellingen. Ze experimenteren met AV-media, sfeerpresentaties en dergelijke, maar ook met evenementen en ander aanbod dat bredere publieksgroepen aantrekt. Vanaf 1989 zijn er heftige discussies in de Sectie Educatieve diensten over naamsverandering. Zou ‘Public Relations’ eraan toegevoegd moeten worden? Pas in 1997 verandert de naam in Sectie Publiek en Presentatie. Deze naamsverandering weerspiegelt de ontwikkeling dat educatoren stap voor stap meer betrokken raken bij tentoonstellingsteams. Het komt steeds minder voor dat zij een kant en klare tentoonstelling nog ‘even’ van een educatief programma of ander publieksgericht sausje moeten voorzien.

BESTAANSRECHT EDUCATIE ONBETWIST

Halverwege de jaren ‘90 komt museumeducatie voor schoolgroepen weer in de gratie. De invoering van allerlei stimuleringsregelingen vanuit de rijksoverheid in het kader van het ‘Cultuur en School’-beleid missen hun uitwerking niet: in musea wordt opvallend actief ingespeeld op de nieuwe vraag naar cultuureducatie vanuit basis- en voortgezet onderwijs. Zo brengt de invoering van het vak CKV (Culturele en Kunstzinnige Vorming) een stroom aan 15- en 16-jarigen naar de musea.² En daarbij zijn musea steeds meer gaan werken vanuit de vraag van of in dialoog met de ‘klant’.

De optelsom van al deze ontwikkelingen heeft een publieksbegeleiding opgeleverd die uniek te noemen is. Het ‘Tendrapport Museumeducatie’³ schetst de situatie in 2007:

- het bestaansrecht van educatie is nu onbetwist;
- educatie en publieksbegeleiding staat weer vaker los van PR/marketing;
- de eerder ingezette scheiding tussen ontwikkelen en uitvoeringstaken is toegenomen;
- ondanks alle nieuwe overdrachtsvormen, blijven rondleidingen en speurtochten nog altijd de meest gebruikte middelen;
- voor het eerst zijn volwassen de belangrijkste doelgroep in museumeducatie.

DIALOOGGERICHT WERKEN

Voor Nederlandse musea zijn dit wellicht herkenbare conclusies, maar in het buitenland zijn de meeste collega’s nog niet betrokken bij tentoonstellingsprocessen en blijven schoolklassen de hoofddoelgroep. Waar in het verleden Nederlandse educatief medewerkers zich werkers in de zijlijn voelden, zitten zij nu in het hart van het museumbedrijf. Zij participeren in tentoonstellingsteams, werken mee aan evenementenprogramma’s, community projecten en toepassingen van nieuwe media, maar nu hebben ze ook invloed op besluitvorming over tentoonstellings- en ander publieksbeleid. Bovendien ‘scoren’ musea weer met hun schoolprogramma’s. De educatoren ontwikkelen de programma’s niet meer op eigen houtje, maar in afstemming met het onderwijs, vanuit de behoeften die daar leven: aansluitend op curriculum en



- Kinderen in Museum Beelden aan Zee in Scheveningen. Foto Liesbeth Tonckens -

kerndoelen, maar ook vanuit praktische haalbaarheid. Net als voor de andere doelgroepen is vraaggericht, of - beter - dialooggericht werken het motto. Als ‘audience advocate’ vertegenwoordigen educatoren de stem van het publiek in hun hele museum. En dat publiek is verbreed van pre-school tot ‘life long learning’, van blinden & slechtzienden en senioren tot ‘museum op schoot’. Dit emancipatieproces heeft één nadeel: de museumeducator moet werkelijk van alle markten thuis zijn en vele ballen in de lucht houden. Hij (of eerder zij) moet een duizendpoot zijn en oppassen dat hij niet bezwijkt onder dit takenpakket.

DUURZAME ONTWIKKELING?

Wie is de ideale museumeducator anno 2013? De generalist die het brede takenpakket overziet? Of zijn toch specialisten nodig op deeltaken? Het vakgebied blijft zich ontwikkelen en dit vraagt om voortdurende (bij-)scholing, zowel van de professionals, als voor het toenemende aantal vrijwilligers dat educatieve taken in musea uitvoert (zie kader). Hoe duurzaam de verworven positie van publieksbegeleiders is, zal nu blijken onder invloed van bezuinigingen. Er lijkt een tendens waarneembaar om taken uit te besteden aan freelancers. Dat kan een voordeel zijn omdat je dan mensen kunt vragen die gespecialiseerd zijn op de betreffende taak. Maar het zou eeuwig zonde zijn als educatie zo ‘geoutsourcet’ raakt, dat de ‘audience advocate’ weer uit het hart van het museumbedrijf verdwijnt. ●

Volstond eerst een ‘willekeurige’ medewerker van het museum om schoolgroepen te begeleiden, nu wordt er meer verwacht. Begeleiders moeten zich onder andere kunnen inleven en moeten affectie hebben met de doelgroep (jeugd). Alleen een verhaal vertellen is niet meer voldoende. Het Liemers Museum biedt handvatten voor de begeleiders vanuit educatie, in de vorm van workshops en de training: ‘Van Rondleiden naar Begeleiden’, ontwikkeld door Edu-Art. Dit kan soms betekenen dat medewerkers afhaken voor de groep educatie, maar keerzijde is dat er een enthousiaste, gemotiveerde en professionele groep ontstaat om de juiste aansluiting bij de doelgroep te vinden.⁴

¹ Melissa de Vreede (red): ‘Van Passie tot professie’, Uitgave Cultuurnetwerk Nederland i.s.m. Erfgoed Nederland, 2010. Te bestellen via: http://www.cultuurnetwerk.nl/producten_en_diensten/publicaties (zoeken op de titel). U kunt ook een samenvatting downloaden.

² Culturele en Kunstzinnige Vorming is sindsdien verplicht voor alle leerlingen (of KCV – Klassieke Culturele Vorming voor gymnasiasten)

³ ‘Museumeducatie in de praktijk; Tendrapport museumeducatie 2007’, uitgave Cultuurnetwerk Nederland, 2008. Ook te bestellen via de weblink hierboven. Het is op zich al uniek dat in Nederland voor de vierde keer een dergelijk Tendrapport is verschenen, na eerdere versies in 1980, 1989 en 1996.

⁴ Met dank aan Karin Degen van het Liemers Museum

Maar wat als je hen niet traint en ze blijven?

Een interview met conservator Johan David van het Museum voor de Oudere Technieken (MOT)



- Rebecca Schoeters -
Museumconsulent provincie
Vlaams-Brabant

Hoe heb jij het vak indertijd geleerd?

‘Als classicus van opleiding was ik niet echt beslagen in de geschiedenis van de technieken, museologie of management in het algemeen. Ik heb het vak’ on the job’ onder de knie gekregen, een leerproces dat eigenlijk nooit beëindigd is.

In mijn beginperiode was er nagenoeg geen vormingsaanbod. Wel heb ik veel gehad aan de commissie ‘kleine musea’ (de latere commissie ‘Museumwerking’) die binnen de schoot van de Vlaamse Museumvereniging (VMV, nu ICOM-Vlaanderen) werd opgericht.

Ik ontmoette er een 15 museummensen met een gelijkaardig profiel: plusminus dezelfde leeftijd, aan het hoofd van een klein museum, en met dezelfde besognes inzake museumwerking. Inhoudelijk was men met uiteenlopende collecties bezig, maar voor behoud- en beheerszaken of beleidsmatige kwesties kon men toch te rade gaan bij elkaar. De commissiesamenkomsten waren goed gestructureerd, maar toch informeel. Zo kwamen de leden op regelmatige basis bijeen, telkens in een ander museum, en onderhielden ze ook tussendoor spontaan contact. Als secretaris van de commissie ben ik misschien bevooroordeeld, maar deze commissie werkte heel goed. Jammer genoeg stierf de commissie een stille dood toen de VMV in een moeilijk financieel vaarwater was terechtgekomen.’

Een gemis voor wie conservator wil leren zijn? Kan je dit wel leren of is het een eigenschap die je hebt of niet? Wat maakt iemand tot een goede conservator?

‘Moeilijke vragen. Conservator ben je zeker niet zomaar, het kost moeite om een goede conservator te zijn. Wat iemand tot een goede conservator maakt is moeilijk te zeggen. Het hangt er in grote mate van af welke opvatting je hanteert over een

Johan David kreeg in 1980 het beheer over de prille kerncollectie van het huidige Museum voor de Oudere Technieken (MOT) in Grimbergen. Terwijl de collectie stelselmatig aangroeide en het museum uitgroeide tot een regionaal ingedeeld museum, groeide ook Johan in zijn rol als conservator. Aan de vooravond van zijn welverdiend pensioen spraken we met hem over zijn eigen leertraject, de noden en evoluties in vorming voor museummedewerkers en over zijn visie op leren in het museum.

museum. Voor mij is een museum een kenniscentrum en is het dus van belang dat je als conservator ervoor zorgt dat er veel kennis aanwezig is in het museum. Uiteraard kan je als conservator niet alles weten en doen, maar je moet toch een zekere graad aan inhoud hebben én deze willen en kunnen doorgeven. Maar dit is gesproken als conservator van een relatief klein museum. Conservator zijn in een grote of kleine instelling is niet automatisch hetzelfde. Zo zal je in een grote instelling toch meer manager zijn en minder met de inhoud bezig zijn dan in een kleinere instelling. Maar zelfs in een kleinere instelling wordt je als conservator geconfronteerd met personeelsbeleid, PR en lobbyen. Naast inhoudelijke interesse zijn er dus een aantal management-gerelateerde zaken die je nu eenmaal moet beheersen om de job te kunnen uitvoeren. Hierin heb ik me altijd graag verdiept. Maar ik moet toegeven dat lobbyen, wat steeds meer een essentieel onderdeel is van de

‘Je moet toch een zekere graad aan inhoud hebben én deze willen en kunnen doorgeven’

taak van een conservator, nooit mijn sterkste punt is geworden (lacht).

De ervaring heeft mij trouwens geleerd dat politiek en wetenschappers in grote mate op een andere manier denken en dat botst wel eens. Als conservator moet je dikwijls op je strepen gaan staan, wat voldoende kennis, inzicht en visie vraagt. Maar dit geldt ook voor de museummedewerkers. Ik vind het daarom belangrijk dat een conservator zijn medewerkers laat bijscholen zodat ze zelfstandig genoeg zijn: voldoende op de hoogte zijn van hun

materie zodat ze sterk genoeg zijn om zich te verdedigen tegen bijvoorbeeld politici.’

Hoe ga jij om met vorming in het museum?

‘Ik ben van mening dat het museum een kenniscentrum moet zijn, en dus wordt er in het MOT veel aandacht besteed aan de vorming van de museummedewerkers. Een museum staat of valt met de kwaliteit van zijn personeel. Dat betekent enerzijds dat je bij de selectie van medewerkers een door-dachte keuze moet maken, maar anderzijds ook dat je jouw medewerkers achteraf goed moet opleiden. Hierbij is bereidheid tot bijleren uiteraard een conditio sine qua non.

In een museum als het MOT, met een heel gespecialiseerd onderwerp, is bijscholing een must. Het voordeel van onze thematiek is dat het relatief onbekend is, iets nieuws is voor de meeste mensen - zowel bezoekers als nieuwe medewerkers - en dus de nieuwsgierigheid bijna automatisch geprik-

keld wordt. Maar keerzijde van de medaille is dat er ook geen aangepast, of zelfs generiek vormingsaanbod is voor deze thematiek. Bijscholing van de medewerkers is dus een must.

Maar bijscholing moet rendabel zijn. Daarom is in het MOT een vormingsbeleid uitgewerkt, neergeschreven in een reglement voor bijscholing dat we al sinds jaar en dag hanteren. Kort gezegd komt het er op neer dat iedereen - zowel de 15 medewerkers als de vrijwilligers - de mogelijkheid heeft, ja zelfs verplicht is om bijscholing te volgen. Onder



- Johan David voor zijn museum. Foto MOT. -

Jouw visie op het onderwijsaanbod is duidelijk, maar hoe sta je tegenover het externe vormingsaanbod dat door steunpunten, consulenten en dergelijke wordt georganiseerd?

‘Het museologisch vormingsaanbod is sinds mijn beginjaren veel groter en ruimer geworden. Maar ik ervaar toch een discrepantie tussen theorie en praktijk: te vaak wordt uitgegaan van een ideale praktijk, die te weinig aangepast is aan de dagelijkse praktijk en noden in een museum. Zo zou er, zoals bij registratie, kunnen gewerkt worden met minimale versus uitgebreide vereisten en de mogelijkheid voorzien worden om standaarden aan te passen aan de noden en mogelijkheden van het eigen museum.

Maar tot deze vertaalslag gemaakt is, gebeurt in het MOT de bijscholing dus hoofdzakelijk intern, veelal door mensen van het museum. Sowieso vind ik het belangrijk om de dingen in eigen handen te houden. Bijvoorbeeld voor het concept en de uitvoering van tentoonstellingen zullen we niet vlug beroep doen op externen. We ontwikkelen en bouwen dit in eigen huis en doen zo ervaring

‘What if you train them and they leave? What if you don't train them and they stay?’

Het merendeel van de vorming werken we intern uit, zodat ze echt aangepast is aan de noden van het museum en de personeelsleden. Het kan gaan om een incompanytraining met een extern expert. Of ikzelf of een museummedewerker geven een bijscholing aan de collega's. Vaak worden er ook museumbezoeken en practica georganiseerd. Belangrijk hierbij is de interactie: bij plaatsbezoeken reflecteren op de mogelijke toepassingen in het eigen museum; er is een evaluatie tijdens de rit huiswaarts, nabesprekingen in het museum.

Een museum is in mijn ogen dus een kenniscentrum en het museum wordt door velen ook beschouwd als de referentie. Daarom vind ik het belangrijk dat medewerkers ook de wetenschappelijke studies bekijken, vakliteratuur lezen en bovenal kritisch zijn. We besteden dan ook veel aandacht aan de verdere uitbouw van onze al uitgebreide museumbibliotheek. Practica over het leren gebruiken en hanteren van voorwerpen, het ervaren ervan, zijn hierop een aanvulling. Ik vind dat dit alles, evenals bronnenkritiek, beter zou opgenomen worden in het curriculum van studenten. Ik merk dat er algemeen steeds minder aandacht is voor de geschiedenis van de technieken, ook in het onderwijs. Daar ligt nog een taak voor het MOT.’

en kennis op over deze materie. Er wordt dus veel geïnvesteerd in de competenties van de museummedewerkers en het in huis halen van kennis en vaardigheden.’

Maar kan je die kennis ook in huis houden? Hoe ga je als conservator om met het risico dat je medewerkers op een dag toch vertrekken en alle opgedane kennis en vaardigheden met zich meenemen?

‘Ik weet niet wie hij is, maar een zekere Peter Russian zei eens: ‘What if you train them and they leave? What if you don't train them and they stay?’ Dat is mijn uitgangspunt.’

Alles in beschouwing genomen wordt er eigenlijk van uitgegaan dat alles – kennis, vaardigheden, attitude – kan aangeleerd worden. Maar is dat wel zo?

‘Volgens mij leer je om het even wat als je maar voldoende geïnteresseerd bent. Nieuwsgierigheid is dus belangrijk, de wil om te leren evenzeer. Maar ik geef wel toe dat het gemakkelijker is om bij te scholen naarmate iemands achtergrond ruimer is. Iedereen moet voor een deel bijleren, maar ook zijn talenten benutten. Een afgestudeerde leerkracht zal wellicht beter kunnen communiceren

met kinderen in het bijzonder of algemeen op het niveau van het publiek dan een afgestudeerd historicus. Hoewel men niet mag veralgemenen, want soms is iemand zonder een pedagogische achtergrond even goed of zelfs beter. Ervaring en inlevingsvermogen spelen evenzeer een rol.’

Wat is het belangrijkste dat je zelf hebt geleerd tijdens jouw carrière?

‘De woorden nieuwsgierigheid en interesse zijn al meerdere keren gevallen. Eén van de belangrijkste lessen die ik in al die jaren geleerd heb is dat het boeiend moet zijn en blijven, voor jezelf, de medewerkers en de bezoekers. Een museum is een prikkelende omgeving voor al wie enigszins nieuwsgierig ingesteld is. Een museum moet deze nieuwsgierigheid kunnen activeren. Deze prikkels zal ik ook het meeste missen tijdens mijn pensioen. In mijn loopbaan heb ik veel geleerd van de collega's binnen en buiten het museum. De dynamiek die er ontstaat wanneer mensen gelijke interessesferen hebben vind ik heel bijzonder en ik vermoed dat er na mijn pensioen hoe dan ook toch minder gelegenheid is om kennis en meningen uit te wisselen.’

Nu we het toch hebben over jouw pensioen, hoe bereid jij de overgang in het museum voor? Heb je tips voor collega-conservators?

‘Ik zou collega-conservators de tip willen geven zo snel mogelijk werk te maken van het overdragen van kennis en inzichten aan de medewerkers en eventuele opvolger. Het is immers een wetmatigheid dat er altijd iets kan (en zal) tussenkomen. Enerzijds is het belangrijk om voor het vertrek het beleid en de organisatie te evalueren en eventueel nog bij te sturen in functie van de opvolging. Anderzijds is er het aspect kennisoverdracht.

Maar vorming en bijscholing van medewerkers zijn hier al een onderdeel van. Kennisoverdracht is immers een continu proces dat niet pas start enkele jaren of maanden voor het vertrek. Zelf heb ik het geluk gehad goede mensen te kunnen aanwerven, die op korte tijd kunnen en willen doorstromen en al doende concrete en relevante kennis en ervaring hebben opgedaan. Dit is natuurlijk ook gelinkt aan de omvang van de instelling: in het MOT werkt men met een kleine ploeg die heel flexibel moet zijn en op alle vlakken wordt ingezet en zich door de praktijk permanent bijschoolt in de museumwerking. Een museum is afhankelijk van de kwaliteit van zijn mensen en bijscholing speelt hierin een essentiële rol.’

Ik wens je een deugddoend en vooral prikkelend pensioen toe. ●

Veiligheidszorg in musea geprofessionaliseerd – maar zijn we klaar?



- Hanna Pennock -
Programmaleider Veilig
Erfgoed, Rijksdienst voor
het Cultureel Erfgoed

Een van de oudste publicaties over preventie dateert van 1956. Het is een verslag van de Museumdag, georganiseerd door de Vereniging van directeurs van Nederlandse musea, en is getiteld *De brandveiligheidszorg in musea*. Voor het erfgoed hadden we tot in de jaren negentig nog de Cultuurbescherming in Bijzondere Omstandigheden. Vrijwillige inspecteurs cultuurbescherming (veelal architecten) adviseerden de musea, aangestuurd vanuit het ministerie. Na de brochure uit 1956 is lange tijd niets verschenen en ondernomen. Pas weer in 1974 schreef G. Schröder een vrij uitgebreide handleiding getiteld *Museumbeveiliging*. Veiligheid van musea werd inmiddels erkend als een apart vak. In 1991 bracht de Nederlandse Museumvereniging een herziene uitgave uit van de handleiding van Schröder. In die jaren, de jaren negentig, kwam een kleine stroom aan publicaties op gang.

DELTAPLAN

Voor een deel hing dat samen met het Deltaplan voor het Cultuurbehoud. Dit is ongetwijfeld de grootste stap naar de veiligheid van collecties geweest. Het Deltaplan was ontstaan na een vernietigend rapport over het beheer en behoud in de rijksmusea dat de Algemene Rekenkamer in 1988 publiceerde. Het behoud van de collecties werd bedreigd door onvoldoende registratie, grote achterstanden in conservering en restauratie en gebreken in de huisvesting. Het werd een politieke kwestie; de toenmalige minister besloot tot verzelfstandiging van de rijksmusea en maatregelen om beheer en behoud van de collecties op orde te brengen. Het Deltaplan duurde van 1991 tot 2000. Van overheidswege werd er 150 miljoen euro aan besteed.

STROOMVERSNELLING

Een flink aantal incidenten en calamiteiten in de

In het afgelopen decennium is er veel aandacht geweest voor veiligheidszorg in musea en andere collectiebeherende instellingen. De aandacht voor de bescherming van collecties tegen incidenten en calamiteiten als diefstal, vandalisme, brand en wateroverlast is natuurlijk niet nieuw. Al eind 19de eeuw moesten de rijksmusea hun brandreglementen op schrift stellen en de Nachtwacht bijvoorbeeld werd in de Tweede Wereldoorlog, opgerold en wel, veilig opgeborgen in een bunker in de duinen.

jaren tachtig en negentig heeft zeker ook bijgedragen aan de groeiende belangstelling voor risicobeheer. Daarnaast werden bij kunstdiefstallen tijdens en na de Deltaplanperiode vele objecten ontvreemd waarvan er diverse nog niet zijn teruggevonden. Dergelijke incidenten waren aanleiding tot verschillende onderzoeken van overheidswege naar de veiligheidszorg in musea. Zo rapporteerde de Inspectie Cultuurbezit in 2000 over het risicobeheer in de zelfstandige rijksmusea. Calamiteitenplanning voor de collectie was toen nog vrijwel onontgonnen terrein. Twee inbraken in 2002, in het Van Gogh Museum en het Museum, leidden tot onderzoeken naar de weerbaarheid van de buitenschil van musea. Dit alles mondde uit in nieuw beleid, aangekondigd in de *Veiligheidsbrief voor collecties* van 2005¹.

Tal van maatregelen zijn sindsdien getroffen: ruime subsidies voor organisatorische, bouwkundige en elektronische preventieve maatregelen voor de zelfstandige rijksmusea; subsidie van het Mondriaan Fonds voor een risicoanalyse in de overige musea en in kerken (nog tot eind 2013); de oprichting van preventienetwerken; de bouw van de incidentenregistratie DICE; en de oprichting in 2008 van een Kenniscentrum Veiligheid dat in 2010 structureel werd ondergebracht als Veilig Erfgoed in de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed.

GEPROFESSIONALISEERD

Het beroep is geprofessionaliseerd. Suppoosten die in de 19e eeuw nog voorzien waren van een stofdoek en plumeau, (zie afbeelding) zijn nu gediplomeerde beveiligingsmedewerkers, en HBO-geschoolde facilitair medewerkers zijn in de plaats gekomen van de hoofden Technische Dienst. Beveiliging en veiligheidszorg hebben een plaats hoog in de organisatie gekregen. Ook de technische ontwikkelingen hebben een vlucht genomen: RFID (Radio Frequency Identification),

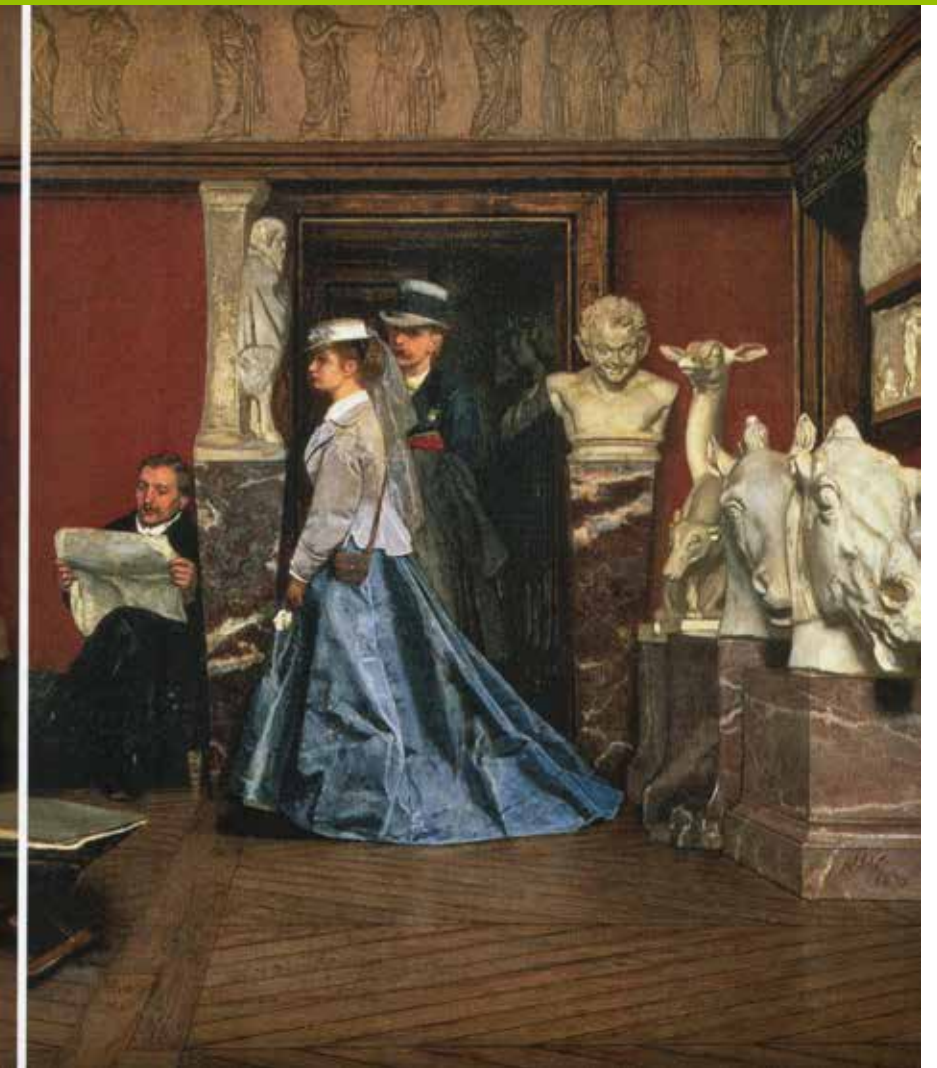
irisherkenning, smart cards en intelligente camera's, sprinklers en watermist.

En toch. Ondanks alle professionalisering lijkt diefstal uit musea niet afgenomen te zijn. Sinds 1988 tel ik op het internet al zeker 58 diefstallen en inbraken in musea, van Ajax Museum tot Zaans Museum, van Van Gogh Museum tot Kunsthall. 34 daarvan vonden plaats in de jaren 2009 tot nu. En dat zijn de diefstallen die het nieuws gehaald hebben. Zulke getallen vragen om analyse, maar wat is de context? Waren er nog meer vermissingen en diefstallen? Het is speculeren wat de oorzaken zijn. Verruwing van de maatschappij en open grenzen spelen misschien een rol. Of zijn waardevolle zaken in andere branches beter beveiligd en wijkt men uit naar 'zwakkere' organisaties als musea? Zijn musea zich onvoldoende bewust van de marktwaarde van hun objecten en van de waarde van de materialen waaruit ze samengesteld zijn?

KENNISDELING EN INCIDENTENREGISTRATIE DICE

Op verschillende fronten is, ondanks alles wat verbeterd is, nog winst te behalen. Ik noem er twee. Allereerst door middel van kennisdeling en constante aandacht voor alle aspecten van veiligheid. Vanuit de Rijksdienst zetten wij hier vol op in. Maar ook bij de musea zit veel kennis en ervaring. Een belangrijke manier om beter te weten wat er mis gaat is het vastleggen van incidenten en bijna-incidenten. Dit is – naast onder meer een risicoanalyse – inmiddels ook een verplichting voor het Museumregister.

Door een registratie bij te houden, krijgt het museum grip op incidenten – niet alleen diefstal, brand en vandalisme, maar ook de kleinere ongelukjes waarbij een object beschadigd raakt. Als je informatie verzamelt over de oorzaak, toedracht, schade, maar ook over welke preventieve maatregelen goed gewerkt hebben waardoor de schade



- August Allebé, Linker gedeelte: Een oude vriend (1870). Mesdag Collectie Den Haag. Rechter gedeelte: Museumbezoek, Stedelijk Museum Amsterdam -

beperkt bleef, kun je met die gegevens het risico-beheer op een hoger peil brengen. De Rijksdienst heeft hiervoor dit jaar de nieuwe Database Incidenten Cultureel Erfgoed (DICE) gelanceerd. Deze staat vrij ter beschikking voor alle collectiebeherende organisaties.

De Rijksdienst maakt deze waardevolle informatie openbaar, anoniem, in cijfers en tabellen. Naarmate de database meer informatie bevat, zijn betrouwbare uitspraken mogelijk over risico's, oorzaken, shades en kosten van incidenten. Daarnaast kunnen er ook conclusies getrokken worden over bijvoorbeeld de tijdsinvestering en het effect van preventieve maatregelen. Collectiebeheerders kunnen deze bevindingen gebruiken bij hun risicoanalyse en beveiliging, en het erfgoed daardoor beter beschermen. De gegevens worden ook gebruikt om partijen als de politie, de brandweer, gemeenteambtenaren en veiligheidsregio's bewust te maken van risico's voor het cultureel erfgoed.

VOLWASSEN MAAR NOOIT TE OUD OM TE LEREN

De veiligheidszorg in de musea is volwassen, maar ontwikkelingen buiten het museum vragen om waakzaamheid. Ook bij interne veranderingen en bij elke nieuwe tentoonstelling moet het museum opnieuw een risicoanalyse maken. Veiligheidszorg is en blijft een continu proces. ●

www.veilig-erfgoed.nl

MET DE NEUS OP DE FEITEN

René van Es is hoofd bedrijfsbeveiliging van het Rijksmuseum van Oudheden in Leiden. We spraken met hem over de voordelen van Digitale Incidentenregistratie Cultureel Erfgoed (DICE). Zijn museum is, na aanvankelijk met een eigen registratiesysteem van incidenten te zijn gestart, als een van de eersten begonnen met de registratie in DICE. 'Het is een prachtig systeem', zegt hij, 'en het drukt je direct met de neus op de feiten. Jaarlijks komen er analyses van de Rijksdienst Cultureel Erfgoed (RCE), niet alleen van onze eigen gegevens, maar ook van de geanonimiseerde uitkomsten op basis van alle ingevoerde incidenten. Zolang die anonimiteit gegarandeerd blijft, werken wij graag met DICE. Niet alleen wij, maar ook de andere deelnemende instellingen kunnen zo van de verzamelde gegevens profiteren'. Van Es benadrukt dat gebruik van DICE je veel alerter maakt. 'Bijvoorbeeld bij de risicoanalyses voorafgaand aan tentoonstellingen, die in het RMO samen met het hoofd collecties, de afdeling restauratoren en het hoofd beveiliging worden uitgevoerd. En na een incident of calamiteit zijn deze afdelingen ook betrokken bij het vastleggen en het beschrijven en documenteren van het incident. Daarna volgt natuurlijk de evaluatie, waarbij de vraag centraal staat welke stappen we moeten nemen. Voorbeeld? In een tentoonstelling lag een tapijt, waarover een mevrouw gestruikeld was. We hebben het direct verwijderd. Door regelmatig en alert te registreren wordt je bijvoorbeeld ook nadrukkelijk gewezen op steeds terugkomende storingen in het klimaatbeheersingssysteem. Door regelmatig met DICE bezig te zijn vallen deze incidenten meer op en neem je eerder maatregelen.' Op de vraag waarom nog maar weinig musea gebruik maken van DICE, suggereert Van Es dat de voordelen misschien nog niet onder grote groepen musea bekend zijn. 'Daarnaast vraagt het weliswaar tijd en discipline', stelt hij, 'maar DICE maakt je scherper en je neemt sneller stappen om herhaling te voorkomen'.

Jan Sparreboom

¹ <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-29314-12.html>

Museum LAB: doelgericht digitale innovaties genereren voor musea

Hoe kunnen we innovatieve digitale toepassingen succesvol implementeren in musea, collecties en tentoonstellingen?



- Ruben Denys -
Medeoprichter van
communicatiebureau
Brandberries

De digitale revolutie is genadeloos. Ook musea en galerieën groeien mee met evoluties in het digitale medialandschap. De snel rijzende digitale media zorgen dat gebruikerservaringen sterk veranderen in musea, galerieën, bibliotheken en archieven. Nieuwe relaties ontstaan tussen publiek en curatoren waardoor nieuwe vormen van toegang tot collecties mogelijk worden. Zo zijn er virtuele collecties, augmented reality in musea en de mogelijkheid om 'verborgen schatten' te onthullen bij tentoonstellingen. Hebben we genoeg expertise om deze technologieën optimaal te activeren in de museumsector?

Hoe kunnen we onze ideeën succesvol realiseren door middel van innovatieve digitale toepassingen? Wanneer we curatoren samenbrengen met experts uit de digitale sector in creatieve LABS, vindt een leerrijke uitwisseling van kennis en ideeën plaats. De expertise en creativiteit van curatoren wordt aangevuld met die van software- en gameontwikkelaars waardoor digitale concepten voor musea en collecties concreet vorm kunnen krijgen.

WAT ZIJN LABS?

Een LAB is een sessie van één of meerdere dagen waarbij experts en vakmensen uit verschillende sectoren worden samengebracht op één locatie. De diversiteit in kennis en aanpak tijdens de LABS zorgt ervoor dat heel wat creatieve en bruikbare ideeën kunnen ontstaan voor digitale toepassingen. De LABS gaan samen met verschillende inspirerende sprekers die de zin om te innoveren aanwakkeren, de expertise van de deelnemers aan elkaar overdragen en een licht werpen op nieuwe inzichten. De deelnemers brainstormen in kleine groepen aan de hand van bepaalde brainstormtechnieken. Concepten met potentieel worden een concreet project dat verder wordt uitgewerkt tot een digitale toepassing.

MUSEUM LAB

Samen met enkele partnerorganisaties zoals FARO (BE), KTN Creative Industries (UK) en the Science & Innovation Network UK, organiseerde iDROPS (BE) het eerste Museum LAB van 17 tot 19 september 2012 in Moortsele. Dit was een creatief LAB met de focus op het genereren van ideeën. De mogelijkheden van digitale tools werden verkend om zo unieke gebruikerservaringen te creëren in musea, zowel online als op de locatie zelf. Vijfentwintig curatoren, software, publieksmedewerkers en ontwikkelaars gingen op zoek naar nieuwe manieren

om de toegang tot collecties te verbeteren aan de hand van digitale tools. Drie dagen lang werd er samen met experts doelgericht gebrainstormd over innovatieve digitale toepassingen die de gebruikerservaring in musea kunnen veranderen. Via verschillende presentaties, brainstormsessies en workshops werd nagedacht over de specifieke uitdagingen voor de sector, met vragen als: 'Wat

'Je bent omringd door mensen met veel ervaring die je fantastische tips kunnen geven.'

zijn de huidige en toekomstige technologieën? Wanneer en hoe kunnen apps of games gebruikt worden? Wat kunnen we doen met user generated content? Kunnen we gebruikers centraal plaatsen in het ontwikkelingsproces?

TECHNOLOGIE ALS MIDDEL

Enkele sprekers braken het ijs en gaven deelnemers de tools en kennis om op een efficiënte manier tot toepassingen te komen die het potentieel hebben om succesvol te worden in musea. Verder werd een aantal relevante case studies bekeken die inspirerend waren voor de workflow tijdens de LABS. In het London Science Museum was er een ontwikkelings-LAB van 30 januari tot 1 februari 2013. Drie dagen lang werden de projecten uit het eerste creatieve LAB verder uitgewerkt. Dertien innovatieve projecten waren voer voor digitale innovaties in de museumsector. Deelnemers kregen het inzicht dat een app geen doel is, maar een middel: 'Het gaat niet over de technologie zelf, maar over hoe bepaalde technologieën uw doel al dan niet kunnen verwezenlijken.'

TIENSTAPPENPLAN OM TOT DIGITALE INNOVATIES TE KOMEN

Aan de hand van een 10-stappenplan zoeken deelnemers uit hoe ze digitale tools efficiënt kunnen implementeren in hun project. Dit stappenplan kan een handig hulpmiddel zijn voor de realisatie van jouw project.

1 De context van de briefing verkennen

Wat is de achtergrond en motivatie van je doel? Wie bezoekt momenteel je museum? Zijn het deze mensen van wie je wilt dat ze de nieuwe toepassing gebruiken? Weet je hoe vaak de doelgroep je museum bezoekt, hoe, wanneer, met wat en waarom? Wie zijn je stakeholders en wat zijn hun behoeften? (Maak een stakeholdersmapping).

2 De projectdoelstelling verduidelijken en bevestigen

Wat is de behoefte en kan die duidelijk gedefinieerd worden? Komt de behoefte overeen met die van je stakeholders? Is ze haalbaar, zo ja hoe weet je dat? Zijn je doelstellingen SMART (specifiek, meetbaar, aanvaardbaar, realistisch en tijdsgebonden) zonder de artistieke vrijheid en innovatie in te perken?

3 Weet wat je moet weten

Welke zaken zijn belangrijk om je project de kans te geven om te slagen? Welk inzicht kan een oplossing bieden voor je project? Hoe kan je je project in parameters omschrijven?

4 Inzicht verwerven

Kan je de antwoorden bieden op de 'weet wat je moet weten'-vragen? Waar moet je gaan om dat inzicht te verzamelen? Welke tests kun je uitvoeren? Breng het gedrag van je doelgroep in kaart.

5 Inzicht structureren

Denk na over wat je kunt doen met de inzichten. Pas het SWOT- en TOWS-model toe op de inzichten en zet het om in een strategie.

6 Ideeën ontwikkelen

Welke creatieve tools kun je gebruiken om je strategie om te zetten naar een concept?

7 Ideeën filteren

Welke ideeën gaan we gebruiken?

8 Een oplossing ontwikkelen

Hoe kunnen we verder bouwen op de geselecteerde ideeën? Hoe kunnen we het idee concreter maken? Visualiseer het concept door het in kaart te brengen op tafel. Zo kun je de flow en connecties beter bestuderen en bepaalde inconsistenties beter bestuderen.

9 Evaluatie

Hoe kunnen we de ontwikkelde ideeën evalueren?

10 Handover materiaal maken voor een pitch

Hoe kunnen we onze concepten goed overbrengen in een presentatie? Op welke aspecten moeten we focussen bij de voorstelling van het project? Hoe kunnen de voordelen worden voorgesteld en niet de features of functies? Bereid een pitch voor naar een specifiek publiek. Kies heel specifiek wat je wel en niet gaat voorstellen.

PITCH

Op het einde van het LAB sturen deelnemers hun concept bij en krijgen ze verschillende tools aangeleerd om zo hun project naar een hoger niveau te tillen. De verschillende projecten worden voorgesteld aan de andere groepen. De focus hierbij ligt op het presenteren van de projectideeën buiten de context van het LAB. Ideegeneratie en ontwikkeling ervan is één stuk, realisatie en implementatie hiervan binnen de eigen organisatie een ander. Hierbij worden de deelnemers voorbereid op het uitwerken van het projectvoorstel op maat van de noden en mogelijkheden van de eigen organisatie. Deze vorm van co-creatieve samenwerking biedt voordelen: informeel leren, expertises en ervaringen delen. Daarnaast zijn LABS een co-productie-nale vorm van ontwikkeling. Gezien de museumsector haar bron van inkomsten vaak terugvindt in overheidgerelateerde of gesubsidieerde contexten, waar de middelen eerder beperkt en vastgelegd zijn, wordt gekeken naar nieuwe financieringsmodellen door samen projecten uit te werken. Na de Museum LABS heeft iDROPS reeds plannen voor een vervolgtraject. Verder organiseert iDROPS deze LABS in diverse thema's zoals Digital Fashion, Book LABS, Kids LAB en Sociaal Innovatie LAB. ●

Meer informatie over innovatieve LABS?
Contacteer iDROPS: info@idrops.be



- MuseumLAB in het Science Museum in Londen -

Verleiden, verblijven en verbinden

Retail* als bron van inspiratie voor musea



- **Freek Claessens** -
architect/partner Claessens
Erdmann
expert Cultuur-Ondernemen

Zeker nu de druk op de financiële middelen binnen musea groter wordt, is het goed gebruik te maken van ideeën en ervaringen in omgevingen waar alles gericht is op een positieve beïnvloeding van de consument. Musea kunnen leren van principes uit de detailhandel en de verleidingstechnieken die daar worden gebruikt: verleidende en verrassende presentaties, aangename ontmoetingsplaatsen met aantrekkelijke horeca.

Omdat de kunst van het verleiden binnen retail ver ontwikkeld is, is dat aanleiding om te bezien wat als inspiratiebron kan worden beschouwd voor musea. Musea hoeven zich daarbij niet geheel te richten op alle wetten van consumptie, maar er valt veel te leren in een tijd waarin zichtbaarheid, presentatie, inspiratie en bezieling cruciaal zijn.

‘RETAIL IS A TOTAL BRAND EXPERIENCE PERFECTLY EXECUTED’

Een perfect uitgevoerde merkervaring, gericht op de beleavingswereld van de bezoekers. Retaildesign gaat er van uit dat het gedrag van mensen te beïnvloeden is d.m.v. een welbewust ontworpen omgeving. De middelen daarvoor zijn veelzijdig: van zorgvuldig ontworpen identiteit tot gebouw en interieur, van display tot communicatie en verpakking. Deze worden ingezet op zowel functionaliteit als esthetica en atmosfeer. Met als doel efficiënt en effectief te zijn bij het aansporen tot klantactiviteiten en in de communicatie over merkwaarden. Vier eigenschappen bepalen of retail goed is: een omgeving moet toegankelijk en leesbaar zijn, het moet uitnodigend en aantrekkelijk zijn, mensen moeten zich aangetrokken voelen tot de mix van aanbod en activiteiten, omgeving en mensen moeten trots en betrokkenheid uitstralen. Onderscheidend vermogen dat bepaald wordt door aanbod (wat doe je), organisatie (wie ben je), visie (waarom doe je dit) en wijze waarop je tot de verbeelding spreekt. Met andere woorden: wil je je impact vergroten, dan toon je in alles je drijfveren. Aan de hand van vijf principes licht ik hieronder toe hoe ook musea zich kunnen laten inspireren door de wijze waarop retail-design vorm en inhoud geeft aan omgevingen.

1. MERKOMGEVING

Winkels zijn merkomgevingen, die alle middelen gebruiken om alles waar dat merk voor staat te uiten. Een merk is ‘a person's gut feeling about product, service or organisation’; een gevoel dat

iedereen bewust of onbewust heeft. Het moet dus duidelijk én zichtbaar zijn waar een organisatie voor staat en gaat, wat de missie, de waarden en de normen zijn, want deze geven verbeeldingskracht aan een merk. De missie is gericht op anderen (klanten, bezoekers) en gaat over de betekenis die de organisatie wil hebben. Het gaat er niet om wat je doet, maar waarom je het doet. Daarmee onderscheid je je van anderen. En: inspirerende merken spreken tot de verbeelding.

Het Van Gogh Museum is bijvoorbeeld een museum met een sterke identiteit: voelbaar van collectie tot abri-poster, van winklassortiment tot tasje.

2. CUSTOMER JOURNEYS

Retail-design is het ontwerpen van klantervaringen. Vergelijk het met een scenarioschrijver: je omschrijft de denkbeeldige routes van bezoekers. Daarbij houd je rekening met het doel van het bezoek, de ervaring van de bezoeker en of hij zich al dan niet in gezelschap bevindt. Die route start al van huis (wat is de aanleiding, wat is de verwachting), gaat via entree (welkom, maakt nieuwsgierig, bevestigend, geeft kans te acclimatiseren) naar het doel van het bezoek (is niet alleen dynamisch en spannend, maar geeft ook vertrouwen), daagt vervolgens uit tot langer vertoeven waardoor het meer wordt dan een doelmatig bezoek (door de aangename plek, een verrassende presentatie, een aantrekkelijke aanbod van bijvoorbeeld horeca) en zorgt tenslotte voor herinneringswaarde. Dat betekent een route die je op zijn minst tevreden moet stemmen en genot moet verschaffen, maar door aanbod, omgeving en verhaal ook in verrukking kan brengen. En daarbij rekening houdend met het spanningsveld tussen de concentratie-spanne van de bezoeker en het verlengen van de verblijfstijd. Omdat je je een beeld vormt op basis van alles wat je ziet, zijn alle te beïnvloeden factoren van belang: van de positie van ieder element in je aanbod in de route tot kleur, materiaal en licht van

de omgeving, van de wijze van communiceren tot temperatuur en geluid.

Een goede verdeling van highlights over de gehele route werkt, ook voor de verdeling van bezoekersconcentraties, evenals een juiste plek voor horeca als ‘break’ in de route.

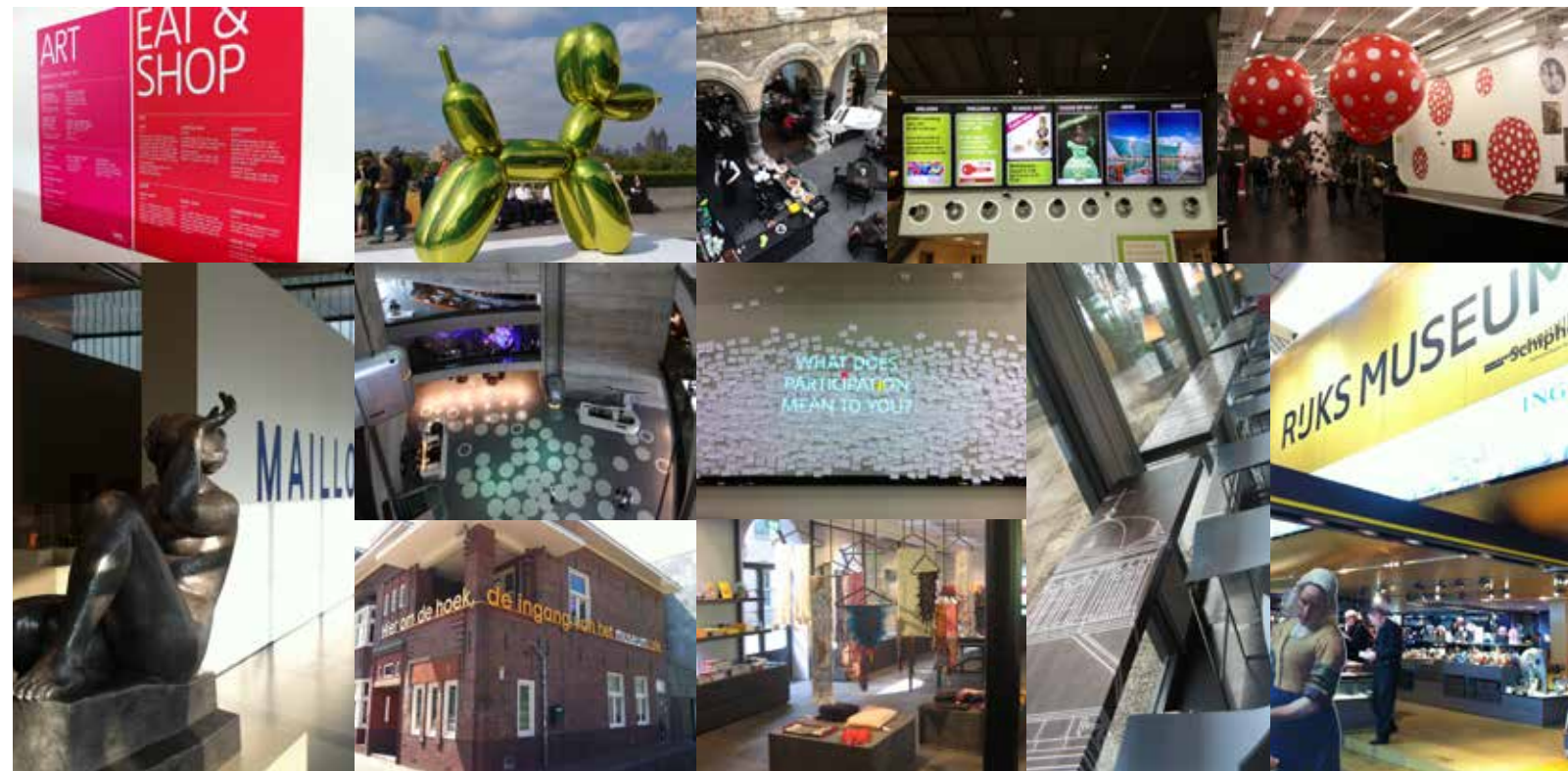
Of neem bezoekers mee aan de hand van een verhaal door gebruik van tekst, licht, projectie en geluid zoals bijvoorbeeld Museum aan het Vrijthof in Maastricht.

3. VERLEIDEN EN HERINNEREN

Musea zijn publiek gebied, toegankelijkheid is van het grootste belang. Hoge verblijfskwaliteiten en prettige verblijfsruimten verleiden tot langer en ongedwongen vertoeven. Laagdrempelig, gastvrij, levendig, comfortabel zijn de steekwoorden. Je bekijkt een tentoonstelling, eet, drinkt en koopt iets. Doelstelling moet zijn een ontmoetingsplek te worden, een trekpleister voor zowel frequente bezoeker als ‘first-time-visitor’. Het museum moet aan de omgeving zijn levendigheid laten zien: een culturele etalage, die uitnodigt tot cultuur beleven, tot verblijven, ontmoeten en ontspannen. Het gaat er om herinneringswaarde te creëren: de bezoeker moet kunnen terugblikken op een in alle opzichten gedenkwaardig bezoek, moet terug willen komen en vertellen over zijn ervaringen als een goed ambassadeur. Denk bijvoorbeeld aan de bijzondere route door het Drents Museum in Assen (door een oud gebouw afdalen naar een nieuwe verrassende omgeving) of het spannende dak en de sprookjesachtige verlichting van het Islam-paviljoen in het Louvre. Maar ook aan de steeds goed op de tentoonstelling afgestemde winkel van de Hermitage Amsterdam of de passie voor het product door het gehele Textielmuseum in Tilburg.

4. BRICKS & CLICKS

Offline en online, de reële en de virtuele wereld, diepgang versus snel toegankelijke informatie en omgekeerd. Kijken, kijken en nog eens kijken,



- Het museum moet aan de omgeving zijn levendigheid laten zien: een culturele etalage. Foto's van de auteur -

dat is de klant in een notendop. Meer dan 90% van de Nederlanders start met een oriëntatie op internet. Voor musea zijn dit kansen om begrijpelijker, spannender, interactiever en zichtbaarder te zijn. Twee werelden die elkaar aanvullen, complementair zijn en in elkaar overlopen, de een is een randvoorwaarde voor de ander en vice versa. Om de klant te bereiken en te bedienen heeft het verenigen van het beste van die twee werelden de toekomst. Durf iets ‘weg te geven’ zoals Rijksstudio van het Rijksmuseum. Essentie is dat je deelt met je doelgroep en dat je gezamenlijk een groep vormt. Verwachtingen gewekt door clicks moeten kloppen met bricks, verwachtingen gewekt door architectuur moeten kloppen met de presentatie.

5. CONSISTENT EN VERRASSEND

Consistentie is een belangrijke pijler onder het succes, je wilt tenslotte eenzelfde boodschap uitdragen met alle elementen die je ter beschikking staan: de wijze waarop je je publiek tegemoet treedt, het assortiment van je restaurant en de thema's binnen de winkel sluiten aan op de tentoonstelling. Tegelijkertijd geldt dat je ook verrassend wilt zijn: in presentatie, in marketing en communicatie, de etalage, de bijzondere plek, het aanbod (aanbieding) of een actie (prijs). Consistentie en verrassing moeten in balans zijn: consistentie is de basis die overal door heen loopt, verrassing is de spreekwoordelijke kers op de taart. Consistentie is blijvend, verrassing tijdelijk en vraagt om een regelmatige vernieuwing rekening

houdend met de bezoekfrequentie van de belangrijkste doelgroep. Daarnaast staat verrassing natuurlijk voor de ontdekkingstocht die elk museumbezoek dient te zijn.

TOT SLOT

Toepassing van de principes is geen recept voor gegarandeerd succes, wel de moeite waard om de eigen organisatie te spiegelen aan voorbeelden uit de retail. Dat draagt bij aan meer inzicht en geeft grip op succes. Retail is weliswaar een wetenschap maar zeker geen hogere wiskunde. Het is allereerst en bevindt zich rondom ons, laat je dus inspireren! En dat alles om de band met de bezoeker stevig aan te halen. Er is nog een wereld te winnen! ●

VIJF TIPS

1. Loop met regelmaat de route van je klant/bezoeker en kijk met zijn/haar ogen, vanaf bushalte of parkeergarage en weer terug. Kijk of je je boodschap duidelijk hebt overgebracht en waar verbeteringen noodzakelijk zijn.
2. Zorg dat je zichtbaar bent (de ‘etalage’ van de Kunsthal), zoek je publiek op (Rijksmuseum op Schiphol) of maak gebruik van pop-up-stores in leegstaande winkels (de bookshop van Foam).
3. Wees actueel, houd aandacht vast. Je vaste bezoekers bepalen daarin het ritme. Gebruik daarvoor aankondigingen van volgende tentoonstellingen, wetenswaardigheden in de entreehal, de winkel en de horeca.
4. Voor winkel en horeca gelden andere presentatieregels dan voor een tentoonstelling, deze moeten toegankelijk en wervend zijn.
5. Zorg voor een duidelijke gelaagdheid in de wijze van communiceren. Welkom heten, wegwijzen en informeren geven vertrouwen en weerspiegelen de merkwaarde van de instelling. Inspireren en motiveren horen bij een specifieke tentoonstelling en zijn dus a.h.w. meer promotioneel van aard.

*) Retail betreft het leveren van goederen en/of diensten aan consumenten. M.a.w. het is de branche waar winkels, supermarkten, warenhuizen, cafés, restaurants, banken, uitzendbureaus etc. het directe contact met consumenten opzoeken.



- **Anouk Schoeters** -
Adviseur Personeel en
Organisatie
Koninklijk Belgisch Instituut
voor Natuurwetenschappen

Als men aan opleiden denkt in het kader van het werk, denkt men veelal aan vormingsinitiatieven op de werkplek of aan een klassikale opleiding. Dat er ook zo iets mogelijk is als een stage buiten de muren van de organisatie, laat staan een buitenlandse stage, valt weinigen meteen te binnen. Meestal wordt deze optie zelfs niet overwogen wegens te duur. Ervaring leert mij dat, mits enig spuurwerk, een (buitenlandse) stage zeker niet duurder hoeft te zijn dan een klassikale opleiding die evenveel dagen telt.

In 2008 diende ik in het kader van de opleiding Public Management Programme een stage te doen van maximaal 1 maand. De enige voorwaarden voor de stage waren dat deze gelinkt was aan één van de opleidingsonderdelen, een meerwaarde voor de eigen organisatie betekende en uiteraard zo goedkoop mogelijk kon.

En hier begint de leerschool. Want wat wil je leren, waar vind je de experts ter zake, hoe kan je hen contacteren? Vlug stond voor mij vast dat ik iets rond evaluatie wilde doen, niet enkel de evaluatie van personeel (mijn eigen werkdomein), maar in de eerste plaats de evaluatie van publieksgerichte activiteiten. Na enige zoekwerk via mijn bestaande netwerken en op het internet, kwam ik uit bij onze tegenvoeters en

Stage bij de tegenvoeters

zag ik steeds dezelfde naam opduiken van Dr. Lynda Kelly, werkzaam in het Australian Museum in Sydney. Na enkele mailtjes over en weer was zij bereid om mij een maand te begeleiden.

Dan begint de uitdaging om het budget (vliegtuigtickets, verblijfskosten, eventuele transportkosten ter plaatse) zo laag mogelijk te houden in wat als één van de duurste steden ter wereld wordt omschreven. Groot was dan ook mijn verbazing dat ik op het internet een boetiekhotel op 30 minuten wandelen van het Australian Museum vond waar een overnachting met ontbijt in een éénpersoonskamer slechts 25 euro per nacht kostte.

Ook het organisatietalent wordt aangescherpt wegens het treffen van alle praktische regelingen op het thuisfront. Als moeder is het immers niet zo evident om twee kleine kinderen gedurende een maand achter te laten.

En dan begint het avontuur. Je stapt de stageplaats binnen met een karrevracht vragen, want je hebt je uiteraard voorbereid. Maar je bent minder voorbereid op de vragen die van de stagebegeleider of andere medewerkers komen. Zo werd ik op mijn eerste stagedag al geconfronteerd met vragen over hoe België gestructureerd is, hoe de eigen organisatie werkt en wordt gefinancierd, met welke problemen wij als overheidsorganisatie worden geconfronteerd en hoe wij evaluatie zien en aanpakken. Op dat moment word je gedwongen om vanop een afstand de eigen organisatie, alsook je eigen functioneren, onder de loop te nemen en in vraag te stellen. Je beschikt over een klankbord om je eigen bevindingen

af te toetsen en gaat op die manier ook de stageplaats en haar werking kritisch bekijken.

Je wordt eveneens overladen met nieuwe theoretische kennis, maar je krijgt ook de kans om effectief deel te nemen aan de dagelijkse taken. Zo heb ik de kans gekregen om zelf enquêtes op te stellen, te beoordelen, maar ook persoonlijk enquêtes af te nemen bij de bezoekers en interne en externe vergaderingen bij te wonen. Om het kort en krachtig te verwoorden, ik was gedurende die maand één van de medewerkers van het Australian Museum. Voor mij is dit het sterke punt van de stage, onmiddellijk de theorie kunnen omzetten in de praktijk, zien waartoe het leidt en actief in discussie kunnen gaan met de mensen van het terrein in hun eigen werkomgeving. Maar naast alle werkgerelateerde aspecten is een buitenlandse stage tevens een belangrijke persoonlijke leerschool. Je treedt buiten je comfortzone, wordt ondergedompeld in een andere taal en (werk)cultuur, er is geen sociale basis waar je op dat moment kan op terugvallen. Persoonlijk vond ik het heel verfrissend en verrijkend om eens niet gezien te worden als mama, echtgenote of baas van, maar beoordeeld te worden op mijn eigenheid door mensen die mij niet kenden. Zij hebben mij gewezen op mijn sterke en zwakke punten, en dit zonder vooroordelen.

Op het einde van de stage sta je als persoon sterker, maar heb je ook, op basis van de kritische denkoefeningen en de werkervaring, nieuwe visies en ideeën ontwikkeld voor de eigen werkplek. Bij terugkeer wacht dan de uitdaging om deze nieuwe inzichten over te brengen binnen de eigen organisatie. •

De belangrijkste opleidingen op het gebied van musea en cultureel erfgoed in Nederland en Vlaanderen



- **Jacqueline van Leeuwen** -
stafmedewerker FARO



- **Jan Sparreboom** -
hoofdmedewerker Museumpeil

OPLEIDINGEN IN NEDERLAND

HOGER BEROEPSONDERWIJS (HBO)

De belangrijkste en enige praktijkgerichte opleiding in Nederland op HBO-niveau die opleidt tot museummedewerker of –manager is de Reinwardt Academie, onderdeel van de Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten (AHK). Na vier jaar behaal je de 'Bachelor of Cultural Heritage'. Sinds enige jaren heeft de opleiding zijn perspectief verbreed naar het gehele veld van cultureel erfgoed, inclusief bibliotheken, archieven, monumenten en immaterieel erfgoed. De studie heeft diverse richtingen en afgestudeerden gaan werken als tentoonstellingscoördinator, collectiebeheerder, informatiebeheerder, medewerker van een afdeling educatie, beleidsmedewerker, informatie- en communicatiedeskundige of manager van een bezoekerscentrum. Afgestudeerden vinden een baan in musea, archieven, veilinghuizen, tentoonstellingsbedrijven, erfgoedhuizen, regionale historische centra, projectbureaus, galerieën en instellingen op het gebied van archeologie en landschapsbeheer.

De Reinwardt Academie biedt ook een Masteropleiding aan: de 'Master of Museology'. Deze meer specialistische master van 18 maanden (90 studiepunten) is Engelstalig en staat open voor jaarlijks 20 studenten. De Post-HBO-opleiding Erfgoed en Ruimte in Utrecht richt zich in samenwerking met de Rijksdienst Cultureel Erfgoed op verdere scholing tot specialist bij de inbedding van cultureel erfgoed in ruimtelijke ontwikkelingen, gebouwde omgeving en regel- en wetgeving.

MIDDELBAAR BEROEPSONDERWIJS (MBO)

Sinds 2012 is de Nederlandse opleiding tot

behoudsmedewerker ondergebracht bij het Middelbaar Beroepsonderwijs (MBO). Het kwalificatiedossier voor de behoudsmedewerker is inmiddels door de minister vastgesteld, zodat de opleiding officieel kan worden aangeboden en er een diploma in kan worden behaald. De cursus behoudsmedewerker wordt vanaf september 2013 opgezet vanuit de stichting vakonderwijs NL (SVGB). De driejarige opleiding voorziet in les gedurende één dag per week en drie à vier dagen praktijk en wordt achtereenvolgens op locatie gepland. Losse modules volgen is mogelijk. Deze opleiding is alleen bedoeld voor mensen die al relevant werk hebben. Stichting Erfgoed Kennis (STEK) geeft momenteel de opleiding vorm en bundelt de syllabus.

UNIVERSITEITEN

Aan de Universiteit van Amsterdam (UvA) en de Vrije Universiteit (VU) kan binnen het vak Erfgoedstudies een master museumconservator behaald worden. De tweejarige master met 120 studiepunten voorziet in vakken als 'verzamen en presenteren' en 'museumproblematiek'. Gedurende één jaar lopen studenten 'conservator in opleiding' stage bij een groot museum. Behalve deze master zijn er binnen de Amsterdamse Erfgoedstudies ook specialisaties zoals archiefwetenschap, culturele informatiewetenschap en museumstudies ondergebracht. Deze laatste opleiding (18 maanden) bereidt je voor op een wetenschappelijke functie in musea, zowel gericht op de collectie als op de organisatie.

Ook het vak Restauratiekunde, conservering en restauratie van cultureel erfgoed is aan de UvA te volgen; het vormt de kroon op de zevenjarige studie die begint bij een bachelor (meestal geesteswetenschappen), een tweejarig onderzoeksdeel met praktijkopleiding en daarna een specialisatie in materiaal.



- **Het Athenaeum Illustre**, voorganger van de Universiteit van Amsterdam, gevestigd in de Agnietenkapel. -

Aan de Vrije Universiteit kan bij Erfgoedstudies een eenjarige master worden behaald op het gebied van cultureel erfgoed in de gebouwde omgeving en het cultuurlandschap en de geschiedenis van de ruimtelijke ontwikkeling ervan. Erasmus Universiteit Rotterdam biedt aan de 'School of History, Culture & Communication' twee masteropleidingen aan, te weten de eenjarige 'Culturele Economie & Cultureel Ondernemerschap'

Innosell

Storage & Hangingsystems bv

INNOSELL is sinds vele jaren toeleverancier van musea in Europa en is gespecialiseerd in kwalitatief hoogwaardige producten. Wij onderscheiden hierbij vier productgroepen:

Pack and move

Hieronder valt ons complete assortiment van zuurvrij verpakkingsmateriaal specifiek voor de musea (Museum Art Foam), transportverpakkingen, schilderijkasten, Musetra kratten, pallets en containers.

Store and save

Deze productgroep behelst een diversiteit aan schilderijrekken, kasten, stellingen, ladekasten en verrijdbare installaties voor in het depot om de kunstvoorwerpen verantwoord en veilig te bewaren. In combinatie hiermee kan men in de lades en op de legborden ons MAF schuim toepassen voor extra bescherming van deze kunstvoorwerpen.

Exhibit and share

Onder deze noemer valt ons Koreder Line schilderij ophangstelsysteem (Takiya) waarbij naast het kwalitatief hoogwaardige en uitgebreide assortiment ook klantspecifieke oplossingen worden aangeboden. Tevens vallen hulpmiddelen en inrichtingen zoals vitrines en tentoonstellingswanden onder deze productgroep.

Protect and preserve

Bij verbouwingen en externe bouwwerkzaamheden leveren wij kennis en producten om kunstwerken te beschermen tegen zich voordoende risicovolle trillingen die schade aan de kunstvoorwerpen veroorzaken.

Museum Quality Products

UW COLLECTIE VERDIENT INNOSELL

Leverancier van depotinrichtingen, verpakkingsmateriaal, verpakkingsconcepten en ophangsystemen voor schilderijen.

BETROUWBAAR • KWALITEIT • SERVICE



Storage & Hangingsystems bv



MAF verpakkingsmateriaal



Koreder Line

Takiya ophangsystemen voor schilderijen



Magista depotinrichtingen



Magista depotinrichtingen

KOREDER LINE • MAF • MAGISTA

Tel +31-(0)74-2664466, fax +31-(0)74-2660273,
info@innosell.com, www.innosell.com

en de tweejarige 'Kunst en Cultuurwetenschappen'. Toekomstige directeuren of beleidsmedewerkers buigen zich hier over vragen rond de culturele markt, verandermanagement in culturele instellingen en cultuurbeleid en -management. Universiteit Leiden biedt de eenjarige master 'Museums and Collections' binnen de opleiding 'Arts & Culture', waarin collectieonderzoek een belangrijke plaats inneemt. Tilburg University heeft de master 'Kunsten Publiek Samenleving' waarbij publieksonderzoek, digitalisering en ethiek centraal staan.

OPLEIDINGEN IN VLAANDEREN

Een specifieke museumopleiding in Vlaanderen ontbreekt. Maar steeds meer hogere opleidingen ontdekken musea als een interessant thema. Op de FARO-website kunt u een actueel overzicht raadplegen van erfgoedgerichte opleidingen en 'erfgoedvakken'¹.

UNIVERSITEITEN

Opvallend is in elk geval dat het merendeel van de opleidingen met museale accenten zich op het masterniveau situeert. Masteropleidingen kunstwetenschappen en geschiedenis aan verschillende universiteiten bieden studenten de kans een vak museologie/museumkunde te volgen en stage te lopen in een museum. Binnen de afstudeerrichting 'Publieksgeschiedenis' (UGent) nemen studenten hedendaagse musea kritisch onder de loep. De opleiding kunstwetenschappen aan de VU Brussel bevat onder meer keuzevakken over 'museumdidactiek' en 'erfgoed en etnologie'. In de bachelor kunstwetenschappen aan de K.U. Leuven kunnen de studenten intekenen voor de specialisatie 'erfgoed en museologie'. Opleidingen Cultuurmanagement (Universiteit Antwerpen) en Culturele studies (K.U. Leuven) belichten het brede culturele veld. Binnen dat kader laten zij studenten ook proeven van musea. Ook hier behoort een stage in een museum tot de mogelijkheden.

Andere opleidingen op academisch niveau met een stevige link naar musea zijn de masteropleiding scenografie (provinciale hogeschool Limburg) en de master conservatie-restauratie (Artesishogeschool). Postgraduat op het vlak van conservatie van hedendaagse kunst kan men ook volgen aan de Hogeschool Gent. Ook andere opleidingen leggen erfgoedaccenten. Zo kunnen studenten van de opleiding sociale agogiek aan de K.U. Leuven sinds enkele jaren het vak 'Pedagogisch erfgoed' volgen, waarin musea een belangrijke rol spelen.

PROFESSIONELE BACHELOROPLEIDINGEN

Op het niveau van professionele bacheloropleidingen is het aanbod minder breed. Hier zien we dat opleidingen cultuurmanagement al eens een uitstap maken naar musea. De opleiding toerisme en recreatiemanagement aan de Lessius hogeschool in Mechelen organiseert sinds dit jaar een afstudeerrichting 'musea en culturele centra'. Ook lerarenopleidingen organiseren keuzemodules over erfgoed (bijvoorbeeld aan de XIOS-hogeschool en de HUB). Drie jaar geleden startte de Katho in Tielt met het vormingstraject 'erfgoed en onderwijs': dit traject breng erfgoedwerkers en leerkrachten samen rond de vraag: hoe kunnen we de krachten bundelen voor erfgoededucatie? Dezelfde hogeschool organiseert een overkoepelend keuzetraject 'Kunst en Cultuur' waarin musea uitgebreid aan bod komen. Aan de Karel de Grote Hogeschool in Antwerpen kunnen studenten zich inschrijven voor de opleiding 'Kunst- en cultuurbemiddeling'. Verschillende opleidingen sociaal-cultureel werk besteden aandacht aan erfgoed en musea. Tot slot zijn ook centra voor volwassenenonderwijs actief op het domein van museumopleidingen. Hier kan men immers al een aantal jaren terecht voor een vorming tot museumgids. Twee jaar

geleden ging de opleiding behoudsmedewerker erfgoed van start. Meer hierover in het kaderstuk hierna. Een versnipperd beeld dus, dat Vlaamse opleidingsaanbod voor toekomstige museummedewerkers. En eentje met lacunes. Zo ontbreekt een specifieke gefocuste museumopleiding. Maar er zijn grote hervormingen op til. Zo ijveren masteropleidingen geschiedenis en kunstgeschiedenis al lang voor een verlenging naar een tweejarige master. Een professioneel gerichte afstudeerrichting museologie zou in dit kader misschien een plaats kunnen krijgen. Ook de praktijkgerichte vorming binnen de centra voor volwassenenonderwijs biedt nog kansen. Zo kan een opleiding tot erfgoedbewaker (suppoost) wellicht in dat kader een plaatsje krijgen. Kortom: verschillende Vlaamse opleidingen hebben museum-gerichte vakken in hun aanbod opgenomen, of bieden studenten de kans stage te lopen in een museum. Vaak gebeurt dit binnen het bredere kader van cultureel erfgoed, met aandacht dus voor andere erfgoedorganisaties. Toch bestaat er voor bibliotheken en archieven wel een aparte postgraduaatsopleiding. We blijven dus dromen van een echte opleiding museologie. En ondertussen zetten we ons beste beentje voor om stagiaires in de musea wegwijst te maken! ●

OPLEIDING BEHOUDSMEDEWERKER IN VLAANDEREN.

Behoudsmedewerkers komen elke dag rechtstreeks in contact met de collecties in hun museum of depot, of met de bibliotheek- en archiefbestanden. Van hen wordt verwacht dat ze over de basiskennis en -vaardigheden beschikken om taken te verrichten op het vlak van materiële zorg, depotbeheer en preventieve conservatie. Soms moeten ze ook medewerkers kunnen aansturen. In Vlaanderen, net als in Nederland en elders, bestond een enorme behoefte aan een degelijk gestructureerde opleiding voor dit beroepsprofiel, dat tot voor kort in de praktijk binnen onze instellingen nog te vaak een aanleggenheid was van zoeken, vallen en opstaan, *learning by doing*.

De opleiding kwam er op vraag van de cultureel-erfgoedsector en werd mee voorbereid door een vertegenwoordiging van de musea, archieven, bewaarbibliotheken en het museumconsulentschap in Vlaanderen. In de Vormingsleergang voor Sociaal en Pedagogisch Werk (VSPW) / Bibliotheekschool te Gent (Sint-Amandsberg) die al ruime ervaring had met het inrichten van een initiatie Bibliotheek-, Documentatie- en Informatiekunde en de initiatie Archiefkunde, vond men de ideale partner. Na het opmaken van het beroepstakenprofiel, het opleidingsprofiel en de leerplandoelstellingen kon de opleiding in september 2010 van start aan. Ze is breed en praktijkgericht opgevat. Het opleidingsprogramma is gestructureerd in zes modules, verdeeld over twee semesters (1 lesdag per week), en omvat 240 lestijden. Drie van de zes modules zijn gericht op de kennis van de grote diversiteit aan materialen die in de brede erfgoedsector worden aangetroffen, hun eigenschappen, schadebeelden en -oorzaken. In de eerste module wordt de cursist een algemene oriëntatie van het beroepsveld aangereikt, terwijl in de overige modules ruime aandacht gaat naar de bewaaromgeving, de veiligheidszorg, het onderhoud, de manipulatie en het transport van objecten en tentoonstellingsopbouw. De opleiding is door de Vlaamse regering officieel erkend en gecertificeerd als basisopleiding.

Het initiatief had meteen succes. Voor de tweede uitgave kende de opleiding zelfs een verdrievoudiging van het aantal inschrijvingen, met een wachtlijst tot gevolg. In de opleiding wordt getracht zoveel mogelijk aan te sluiten bij de individuele werksituatie van elke deelnemer en in te spelen op de realiteit van zijn/haar dagelijkse praktijk. Daarom wordt het aantal inschrijvingen beperkt gehouden tot 20.

Leon Smets

Bijscholing via afstandsonderwijs, zelfstudie of websites



- Girbe Buist -
redacteur Museumpeil¹

Medewerkers van Vlaamse en Nederlandse musea kunnen aan een aantal buitenlandse universiteiten via afstandsonderwijs museumvakken en opleidingen volgen. Engeland heeft op dit terrein het meest te bieden. Maar liefst drie universiteiten bieden samen tien verschillende museale opleidingen aan, die ook vanuit Nederland en Vlaanderen via afstandsonderwijs kunnen worden gevolgd. Bij afstandsonderwijs moet men denken aan een combinatie van schriftelijk lesmateriaal in combinatie met internet en audiovisuele middelen.

Soms zijn er een aantal contactmomenten ingebouwd, maar die zijn vaak niet verplicht. De School of Museumstudies van de universiteit van Leicester heeft het grootste aanbod van museale cursussen en opleidingen: zeven. Hier kunnen internationale studenten op allerlei niveaus zowel via contactonderwijs als afstandsonderwijs museologie studeren. Deze opleidingen duren van een half tot twee jaar en zijn Engelstalig. Van alle Engelse universiteiten besteedt de universiteit van Leicester de meeste tijd aan opleiding en onderzoek op het terrein van het museumvak. Het is dan ook niet verwonderlijk dat deze universiteit relatief veel heeft bijgedragen aan de theorievorming binnen de museologie. Vooral de Masteropleiding Museologie van deze universiteit is beroemd, omdat deze door vooraanstaande deskundigen wordt samengesteld.² Ook de universiteiten van New Castle (Northumbria University) en Ulster verzorgen afstandsonderwijs op het gebied van museumstudies. Aan de Northumbria University kan men een postdoctorale opleiding Collectiemanagement volgen en de Universiteit van Ulster biedt een aantal postdoctorale museumstudies aan.³ Bij onze oosterburen is het de Fernuniversität in Hagen die via afstandsonderwijs een postdoctorale studie Museummanagement aanbiedt.⁴

OPEN UNIVERSITEIT (OU) ERFGOEDPLATFORM

Helaas biedt onze eigen Open Universiteit in Heerlen nog weinig museale cursussen aan. Wel kan men er de gratis online cursus 'Cultureel erfgoed: van Paleis Soestdijk tot Sinterklaas' volgen.



- Verloving van prinses Beatrix en Claus van Amsberg op Paleis Soestdijk 1965, Historisch Archief ANP -

Cultureel erfgoed is alles wat een samenleving de moeite van het bewaren waard vindt. Maar niet alles kan bewaard worden, er moeten keuzes worden gemaakt. Deze cursus laat zien hoe die keuzes gemaakt worden, met welke argumenten, en door wie. De cursus is bedoeld voor iedereen, die in cultureel erfgoed geïnteresseerd is. De gratis cursus is te vinden op de website www.ou.nl/erfgoedplatform. Maar de website biedt meer. Het OU Erfgoedplatform geeft actuele informatie over ontwikkelingen op het gebied van cultureel erfgoed. Denk bijvoorbeeld aan de discussie over werelderfgoed in Nederland, de heropening van het Rijksmuseum of de herbestemming van kerken. De cursus bestaat uit vier delen van elk zes studie-uren. Elk deel wordt afgesloten met een zelftoets. Op dezelfde website wordt tevens informatie gegeven over de cursus 'Kabinetten, galerijen en musea'. Deze cursus behandelt de uiterst gevarieerde geschiedenis van het verzamelen in Europa van circa 1500 tot heden. De gekozen voorbeelden behoren deels tot de nationale, deels tot de internationale geschiedenis. Cursisten maken kennis met allerlei soorten collecties, niet alleen van kunstobjecten, maar ook van voorwerpen uit de natuur en uit het domein van de natuurwetenschappen. Tot de thema's die in de verschillende hoofdstukken terugkeren, behoren de motieven, die vorsten, overheden en particulieren ertoe brachten verzamelingen aan te leggen en de functies die deze collecties, uitgegroeid tot kabinetten, galerijen en musea werden geacht te vervullen.

LEM-PROJECT

Voor deskundigheidsbevordering en bijscholing is ook het internationale LEM-project interessant. LEM staat voor 'The Learning Museum' en is een netwerk dat wordt gefinancierd vanuit het Europese programma Grundtvig (2010-2013) dat een blijvend netwerk en website wil ontwikkelen voor permanente educatie in de museumsector. Het project is gestart met 23 partners uit 17 Europese landen en de

Verenigde Staten en moet garanderen dat musea en culturele organisaties een blijvende rol spelen in de volwasseneneducatie van Europa en de VS. Daarbij streeft men naar de volgende doelen:

- bevordering van volwasseneneducatie in musea;
- onderzoek naar de economische en sociale voordelen van volwasseneneducatie in musea;
- deskundigheidsbevordering van musea inzake het thema volwasseneneducatie;
- nieuwe doelgroepen via vorming aan musea binden;
- ontwikkeling van nieuwe trainingen en methoden voor volwasseneneducatie in musea.

De resultaten van het LEM-project worden openbaar gemaakt via conferenties, workshops en publicaties. Deze worden tevens gepubliceerd op de website www.lemproject.eu. ●

Tenslotte nog enkele nuttige websites: www.Lkca.nl voor educatie www.veilig-erfgoed.nl voor veiligheidszorg www.collectiewijzer.nl voor behoud en beheer www.restauratiecentrum.nl cursussen www.jaarvanhetimmaterieelerfgoed.nl www.den.nl voor ict en informatiebeheer www.helicon-cs.com voor cursussen behoud en beheer www.verzekerDebewaring.be

¹ met dank aan Agnes Vugts
² Meer informatie kunt u vinden op de website www.postgraduatesearch.com/museumstudies.
Voor informatie over het Museum Studies programma van de universiteit van Leicester kunt u ook terecht bij Robin Clarke of Katy Bunning: 0044(0)1162523973 of museumstudies.dl@le.ac.uk.
³ zie www.Northumbria.ac.uk en www.postgraduatesearch.com/universityofulster
⁴ Zie www.Fernuni-hagen.de.

¹ <http://www.faronet.be/Dossier/erfgoedgeleerden>

Verrijk je zinnen in het museum



- Caroline Daemen -
gids M-Museum Leuven

In 2004 kreeg ik problemen met mijn zicht. Na een moeilijke verwerkingsperiode volgde ik de vorming van ervaringsdeskundige bij Blindenzorg Licht en Liefde. Via hen gaf ik enkele vormingen rond omgaan met blinden en slechtzienden in scholen en bedrijven. De voorbije jaren heb ik op vraag van één van de museumconsulenten of van musea zelf vorming gegeven aan museummedewerkers over het omgaan met personen met een visuele beperking. Ik zat als ervaringsdeskundige in de stuurgroep Art in the Dark (Black Box, Verrijk je zinnen in het museum) als voorbereiding voor Beaufort 03, een kunstparcours langs de Belgische kust. Tijdens de zomer van 2008 werkte ik mee aan Beaufort

03 als gids-begeleider; we gidsten zienden twee kunstwerken van Peter Rogiers in een volledig verduisterde container. Met deze gidservaring wilde ik iets verder doen en zo volgde ik de Museumgidsenopleiding bij het Centrum voor volwassenenonderwijs (CVO) van de Oranjerie in Diest. Mijn stage en eindwerk voor deze opleiding deed ik bij het Sportimonium in Hofstade en Museum M-Leuven. In januari 2010 liep in M-Leuven de tijdelijke tentoonstelling 'Sluit je ogen om de prehistorie te zien' en binnen dit kader startte het museum met extra workshops rond prehistorie voor blinden en slechtzienden. Dit was de aanzet en het begin van de rondleiding 'Rijk der Zinnen' voor deze doelgroep. Vanuit deze ervaringen geef ik nu op vraag vorming aan museummedewerkers. De vorming is erop gericht museummedewerkers (voornamelijk gidsen, publieks- en educatieve medewerkers) kennis en inzicht te geven over de doelgroep, hen te laten oefenen met specifieke (gids)technieken en ideeën en inspiratie te geven voor de eigen museumpraktijk. Hoewel er ook wordt ingegaan op algemene omgangstips en fysieke toegankelijkheid, ligt de nadruk op het inhoudelijk toegankelijk maken van het

museumaanbod voor personen met een visuele beperking, met bijzondere aandacht voor gidspraktijken en de methodiek van verbale beschrijving. Het gaat dus om een gespecialiseerde opleiding voor een specifieke groep van museummedewerkers, voor een algemene vorming over fysieke toegankelijkheid, onthaal en omgangstips kan men ook terecht bij Blindenzorg Licht en Liefde.

Hou er rekening mee dat het volgen van vorming maar één stap is in het traject naar een goed aanbod voor blinden en slechtzienden. Net als bij andere rondleidingen, educatieve pakketten of publieksactiviteiten is het belangrijk om uw project uit te testen in de praktijk. Blindenzorg Licht en Liefde zal je graag in contact brengen met blinden en slechtzienden die het eindresultaat voor je willen uittesten. Of ga een stap verder, en betrek één of meerdere mensen van de doelgroep bij het uitwerken van jouw project. En heb je nood aan extra inspiratie, kan je altijd gaan proeven van het aanbod bij collega-musea.

Maar wat je ook doet, het zal je zinnen in het museum zeker verrijken! •

Leren gidsen van slechtziende bezoekers

De educatieve dienst van het Museum voor Schone Kunsten besliste in 2012 om een nieuw aanbod rondleidingen te ontwikkelen voor blinde en slechtziende bezoekers. Een stagiaire sociaal-cultureel werk ging op onderzoek, we zetelden in een overleggroep met partnermusea, nodigden blinden en slechtzienden uit om hun ervaringen met ons te delen, namen publicaties door en contacteerden verschillende verenigingen. Sinds januari 2013 staat driemaandelijks een rondleiding op het programma. Het thema is telkens anders. Personen met een visuele beperking kunnen zich persoonlijk inschrijven via de educatieve dienst van het museum.

Alle gidsen van het MSK kregen een specifieke vorming. Tijdens onze voorbereidingen kwamen we in contact met Caroline Daemen, gids in Museum M en zelf ervaringsdeskundige. Zij heeft ons gesteund met de voorbereidingen, veel handige tips meegegeven én de vorming voor de gidsen begeleid.

We nodigden ook Janien Prummel uit, die als expert cultuurbemiddeling de technieken van het verbaal beschrijven breder toepaste. De specifieke technieken die aangeleerd worden kunnen immers ook interessant zijn voor het gidsen van andere groepen.

De interesse bij de gidsen was groot. De vorming

gebeurde in aanwezigheid van enkele personen met een visuele beperking, zodat onze gidsen ook gericht vragen konden stellen. In de namiddag werd de theorie omgezet in de praktijk en konden de gidsen oefenen in het bijzijn van een blinde of slechtziende persoon.

De vorming werd positief geëvalueerd. De gidsen komen zelden in contact met al hun collega's, waardoor de vorming goed was om de teamgeest te versterken en om werkmethodes van elkaar te bespreken. Een getuigenis van een gids: 'Positief

aan die vorming voor blinden vond ik alle verschillende manieren om naar een werk te 'kijken', een werk uit te leggen, of een werk te ervaren. Deze waren interessant, leerrijk en toepasbaar in andere omstandigheden. Het deed ook nadenken over manieren van vertellen en kijken. We gaan er soms zo stellig van uit dat de groep hetzelfde ziet als wij'. De rondleidingen voor blinde en slechtziende bezoekers in het Museum voor Schone Kunsten in Gent gaan dit jaar nog door op 7 september en 9 december 2013.



Lies Ledure
Educatieve dienst Museum
voor Schone Kunsten,
stad Gent

Medewerkers op training: een open opleiding of incompanytraining



- Caroline Daemen -
gids M-Museum Leuven

Bij een open opleiding organiseert de museumconsulent op een locatie (bij voorkeur een museale omgeving) een cursus en kunnen geïnteresseerde museummedewerkers zich hierop individueel inschrijven. Aan deze formule zijn voor- en nadelen verbonden. Er is een grote diversiteit onder de deelnemers: hun functies variëren, ze hebben verschillende achtergronden en werken met uiteenlopende collecties. Het is dus niet evident als lesgever om de opleiding voldoende specifiek te maken en tegelijkertijd even relevant te zijn voor elke deelnemer. Daar staat wel tegenover dat de verschillende invalshoeken en praktijken van de deelnemers inspirerend kunnen werken voor elkaar.

Een groot voordeel is de factor onbekendheid: de deelnemers zijn niet of veel minder vertrouwd met het museum waar de vorming plaatsvindt en kunnen zich zo beter inleven in de ervaring van de bezoeker die daar voor het eerst komt en die geen referentiepunten heeft op vlak van parcours of collectie.

Voor sommige mensen is een incompanytraining geschikter omdat zij zich in het eigen museum in een vertrouwde en dus veilige omgeving bevinden. Maar bepaalde mensen zijn net weer terughoudender te midden van collega's, men wil immers niet 'afgaan' ten overstaan van hen. Het is belangrijk om dit aspect goed in te schatten bij de medewerkers/collega's alvorens je als museum een opleiding in eigen huis laat plaatsvinden.

Een training betekent ook het werken aan een andere aanpak en methodiek van werken. Binnen de muren van het eigen museum blijkt het soms moeilijk voor bepaalde medewerkers om letterlijk en figuurlijk nieuwe wegen te bewandelen. Men blijft dan iets gemakkelijker hangen in het vertrouwde stramien en aanpak, wat het ontwikkelen van nieuwe inzichten en werkwijzen niet altijd ten goede komt.

Een groot voordeel van een incompanytraining is wel dat je als lesgever je opleiding kan toespitsen



- Medewerkers op training -

op specifieke vragen en noden. Is er bijvoorbeeld nood aan bespreking van de toegankelijkheid van de website, heeft men in het museum al ervaring of een concreet project of gaat het om een eerste kennismaking met het onderwerp van de training.

Of men als museum ervoor kiest om één of meerdere medewerkers op pad te sturen om een vorming te volgen of een lesgever in huis te halen om intern voor meerdere of alle medewerkers een opleiding te verzorgen, hangt af van verschillende factoren. Er zijn de voor- en nadelen die ik hierboven benoemde, maar ook het budget, de logistieke mogelijkheden en het aantal medewerkers spelen een rol.

Voor wie ervoor kiest een training in eigen museum te programmeren, een aantal tips:

- beperk het aantal deelnemers tot 10 à 15: het is een interactieve vorming, bij te veel deelnemers wordt deze herleid tot een infosessie, terwijl het oefenaspect en de ruimte voor feedback door de lesgever heel belangrijk zijn;
- het is aan te raden om de deelnemers goed af te bakenen zodat de verwachtingen en noden niet té veel uiteenlopen en de opleiding voor iedereen even relevant kan gemaakt worden;
- verplicht geen medewerkers om deel te nemen. Enkel geïnteresseerde mensen hebben baat bij

een opleiding en tonen een open houding en actieve inbreng;

- trek voldoende tijd uit voor de opleiding. Een incompanytraining bespaart wel op verplaatsingstijd (en –kosten) van de medewerkers, maar op de uren effectieve vorming kan niet beknipt worden;
- zorg voor een aangepaste lesruimte en omkadering, dat wil zeggen niet alleen voldoende ruimte voor de theorie en praktijkoefeningen, maar ook ruimte én tijd om de leerstof met de medewerkers te bespreken en te evalueren. Wanneer iedereen tijdens de (lunch)pauze of zelfs tussendoor zijn mails gaat checken of telefoontjes beantwoordt breekt dit de sfeer en aandacht;
- zorg voor een veilige leeromgeving voor de medewerkers: een opleiding is het moment om te leren en te oefenen, met vallen en opstaan. Wanneer men het gevoel heeft tijdens de opleiding zelf geëvalueerd en beoordeeld te worden door zijn overste (of collega's), remt dit de participatie af;
- en last, but not least: brief de lesgever vooraf duidelijk over de motivatie voor de vorming, de verwachtingen en noden. Een voorbereidende vergadering zorgt voor goede afspraken en verhoogt de effectiviteit van de opleiding. •

‘Ja, duhh, alles natuurlijk!!’

Kinderkamers van 10-jarigen: wat vinden ze belangrijk en wat mag naar het museum?



- Olaf Peters -
educator Nederlands
Openluchtmuseum



- Hans Piena -
conservator woencultuur
Nederlands
Openluchtmuseum

In het Nederlands Openluchtmuseum nemen de hoogste klassen van het primair onderwijs deel aan het schoolproject Dingenliefde. Dit project over sparen en verzamelen maakt leerlingen duidelijk waarom het museum oude voorwerpen bewaart, welke problemen daarbij komen kijken en welke keuzes we maken bij de aanleg van de verzameling. Sinds 2009 hebben we bij de leerlingen ook geïnformeerd naar hun eigen spullen en welke daarvan volgens hen in een museum thuishoren. Deze vorm van crowdsourcing blijkt een goede methode om in presentatie en communicatie aan te sluiten bij de leefwereld van nu.

ENQUÊTE

Aan de leerlingen werd het volgende voorgelegd: *‘Het is 2099. In het Nederlands Openluchtmuseum wordt een nieuwe tentoonstelling geopend.*

Onderwerp: kamers van tieners uit 2010. De conservatoren van het Openluchtmuseum zijn heel benieuwd hoe zo’n kamer er uit zou zien en ze zouden het heel fijn vinden als jij onderstaande vragen wilt beantwoorden:

- *Welke spullen uit jouw kamer zijn belangrijk voor je?*
- *Welke spullen zouden over 90 jaar in een museum thuishoren?*
- *Wat zou je de kinderen uit 2099 over jouw spullen willen vertellen?*

De enquête is door 168 leerlingen ingevuld. Hiervan is het merendeel 9 à 10 jaar (resp. 33 en 73 leerlingen), met daaronder 68 jongens en 80 meisjes. In totaal hebben 31 leerlingen geen leeftijd ingevuld, 20 leerlingen noemden geen geslacht. ●

BELANGRIJKE ‘SPULLEN’ OMVAT ALLES

De vraag *‘Welke spullen uit jou kamer zijn belangrijk voor je?’* roept bij de kinderen een onverwacht brede associatie op. Sommigen vinden kiezen zelfs onzin en antwoorden: *‘Ja, duhh, alles natuurlijk!’* De meesten beperken zich dan ook niet tot mobiele voorwerpen maar betrekken ook de architectonische schil erbij. Zo noemen ze frequent het hele huis, de hele kamer, de vloer, de muren, het dakraam, het behang en de wastafel. Daarnaast sommen ze interieurelementen op zoals het licht en de gordijnen. Onder belangrijke spullen rekenen ze ook hun naasten, zoals mama, familie, vrienden en vriendinnen. Zelfs hun dieren zoals de hamster, het konijn, de vissen, koeien en paarden kunnen zich verheugen tot de spullen te behoren. De abstractie ‘belangrijke spullen’ beperkt zich voor veel kinderen dus niet tot dode mobilia. Hierna worden de losse voorwerpen behandeld die de kinderen ook noemden. Zonder in een karikatuur te vervallen bleken de verschillen tussen jongens en meisjes toch zo groot dat het een aparte behandeling legitimeerde.

MEISJES

Onder de mobilia scoren de knuffels verreweg het hoogst. Een opvallende tweede categorie bij meisjes betreft zaken van hun grootouders, vooral van oma, zoals een armband of ketting. Ook familiefoto’s zijn voor meisjes belangrijk. Daarnaast noemen ze spullen uit hun babytijd; knuffels en kleertjes. De eigen wortels lijken een grote rol te spelen. Van de meubels staat het bed met stip bovenaan, waarbij soms kussens worden genoemd. Veel minder vaak noemen ze andere meubels. Kleren, make-up en sieraden komen bij meisjes wederom veel voor. Spelcomputers, de TV, de computer en de laptop vormen de middenmoot. Het mobieltje wordt alleen door meisjes genoemd. Verder dragen zij hun verzamelingen aan, zoals dierenbeeldjes, stenen en schelpen. Tenslotte noemen zij paardenspullen, zoals een foto waarop ze samen met hun liefste pony staan.

JONGENS

Bij jongens staan de spelcomputer en de laptop c.q. computer bovenaan. Ook speelgoed wordt vaak genoemd, zoals lego en play-mobiel. Knuffels staan op een goede tweede plaats, gevolgd door het eigen bed. Spullen van opa en oma, en familiefoto’s spelen bij jongens nagenoeg geen rol. Ook hun babytijd doet ze niets. In de categorie kleren, make-up en sieraden noemen jongens alleen kleren, maar de helft minder vaak dan meisjes. Wel zijn voetbalshirts en sportschoenen populair. Paarden lijken daarentegen niet in hun vocabulaire voor te komen. Hun verzameling betreft meestal autootjes en voetbalgadgets. Voor zowel jongens als meisjes vormt muziek een goede middenmoot, waarbij de radio, de cd-speler en de iPod worden aangedragen.



- De depotrekken met spullen van het Nederlands Openluchtmuseum Arnhem (NOM) -

Welke spullen zouden over 90 jaar in een museum thuishoren?

Nadenkend over spullen voor de eeuwigheid komen de leerlingen niet met nieuwe categorieën. Wel treden er verschuivingen op, bij meisjes en jongens vaak dezelfde. Bij meisjes verdubbelt het aantal bedden, het aantal door jongens en meisjes opgevoerde overige meubels wordt respectievelijk vier tot acht maal groter. Het bureau, de kast, de boekenkast, de zitak, de spiegel en de lamp worden het meest genoemd. Speelgoed vertoont ook een lichte stijging. Min of meer gelijk blijven sieraden, kleren, make-up, en verzamelingen van beeldjes, stenen en schelpen. De sterkste daling treedt op bij meer intieme en herkomstgerelateerde zaken

zoals knuffels, spullen van de familie en babyspullen. Over de museale waarde van spelcomputers verschillen beide seksen. Negen meisjes noemen een spelcomputer als belangrijk voor zich zelf, en maar liefst zeventien meisjes achten hun spelcomputer interessant voor het museum. Bij jongens is dat precies andersom.

Wat zou je de kinderen uit 2099 over jouw spullen willen vertellen?

Op de vraag wat ze toekomstgenootjes zouden willen vertellen over hun spullen vallen velen stil of antwoorden met: ‘Van alles’, ‘Weet ik niet’, ‘Niks’, of ‘Gaat ze niks aan’.

Gebruik en herkomst

Waar wel wat is ingevuld betreft het meestal een beschrijving van het gebruik; hoe het in elkaar zit en waarvoor het dient. Een meisje dat haar wekker-radio aanbiedt legt haar toekomstgenootjes uit dat ze het moeten gebruiken om te kijken hoe laat het is. Veel kinderen vertellen daarenboven wanneer en van wie ze het kregen. Zo worden vooral dingen van grootouders gekoesterd. Als ankers in de tijd herinneren spullen ook aan indrukwekkende gebeurtenissen, positief zoals een vakantie, of negatief zoals het ziekenhuis of het overlijden van oma. Met veel van het speelgoed wordt allang niet meer gespeeld, maar het feit dat ze er zoveel mee speelden is een andere belangrijke reden waarom ze het bewaren en willen doorgeven. Deze

- Wat meisjes belangrijk vinden -



- Wat jongens belangrijk vinden -

RESULTAAT
WELKE SPULLEN UIT JOU KAMER ZIJN BELANGRIJK VOOR JE?

Kamer 10-jarige	Belangrijk voor henzelf		Naar het museum	
Voorwerp	Meisjes	Jongens	Meisjes	jongens
Knuffel	32	13	22	6
Spullen van oma/opa	14	2	1	1
Bed	12	11	25	12
Kleren	12	6	15	5
Spelcomputers	9	15	17	8
Familiefoto's	9	4	4	0
Sieraden	8	0	6	0
Boeken	6	1	10	4
Laptop/computer	6	9	10	9
TV	5	3	10	10
Beeldjes	5	3	7	2
Stenen/schelpen	5	0	6	1
Babyspullen	5	2	2	1
Make-up	5	0	5	0
Mobiel	4	0	1	1
Paard	4	0	2	0
Meubels	4	6	33	22
Speelgoed	3	10	7	19
Spaarpot/geld	2	4	6	5
Voetbal	2	7	0	2
Dagboek	2	2	7	1

achtergronden bepalen dát de voorwerpen zo belangrijk zijn.

Mijn leven en de toekomst

Een flink aantal kinderen stapt over het voorwerp heen en belicht zijn dagelijks leven. Bijvoorbeeld dat de computer en het mobiel belangrijk zijn voor de contacten met vrienden. Sommige kinderen denken voorbij hun eigen tijd en sporen hun toekomstgenootjes aan er ook mee te spelen. Één kind acht haar spullen zelfs noodzakelijk willen ze overleven. Een aantal kinderen beseft dat hun spullen over 90 jaar heel oud en zeldzaam zullen zijn. Ze drukken hun toekomstgenootjes dan ook op het hart er voorzichtig mee om te gaan. Een

meisje tenslotte is zo vervuld van haar heden dat ze niet tot een toekomstboodschap komt: *'Ik hou van Roelie'*, verzucht ze, geheel omringd door hartjes.

Ranking en twijfel

Meisjes meten hun status af aan de hand van kleding, sieraden, make-up en mobieltjes, jongens doen dat meer aan de hand van hun spelcomputer, Nikes of Ferrari-wekkers. Bij deze zaken melden ze dan ook kwalificaties als het model en de prijs. Daarmee identificeren ze zowel het voorwerp als zichzelf. Dikwijls wijden ze er hele zinnen aan als: *'Een ding van mij is zek[er] meer dan 2000 euro waard'*, of, *'Dat ze heel duur zijn en dat je ervoor moet sparen.'*

Diverse kinderen tobben tegelijkertijd met de status van hun spullen. *'Dat het maar goedkoop is'* verbijst er een, *'Lelijk en ouderwets'* steunt een ander. Hun onzekerheid beperkt zich niet alleen tot het heden maar reikt tot in de toekomst: *'Ik denk dat die kinderen het misschien wel ouderwets vinden.'* twijfelt er een. Ze verdedigt zich met de verzekering dat haar TV in haar tijd wél heel modern was.

INTERPRETATIE

Dat kinderen, nadenkend over het museum, meer van hun meubilair, speelgoed en verzamelingen aanbieden komt mogelijk omdat die zaken in de setting van het project veel te zien zijn. Dat ze hun intieme en herkomstgerelateerde zaken veel minder aanbieden duidt misschien op hun gehechtheid eraan. Daarnaast achten ze hun privédo-mein wellicht minder interessant voor het museum. Dat we juist deze verhalen achter voorwerpen verzamelen komt niet goed tot zijn recht en is voor deze leeftijdscategorie tamelijk ongrijpbaar.

IMPLEMENTATIE

In de afgelopen 100 jaar hebben we een aardige indruk gekregen van de spullen die mensen met ons museum associëren, door de tientallen aanbiedingen die we per week krijgen. Het zijn echter altijd volwassenen die iets aanbieden. Bovendien weten we niet wat ze wél belangrijk vinden, maar niet aanbieden. Dat resulteert in een onevenwichtige collectieopbouw. Dit onderzoek levert drie nieuwe gezichtspunten op: wat kinderen met ons museum associëren, wat zij zélf het belangrijkste vinden én wat ze wél belangrijk vinden maar niet aanbieden. Daaruit blijkt dat voor deze leeftijds-categorie schoolprojecten, speurtochten, presentaties, tentoonstellingen, rondleiding en interieurs minimaal iets moeten bevatten over:

1. Waar en hoe kinderen slapen;
2. Spullen die kinderen van hun grootouders kregen;
3. Speelgoed;
4. Kleren en de sieraden van met name meisjes;
5. De zoete oorlog van het conformeren en profileren: hoe en met wat ging dat vroeger?
6. Verschillen tussen jongens en meisjes;
7. Ontluikende liefdes.

Voorwerpen met dit soort achtergrondinformatie hebben we nauwelijks. Om aan te blijven sluiten bij het dagelijks leven van kinderen zullen we daar meer op moeten verzamelen. Deze enquêtes blijken een goed middel om het verzamelbeleid op dit punt te optimaliseren. We hebben daarom het voornemen een dergelijke enquête elke tien jaar te doen, en bij alle leeftijdscategorieën. Tenslotte kunnen we er de verschillen tussen vroeger en nu mee schetsen. Lijkt een kinderkamer uit 2010 al gauw op een filiaal van Bart Smit, rond 1900 bestond het domein van een kind in een gunstig geval uit een spanen doos met een mooie steen, een oude tol, een haarspeld van oma, wat houten beestjes en een popje. Deze verschillen zijn op zich al fraaie uitgangspunten voor nieuwe projecten en presentaties. ●

Oud geleerd is jong gedaan.

Wat museummedewerkers van jongeren kunnen leren



- Jongerencrew van het MAS -

In mei 2011 werd de jongerenwerking zoals ze nu is opgestart en momenteel zijn we druk bezig aan een tweede werkjaar. MiJH bestaat uit 14 jongeren tussen 16 en 26 jaar. Hun doel: maak van het MAS een jongerenmuseum. Achter deze slagzin schuilt heel wat meer dan hippe activiteiten bedenken, nachtelijke evenementen organiseren en jongeren naar het museum lokken. Eén van de belangrijke pijlers van deze doelstelling ligt achter de schermen: 'de ogen van onze medewerkers openen en ook bij hen een jongerenreflex teweeg brengen'. Een jongerenwerking zoals die van MiJH kan enkel slagen als die gedragen wordt door de hele organisatie én door de medewerkers. Dit is werk van lange adem, maar beetje bij beetje zetten we stappen in de goede richting. En bovenal: dit gaat verder dan het uitdelen van een 'facebookje' met portretten van onze jongeren aan alle medewerkers. Om dit doel te bereiken, ontwikkelden we het meter- en peterschap. Elke jongere krijgt binnen de organisatie een meter/peter toegewezen. Centraal staat de wisselwerking. Enerzijds leert de jongere het museum, de werking en de medewerker kennen. De meter/peter biedt hem/haar een exclusieve blik achter de schermen en fungeert als aanspreekpunt voor MiJH-projecten. Zo kan de jongere bij zijn meter/peter terecht met vragen over *do's en don'ts*, bijvoorbeeld: Hoe bouw ik een tentoonstelling *from scratch until finish*? Welke

MAS in Jonge Handen (MiJH) is de jongerenwerking van het MAS | Museum aan de Stroom in Antwerpen. Al in 2006, bij de voorbereidingen van het MAS, was er aandacht voor de doelgroep jongeren. Op basis van onderzoek en pilootprojecten werden de grondbeginselen voor een MiJH vastgelegd. MiJH werd ingebed in de missie, visie en het beleid van het MAS.



- Gemaskerd bal in het MAS -

communicatiekanalen gebruik ik het best voor een jongerennocturne? Met welke zaken moet ik rekening houden zodat alles veilig en technisch in orde is? Anderzijds krijgt de medewerker een jonge, frisse en niet-museale blik op zijn dagelijkse werkzaamheden en activiteiten. Ook de meter/peter kan advies vragen aan de jongere, bijvoorbeeld naar aanleiding van een nieuwe campagne of workshop. De jongeren en de medewerkers worden aan elkaar gekoppeld op basis van persoonlijkheid, interesses, studies en functie binnen het museum. Bij het maken van de matches vinden we het erg belangrijk dat elke functie aan bod komt. Zo zijn naast een conservator en een communicatieverantwoordelijke ook een ploegleider erfgoedbewaking én de directeur meter of peter van een MiJH-er. We merken dat het meter- en peterschap het denken en doen van de medewerkers verruimt. Dankzij dit initiatief wordt er sneller de link gelegd tussen het museum en de doelgroep jongeren. MiJH krijgt nu spontaan de vraag om te participeren in een brainstorm over toekomstige tentoonstellingsplannen. Jongeren delen bovendien hun expertise en netwerk met medewerkers. Zo starten we een samenwerking met de Chinese gemeenschap in Antwerpen. De 17-jarige Lilong is hierbij betrokken en participeert actief in dit project. Conservator Jan Parmentier schakelde MiJH-er Stefan in om onderzoek te doen voor de voorjaarsexpo 'Bonaparte

de activiteiten in in de kalender en putten uit de rijke depots en erfgoedverhalen van het museum. Met als resultaat dat de medewerkers zich verbonden voelen met de plannen en acties van MiJH. Bijvoorbeeld: na de opening van hun minitentoonstelling kreeg de jongerenploeg vrijwel meteen spontane, positieve en kritische meningen doorgestuurd van enkele medewerkers. Zij willen dat 'hun' jongeren het goed doen en beter worden in wat ze doen. Maar het engagement van de medewerkers gaat nog verder: bijna iedereen hielp mee om het najaarsfeest MAS[KED] in goede banen te leiden. Zo stonden er conservatoren in de backstage en aan de inkom, stond een publiekswerker naast het podium, de communicatieverantwoordelijke aan de artiesteningang en de directeur in het centrale coördinatiepunt, om vervolgens in de vroege uurtjes achter een bezem te gaan staan. En dit op een gemaskerd bal voor 2000 jongeren, waarbij ook de museumzalen geopend waren. Het vertrouwen in jongeren (van MiJH en feestgangers) kan met recht en reden groot genoemd worden. MiJH is een enorme leerervaring voor de medewerkers en ook voor de jongeren. Samen, als één team, gaan we er voor om van het MAS een warme, open en tegelijkertijd leerrijke werkplek te maken. ●

- Liene Conard -
coördinator MAS in Jonge Handen (24 jaar)

MEYVAERT

GLASS ENGINEERING

SINCE 1826

MODULAR SHOWCASE SYSTEM POWERED BY MEYVAERT
INFINITE OPTIONS AND CONFIGURATIONSfor more information, contact us
INFO@INFINITYGROWSONYOU.COM

Leren van je publiek bouwen aan een virtueel museum



- Nannie Wiegman -
Directeur Florence
Nightingale Instituut

Het Florence Nightingale Instituut (FNI) is een kenniscentrum met een missie, namelijk dat de geschiedenis van de verpleging een belangrijke bijdrage levert aan de beroepstrots en zelfbewustheid van verpleegkundigen en verzorgenden. Eind 2011 besloten we als online kenniscentrum verder te gaan en over te stappen van een fysiek naar een virtueel museum.



- Digitalisering door Picturae -

Eind 2012 vertrok het FNI uit het museum pand in Zetten (Gld); het vestigde zich in een kantoorpand met een aangrenzend depot. In 2014 moet het virtuele kenniscentrum met dito museum een feit zijn.

WAT HEB JE NODIG?

Het FNI bestaat straks uit vier kernclusters: onderzoek, educatie, virtueel museum en mobiele activiteiten. Daarom hebben we al eind 2012 onze collectie laten digitaliseren door Picturae. Begin volgend jaar willen we het eerste deel hiervan voor het publiek ontsluiten via ons virtuele museum. Interessant is natuurlijk de vraag hoe je dat aanpakt en wat nu precies een virtueel museum is, en vooral wat het niet is. Het FNI kiest ervoor om de (toekomstige) gebruikers te raadplegen. Daarvoor zijn we begonnen bij de basis voor al onze activiteiten: onderzoek naar de geschiedenis van de verpleging en verzorging.

FNI en hoe wil je dat aangeboden krijgen? Gezien het onderwerp bestond de deelnemersgroep uit wetenschappers, promovendi en HBO-docenten. Daarnaast zaten er nog een 10-tal deskundigen op de publieke tribune om de discussie vanaf de zijlijn te volgen. De genodigden hebben we tijdig persoonlijk benaderd. We vroegen immers nogal wat van hen: 2,5 uur van hun kostbare tijd, nog los van de reistijd. Iedereen reageerde echter zonder uitzondering enthousiast. Men was benieuwd naar het fenomeen labsessie en vond het waardevol om 'vakbroeders' te ontmoeten. Zo werd ook nog eens een nieuw en nuttig onderzoeksnetwerk geboren. Ten behoeve van een optimaal resultaat van de sessie was vooraf veel tijd gestoken in het zorgvuldig formuleren van de vragen en was ook de voorzitter met zorg gekozen. De deskundigen kregen de vragen mondeling voorgelegd om ze vervolgens individueel en digitaal te beantwoorden. Aansluitend werd gezamenlijk ingezoomd op

LABSESSIE

In november 2012 heeft het FNI bij de Universiteit Utrecht een interactieve labsessie georganiseerd om te ontdekken wat gebruikers van het cluster Onderzoek verwachten. Het blijkt een probaat middel om inzicht te krijgen in de behoefte van je doelgroep. Voor deze labsessie, onder leiding van een voorzitter en een moderator, hadden we 16 deskundigen uitgenodigd. We hoopten antwoord te krijgen op de vraag: wat heb je nodig van het nieuwe

de meest voorkomende antwoorden. Het resultaat is ongeveer 100 bruikbare suggesties hoe het FNI het cluster Onderzoek virtueel uit moet werken en vooral ook waar men wel of niet behoefte aan heeft. Zo kwam bijna unaniem naar voren dat gebruikers de gedigitaliseerde collectie straks vooral in verband gebracht willen zien met hedendaagse issues uit de gezondheidszorg. De pop van zuster Stieltjes, een uniek object van een wijkverpleegster uit 1898, moet bijvoorbeeld in relatie gebracht kunnen worden met de relevante issues in de thuiszorg nu, vooral op educatief gebied.

NAAR EEN VIRTUEEL GEREgistREERD MUSEUM

De eerste belangrijke stappen voor een virtuele toekomst zijn hiermee gezet. Nu zijn we bezig om vanuit diezelfde invalshoek de gebruikersbehoeften voor de overige clusters in kaart te brengen. Voor het ontwikkelen van het virtuele museum leggen we de vraag voor aan deskundigen, maar vooral ook weer aan de doelgroep zelf: wat zou jij willen zien en beleven in dat virtuele museum? We overwegen om hiervoor ook weer via een labsessie te werk te gaan. Daarnaast krijgen we hulp van vier studenten van de Hogeschool Arnhem-Nijmegen (HAN), die voor ons het nodige voorwerk verrichten in het kader van hun afstuderen. Over het digitaliseringsproces is een documentaire gemaakt¹. Het wordt nog een hele uitdaging om onze collectie, bescheiden en eenvoudig van aard, straks virtueel zo aan te bieden, dat het publiek het verleden echt kan beleven en ervan kan leren. We moeten nog de nodige slagen maken voordat het virtuele museum straks live gaat. Maar dan kunnen bezoekers hier ook 24 uur per dag terecht. Toegankelijker kun je als museum niet zijn! ●

¹ zie: <http://www.fni.nl/page/virtueel-museum-15.html>

Profilering aangescherpt door publieksonderzoek



- Interieur van het Zouavenmuseum in Oudenbosch -

In Oudenbosch huist het Nederlands Zouavenmuseum. Dit museum is gewijd aan de soldaten van de paus van Rome, zogenoemde Zouaven. Het museum past naadloos in de rijke, religieuze erfgoedhistorie die Oudenbosch en omgeving heeft. De potentie van deze historie voor het heden wil het museumbestuur nog verder uitbouwen. Daarom heeft het museum in 2010 deelgenomen aan het Publieksonderzoek Brabantse musea¹, dat specifiek gericht was op kleine en middelgrote musea. Het is door het bestuur gebruikt als kwaliteitstoets en beleidsinstrument, zowel op de korte termijn om geconstateerde lacunes bij te sturen als op de lange termijn, om missie en richting opnieuw te formuleren. Het Publieksonderzoek Brabantse Musea omvatte vragen over bezoekfrequentie en -doel, over de gebruikte informatiekanaalen, over de bezoeker zelf en zijn waardering van het museum. Het Zouavenmuseum vroeg de bezoekers consequent de vragenlijst van het onderzoek in te vullen. Daardoor is een representatief aantal respondenten

verkregen. Ofschoon er wel een profiel bestond van de gemiddelde bezoeker, van het kwaliteitspeil van het museum en de waardering van omgevingsfactoren is het belangrijk om dit ook door onderzoek aangevuld te zien met bezoekerswensen en verwachtingen.

In vergelijking met ander musea blijkt het Zouavenmuseum zeer dikwijls bezocht te worden in het kader van een excursie, groepsuitje of bedrijfsuitstapje. Dit bezoek maakt niet zelden deel uit van een gecombineerd bezoek aan andere lokale en regionale toeristische en culturele instellingen. Het vele groepsbezoek is vaak het gevolg van mond-tot-mondreclame gecombineerd met een hoge waardering. Dat is een belangrijke conclusie uit het publieksonderzoek. De werving van bezoekers zal daarom meer nog gericht worden op groepen met belangstelling voor religieus erfgoed. Omdat ook blijkt dat zo'n bezoek steeds vaker start met het bekijken van de website, is een nauwkeuriger beheer hiervan aan de orde. Om bezoektijd uit te breiden en te flexibiliseren, wordt groepsbezoek nu

ook aangeboden buiten de reguliere openstelling. Uit het onderzoek blijkt ook dat de belangstelling van jongeren voor het Zoavenmuseum nog gering is. Hoe moeilijk deze groep ook lijkt te vangen, we zien in deze conclusie toch aanleiding om nieuwe erfgoededucatieprogramma's te starten voor scholen. Hiervoor gebruiken we het project Overgisteren (voor kleuters) van Erfgoed Brabant en voor oudere doelgroepen wordt lesmateriaal ontwikkeld in samenwerking met de Marktplaats Cultuureducatie. ●

Jos Steegmans

bestuurder Nederlands Zouavenmuseum

¹ Publieksonderzoek Brabantse musea 2010 Totaalrapport, febr 2011 alsmede de daaruit voortvloeiend publicatie Musea wijzen de weg. Aan de slag met het Publieksonderzoek Brabantse musea is op te vragen bij Erfgoed Brabant, tel. 073 615 62 62 of info@erfgoedbrabant.nl

Leertraject Kleuters in het museum

Museum Mayer van den Bergh zet de deuren open voor de kleinsten



- Lieve Loos -
Publicist Museum
Mayer van den Bergh

Museum Mayer van den Bergh toont de indrukwekkende en zeer diverse kunstcollectie die Fritz Mayer van den Bergh (1858-1901) aan het eind van de 19de eeuw verzamelde. Sinds 1956 maakt het museum deel uit van de Stedelijke Musea Antwerpen. De verzameling – zowat 3100 kunstvoorwerpen en bijna 2500 munten en penningen – is nog altijd die van één man. Fritz Mayer van den Bergh was een echte 'connaissanceur' met een bijzonder verfijnde smaak; hij verwierf o.a. het paneel van de Dulle Griet van Pieter Bruegel de Oude. Na zijn vroege dood bracht zijn moeder Henriëtte van den Bergh de collectie onder in de neogotische patriciërs woning die zij voor dit doel liet bouwen.

Uit onderzoek bleek dat bij gezinnen die musea bezoeken er zeer vaak kleuters meekomen. Wat kan het museumbezoek voor hen betekenen? Hoe kunnen we de jongste bezoekerjes deze fabelachtige collectie laten beleven, was de uitdaging die het museum zich stelde.

Met een interactieve rondleiding voor kleuters rond het thema 'dieren' deden we ervaring op. Elke kleuter bracht zijn/haar knuffel mee en we gebruikten dit als leidraad om het museum te bezoeken. Het format bleek een succes. Ook mama, papa, oma of opa genoten van het museumbezoek. En ze lieten ons weten hoe opgetogen ze waren over dit initiatief, want ze wilden graag met hun kleuter musea bezoeken, maar ondervonden dat er tot dan toe weinig aanbod bestond.

Op Sinterklaasdag 2010 startten vier gidsen van onze gidsenpool en twee medewerkers van het museum met de opleiding 'Competentietraject kleuters', een initiatief van Algemeen Onderwijsbeleid van de Stad Antwerpen. Dit kwam tot stand in samenspraak met onderwijs en musea. Deelnemers waren o.a. musea, bibliotheken en buitenschoolse kinderopvang. Negen maandagvoormiddagen volgden er theorie en praktijk en werden we ondergedompeld in de wereld van de

kleuters. De lesgevers kwamen van de kunsteducatieve organisatie De Veerman en van ContraPunt, cultureel constructiebureau in Nederland.

In de opleiding leerden we dat een kleuter een hele ontwikkeling doormaakt. Op een bepaald moment kampt hij/zij met zijn in verhouding grote hoofd, wat leidt tot grappige situaties. Hun evenwichtsgevoel is bijvoorbeeld totaal anders. Om te begrijpen hoe een kleuter rondkijkt in het museum, kropen we zelfs op onze knieën in de museumzalen. Nadat het theoretisch gedeelte achter de rug is, is het aan ons om een rondleiding te ontwikkelen. Samen met een coach van de kunsteducatieve organisatie De Veerman gaan we aan de slag. We opteren ervoor om verschillende zintuigen te prikkelen door de kleuters te laten luisteren, kijken en voelen. Maar ook een spelelement is belangrijk, dus mogen ze zich verkleeden en mogen ze poseren.

Na een aantal vruchtbare besprekingen over de collectie en de thema's die geschikt waren, kwam de selectie van de meest aansprekende kunstwerken voor onze kleine gasten. We kozen voor portretten (kleuters verkleeden zich graag), schilderijen met voedsel en diptieken. Eens onze rondleiding bijna volledig op punt stond, werd ze onderworpen aan

het kritische publiek van een derde kleuterklasje. We doorstonden de test en dankzij nog enkele bruikbare tips van de kleuterjuffen was onze interactieve rondleiding een feit.

Vanaf dat moment hebben we regelmatig kleuters over de vloer die op stap gaan in het museum. De rondleiding is opgebouwd rond drie sleutels die de kleuters moeten zoeken. Daarmee openen ze telkens een koffertje. Elke doos heeft een specifiek voorwerp met een bijhorend thema. Een eerste doos behandelt de portretten. De kleuters bekijken de kledij en voorwerpen van vroeger en kleden zich op hun paasbest en paraderen als deftige dames en heren. En als kers op de taart wordt een foto genomen waarbij de kleuters poseren in een groot authentiek schilderijkader. Een tweede koffertje gaat over eten en drinken. Hierin zit een houten lepel. Bij dit thema horen nog extra voelendozen waar de kleuters moeten raden wat erin zit.

Het derde thema dat ze tegenkomen zijn diptiekjes, kleine schilderijtjes, die mensen vroeger meenamen zoals we nu foto's bewaren op een smartphone.

De terughoudendheid die er in het begin leefde 'Oei komen kleuters niet overal aan en is Mayer wel geschikt voor hen' verdween tijdens het traject. We werken met een klas van maximaal 24 kleuters die in twee groepjes op stap gaan met een gids en de juf. Ons museum is helemaal bemeubeld en heeft authentiek behang. Maar doordat ze bezig zijn met de dozen is hun aandacht heel gefocust en blijkt ons museum ideaal te zijn door zijn huiselijke sfeer. Het museum maakt een diepe indruk op deze vijfjarigen en we zien hen graag komen. Ons suppoostenteam kijkt altijd vertederd als ze hand in hand het museum binnenstappen en met hun grote ogen de wereld verkennen. Dankzij dit traject hebben we een hele nieuwe en zeer enthousiaste doelgroep kunnen verwelkomen. In essentie gaat het om de museumbeleving die de kleuters ervaren. Voor een groot deel onder hen is het hun eerste museumervaring. ●

- De kleuters poseren in een groot authentiek schilderijkader. Foto Museum Mayer van den Bergh -



Leren en innoveren in collegagroepen

Hoe FARO ervaringsdeling binnen de erfgoedsector wil stimuleren



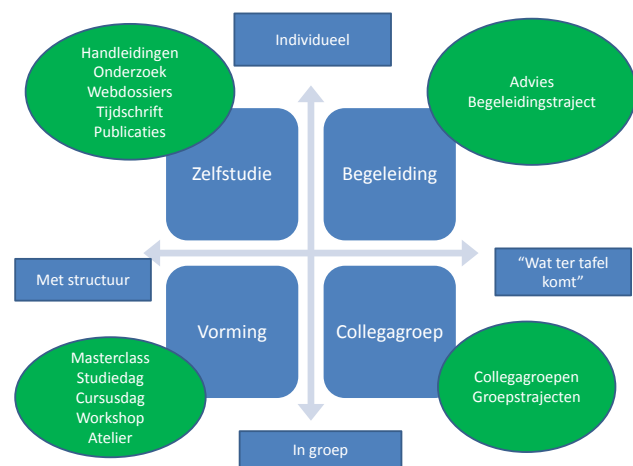
- Jacqueline van Leeuwen -
Stafmedewerker FARO

Nieuwe dingen ontdekken, grenzen verleggen en inspiratie opdoen: het kan zo verfrissend zijn. Maar vaak staan er zoveel praktische belemmeringen in de weg. Drukke agenda's, of gewoon andere prioriteiten. Vandaar de vraag: hoe kunnen we efficiënt nieuwe horizonten verkennen, informatie op maat verwerven en bijleren? Misschien wel door het gewoon samen te doen, in een collegagroep.

LEERSTIJLEN EN LEERPROCESSEN

Hoe leert u het liefste? Ondergetekende leest bijvoorbeeld graag een boek. Of laat zich inspireren door een gepassioneerd theoretisch betoog. Maar dat geldt natuurlijk niet voor iedereen. Mensen verschillen en hun leerstijlen dus ook. De voorbije jaren hebben musea vaak gewerkt met de leercyclus van Kolb. Hij maakt een onderscheid tussen denkers, dromers, doeners en beslissers. Elk type leergierige heeft een andere benadering, en dus ook een andere didactische aanpak nodig. Bij FARO werken we met een ander schema¹. Wij gaan ervan uit dat er bij het bepalen van een vormingsaanbod eigenlijk twee basisvragen zijn. Ten eerste: leer je graag alleen of liever in een groep? En ten tweede: ben je op zoek naar gestructureerde kennis, gepresenteerd van A tot Z, of ga je liever wat exploratief te werk, en wil je vertrekken van wat ter tafel ligt? Een combinatie van deze twee assen leidt tot een model van vier brede types leerprocessen.

Schema FARO-visie



Mensen die graag individueel leren en de zaak graag wat gestructureerd aanpakken, zullen zich het meest thuis voelen in het vak zelfstudie. Hier situeren we dan ook handboeken, websites, werkdocumenten en dergelijke. Willen ze graag wat meer exploratief aan de slag, maar toch feedback op maat, dan kunnen ze overstappen naar het vak mentoring en coaching. Eén op één bekijken van de uitdagingen die zich voordoen, reflecteren en verdiepen zijn hier de werkmethodes. Maar wie liever samen met anderen gestructureerd kennis wil verwerven, zal zich eerder inschrijven voor een cursus. Staat ervaringsdeling echter hoog op de verlanglijst, dan is een collegagroep waarschijnlijk een beter alternatief. Hier is er geen sprake van een cursus of een vooraf bepaalde rode draad, maar staat het leren van elkaar centraal. Natuurlijk zijn dit ideaaltypes maar voor ons is het een schema dat werkt. Ook in die zin dat we voor verschillende topics bewust in de vier vakken actief zijn. Neem nu beleidsplanning. Daarvoor staat een handboek ter beschikking, organiseren we een vorming, begeleiden we organisaties op maat en brengen we mensen samen in een collegagroep. Voor ieder wat wils dus!

EEN VOORKEUR VOOR PRAKTIJKGEMEENSCHAPPEN

Maar, toch bleven we ons afvragen hoe ons doelpubliek het liefste leert. We besloten het hen gewoon te vragen via een korte bevraging van onze "cursisten" tussen december 2011 en januari 2012. Uit dit onderzoekje bleek dat de deelnemers onze vorming vaak als theoretisch bestempelen. Er is vraag naar meer praktijkgerichte vormingen.

Ook was het bijzonder opvallend dat veel mensen naar onze vormingen komen om anderen te leren kennen. En dat ze in de toekomst graag nog meer gelegenheid zouden krijgen om ervaringen te delen en van elkaar te leren.

Ons publiek situeert zich zo heel duidelijk als een groep mensen die graag samen met anderen leren en ervaringen delen. Een accent op de rechter-benedenhoek van ons schema dus. En dat is niet zo verwonderlijk. Onderzoek naar leerstrategieën heeft immers aangetoond dat er wereldwijd een verschuiving is van een gestructureerde, klassieke aanpak, naar meer ervaringsdelen. Samen reflecteren, problemen oplossen en voorbeelden delen. 'Collaborative learning' heet dat dan in het jargon². Etienne Wenger ontwikkelde het concept van de 'communities of practice': praktijkgemeenschappen die oude rotten en groene blaadjes verenigen en zo kennis opbouwen. Deze groepen hebben volgens hem vier belangrijke kenmerken. In de eerste plaats hebben de leden een gezamenlijke interesse of een gezamenlijk werkdomein, het museum bijvoorbeeld, of meer specifiek: publiekswerking in een museum. Het zijn bovendien groepen die echt samen dingen ondernemen: de leden ontmoeten elkaar regelmatig, discussiëren en delen informatie. Zo ontstaat er op den duur een gedeeld repertoire aan ervaringen, verhalen, oplossingen en werkmethodes. Die gedeelde praktijk is het derde kenmerk van dergelijke praktijkgemeenschappen. Een vierde, heel belangrijk punt, is dat de leden van dergelijke groepen allemaal gelijk zijn. Er is geen hiërarchie, nieuwkomers hebben evenveel in te brengen als ervaren krachten. Niet het meest eenvoudige kenmerk van praktijkgemeenschappen, maar wel heel cruciaal³.

Vaak ontstaan dit soort praktijkgemeenschappen op een organische manier. Tijdens koffiepauzes bijvoorbeeld, of tijdens de lunch. Maar, je kan ze ook bewust opstarten om zo het leren een extra impuls te geven. De topics die aan bod komen op dergelijke bijeenkomsten worden van onderuit

aangedragen. Het is de groep die bepaalt wat ze wil leren. De organisator van dit leerproces evolueert zo meer naar een coördinator of moderator: iemand die zorgt dat de vragen van de deelnemers beantwoord worden en erover waakt dat iedereen een inbreng kan doen.

Praktijkgemeenschappen, zoals collegagroepen, opstarten zou wel eens een goed antwoord kunnen zijn op de vraag naar een betere vertaling naar de praktijk. Hier staat immers niet de theorie, maar wel de ervaring centraal. En beleefde praktijken bekijken kan bijzonder verhelderend zijn. Maar is dat de enige meerwaarde van praktijkgemeenschappen? Kan je hen ook gebruiken om te vernieuwen? Om innovatie te stimuleren?

INNOVATIE IN DE PRAKTIJK

Innovatie, creativiteit en ondernemerschap lijken de toverwoorden van onze tijd. Vaak worden ze in één adem genoemd, maar toch zijn ze geen één pot nat. Creativiteit kan je omschrijven als het ontwikkelen van volledig nieuwe ideeën, die soms zelfs helemaal los van de haalbaarheid staan. Innoveren betekent dan: het vertellen van de nieuwe ideeën naar praktische toepassingen. Oftewel: het transformeren van een wild idee naar een project. Ondernemerschap kan je dan zien als de derde trap: de nieuwe producten in de markt plaatsen. Niet exploreren maar exploiteren⁴.

Kortom: ook al bent u geen hemelbestormer of energieke brainstormer, de echte innovatie zit in de vertaalslag naar de praktijk. En daar kunnen praktijkgemeenschappen nu juist een grote rol spelen. Traditioneel bevindt innovatie zich binnen de

muren van organisaties. Denk: aparte Research and Development-units in grote bedrijven. Met veel geheimdoenerij en strikte controlemechanismen. Dit noemen we: gesloten innovatie. De laatste jaren stapten heel wat grote bedrijven als Nokia en Google echter af van dit model, omdat ze het te beperkend vonden. Zij besloten om hun deuren open te zetten en een nieuwe verfrissende wind te laten waaien. Buitenstaanders betrekken en van bij het begin laten meedenken, is hun devies. In plaats van te investeren in afgesloten R&D-units, zetten zij in op brede netwerken⁵. Opvallend is dat de innovatieve netwerken uit het bedrijfsleven ongeveer dezelfde kenmerken hebben als de praktijkgemeenschappen van Wenger. Alleen leggen de innovatieve groepen meer expliciet de nadruk op het samenbrengen van verschillende perspectieven. Dus, als we in een leerproces ook willen vernieuwen, dan moeten we ervoor zorgen dat onze groepen divers zijn samengesteld, zodat de leden met heel wat andere perspectieven geconfronteerd worden.

INNOVATIEVE PRAKTIJKGEMEENSCHAPPEN... IN DE PRAKTIJK

De voorbije maanden heeft FARO actief ingezet op het vormen van praktijkgemeenschappen. We deden dat vooral dat door collegagroepen op te richten rond gedeelde thema's als 'leren in de erfgoedsector', 'publieksbemiddeling' of 'intellectuele eigendomsrechten'. Hoe verschillend de thematiek ook, de aanpak bleef steeds dezelfde: de leden van de groep bepalen wat er op de agenda kwam. Tijdens de bijeenkomsten zetten we in op

ervaringsdeling, bijvoorbeeld door te discussiëren in kleine groepen en sterk interactief te werken. We horen van onze deelnemers dat ze veel opsteken van deze aanpak. En we zien ook dat er nieuwe contacten worden gelegd. Maar niet iedereen komt naar elke bijeenkomst, en mensen vinden het soms moeilijk om achteraf te verwoorden wat ze nu precies mee naar huis nemen. Ondanks de losse 'bottom up'-formule is het dus belangrijk om dit soort groepen goed te begeleiden. Wij deden dat door elke bijeenkomst goed voor te bereiden en interactieve werkvormen in te bouwen. Ook bleek het in een aantal groepen heel belangrijk om wel te 'landen' in een soort neerslag van de werkzaamheden. Dat kan een kort verslag zijn, maar even goed een toolbox met instrumenten die ze kunnen gebruiken. Daarom tot slot een wijze raad: investeren in praktijkgemeenschappen betekent nog steeds dat je als organisator de touwtjes in handen moet nemen. Alleen de wijze waarop je dat doet verschilt fundamenteel van een klassieke vorming. ●

- 1 Dit schema werd ontwikkeld door Anita Gaals, stafmedewerker bij FARO
- 2 L. KELLY, Learning in the 21st century museum (<http://australianmuseum.net.au/Uploads/Documents/22908/LEM%20paper%2012%200ct%20Kelly.pdf>)
- 3 E. Wenger, *Communities of Practice. Learning, Meaning and Identity*, Cambridge, 2007 en www.wenger.com/theory; E. Wenger, R. Mc Dermott, W. Snyder, *Cultivating Communities of Practice*, Boston, 2002; E. Wenger, "Communities of Practice: learning as a Social System", *Systems Thinker*, juni 1998.
- 4 L. De Clippeleer, K. De Stobbeleir, K. Dewettinck, S. Ashford, *From creativity to success: Barriers and Critical Success Factors in the Successful Implementation of Creative Ideas*, Leuven, 2009 (<http://www.flandersc.be/nl/kennis/studies/from-creativity-to-success>); P. Matthysens en A. Schramme, *Nieuwe denkkaders versus oude gewoonten. Innovatie in de industrie en de creatieve sector*. In Annick Schramme (Ed.), *De verbeelding (opnieuw) aan de macht. Over creativiteit en innovatie in de culturele sector*, Tielt, 2010, pp. 13-40.
- 5 H. Chesbrough, *Open innovation: The new imperative for Creating and Profiting from Technology*, Harvard, 2003

Doorleren met je collectie

Als 'éducation permanente' ergens in het museum-bedrijf wenselijk is, dan is het wel op het terrein van informatiebeheer. Bezoekers van musea, gebruikers van internet, allemaal zijn we voortdurend op zoek naar informatie. De behoefte om informatie op een gestructureerde manier vast te leggen en daarbij automatisering als hulpmiddel in te zetten, bestaat al langer. Maar een echte sprong voorwaarts zien we eind jaren '80 van de vorige eeuw. Amper 25 jaar geleden. Dan komt de personal computer binnen handbereik en ontstaan de eerste standaard-programma's voor museale automatisering. De Nederlandse Museumvereniging bood met het PC-Museumproject hard- en software aan, Q&A of Tinman, waarmee veel musea aan de slag gingen.



Later kwam IMC - m o d u l e s erbij. Er werden gebruikersgroepen opgericht, die tot 2001 niet alleen ingingen op inhoudelijke en technische

kwesties, maar ook de weg wezen naar nieuwe ontwikkelingen en programmatuur. Daarna namen gebruikersgroepen die horen bij de huidige standaard-programma's Adlib en TMS het stokje over. Dankzij helpdesk-ondersteuning, cursussen, webinars (web-seminars), bijeenkomsten, websites en andere communicatiekanalen kunnen gebruikers van die producten voortdurend de ontwikkelingen volgen, bijblijven en vragen stellen. Maar er is meer mogelijk voor de museummedewerker. Ook voor degene die als vrijwilliger de museumwereld binnenstapt. Bijvoorbeeld door mee te doen aan een workshop bij een museum-consulentschap. Inhoudelijk overleg is er ook, bijvoorbeeld in Vlaanderen via de gebruikersgroep van MOVE. En in Nederland komen de deelnemers aan Collectie Gelderland vier keer per jaar bij elkaar om op de hoogte te blijven van nieuwe ontwikkelingen, samen te werken en van elkaar te leren. En op die manier kom je met elkaar waar je moet wezen: informatie van erfgoedinstellingen vanuit het eigen informatiesysteem beschikbaar stellen voor de wereld om ons heen. Dat is een leerzaam proces. Goed voor jezelf en voor je collectie. ●

LEERZAME SUGGESTIES:

Verantwoord omgaan met collecties: <http://www.cultureelerfgoed.nl/Spectrum-N>
Praktijkvoorbeelden: <http://www.den.nl/praktijkvoorbeelden>
Handleiding voor registreren: http://www.museuminzicht.be/public/musea_werk/invulboek/index.cfm
Adlib gebruikersgroep: <http://www.adlibug.nl/>, [leverancier: http://www.adlibsoft.nl](http://www.adlibsoft.nl)
TMS gebruikers: <http://www.gallerysystems.com/>, kijk voor internationale bijeenkomsten onder Collective Imagination, leverancier: <http://www.go2cit.nl>
Een voorbeeld van cursusaanbod door consulentschap: <http://www.gelderserfgoed.nl/cursussen/Cursusaanbodinformatiebeheer.php>
Een samenwerkingsverband: <http://www.collectiegelderland.nl>

Arno Stam

Consulent informatiebeheer Gelders Erfgoed

- Het favoriete voorwerp van Majo Schlosser - Stadskasteel Zaltbommel -

Lagotronics Projects:

Maatwerk interactieve oplossingen

Reeds 34 jaar levert Lagotronics Projects BV al hoogwaardige maatwerkoplossingen voor audiovisuele- & verlichtingsprojecten. Het bedrijf dat in 1979 mede werd opgericht door Carlo Görtjes (eigenaar) heeft in zeer veel markten zijn credits verdient. De grote groei heeft het bedrijf doorgemaakt in de jaren '80 toen ze in de tv wereld terecht kwamen en de besturings- en speltechniek evenals decorverlichting voor haar rekening nam voor vele grote tv producties.

Door de kennis die ze hebben opgedaan, was de uitbreiding met interactieve maatwerkoplossingen logisch. "We leven in een dynamische wereld waarin mensen zelf onderdeel willen zijn van activiteiten en zaken willen kunnen sturen", aldus Görtjes.

"We leven in een dynamische wereld"

Een mooi voorbeeld hiervan is de amusement en pretpark wereld, waar Lagotronics Projects reeds jarenlang wereldwijd actief is. Ze hebben in eigen beheer een interactief systeem ontwikkeld genaamd LagoTRIG, dat wordt gebruikt in bijvoorbeeld Darkrides en achtbanen. Gezien het een modulair opgebouwd systeem betreft, kan het echter ook in eenvoudige settings gebruikt worden. Zo kan men bijvoorbeeld targets plaatsen die getriggerd kunnen worden met een toverstaf waarna er een "actie" kan worden gegenereerd.

Ook in de musea is de vraag naar interactie groter geworden in de afgelopen jaren. Het actief doorlopen van een tentoonstelling, waarbij bezoekers zelf kunnen bepalen wanneer men welke informatie wil horen, is er een voorbeeld van. Ook voor de jongste bezoekers is het aanbod van interactie zeer belangrijk. Kinderen kunnen spelenderwijs de tentoonstelling ontdekken met activiteiten waarin maatwerk audiovisuele- en lichttechniek wordt toegepast.

Een voorbeeld van de veelzijdige referentieprojecten is Corpus reis door de mens in Oegstgeest. Deze tentoonstelling neemt je in 7 etages mee door het menselijk lichaam, waarbij alle audiovisuele en verlichtingstechniek via een digitaal draaiboek (showcontrol) via tijdlijnen wordt aangestuurd. Ook zijn er twee theaters gerealiseerd waarin passieve 3D projectie is toegepast. Ook het Limburg paviljoen op de Floriade 2012 heeft Lagotronics Projects volledig gerealiseerd. Daarnaast waren ze bijvoorbeeld actief in het Limburgs Museum in Venlo en het Historiehuis in Roermond.

Een mooie recente aanvulling van de productportfolio van Lagotronics zijn de grote LED videowalls. Ze bieden zowel indoor als outdoor oplossingen aan, die compleet van a tot z kunnen worden afgeleverd en geïnstalleerd. Ook hiervan is een groot exemplaar gebruikt voor het Limburg Paviljoen op de Floriade, maar ook in theatershows waaronder Saturday Night Fever en Studio 21 on air in Hilversum.

Kortom voor een vrijblijvend advies op maat voor uw (interactieve) audiovisuele- en verlichtingsvraagstukken, kunt u contact opnemen met Lagotronics Projects in Venlo.

Mark Beumers
C.O.O.
mark@lagotronics.nl

Ralf Holzapfel
Account Manager
ralf@lagotronics.nl

Telefoon +31 77 320 43 33
Website www.lagotronics.com



Lagotronics
projects

Groningen: Leergang Cultuuronderwijs



Rijksuniversiteit Groningen is in samenwerking met het Museumhuis de academische Leergang Cultuuronderwijs Groningen gestart. Vanaf april 2013 is het mogelijk om je aan te melden voor de eerste post-HBO / WO academische Leergang Cultuuronderwijs. De leergang bestaat in totaal uit zes (tweewekelijkse) seminars.

De leergang is bedoeld voor ontwikkelaars van cultuur- en erfgoedonderwijs, leidinggevend, opleiders en beleidsmedewerkers (midden- en hoger kader). De leergang past in een ontwikkeling in het veld van erfgoed- en cultuureducatie, waarbij de aandacht op inhoudelijke kwaliteit is gericht.

De leergang staat onder leiding van prof. dr. B.P. (Barend) van Heusden (hoogleraar Cultuur en Cognitie) en dr. E. (Eelco) van Es (afdeling Kunsten, Cultuur en Media) en biedt een verdieping van de theoretische grondslagen van cultuuronderwijs.

De verschillende aspecten van het cultuuronderwijs (cultuur, cultureel bewustzijn, media, kunsten, erfgoed, filosofie) worden in hun onderlinge samenhang besproken. Gerichte oefeningen stellen de deelnemers in staat de opgedane kennis in hun beroepspraktijk toe te passen en te toetsen. Tineke de Danschutter, (consulent erfgoed en publiek) is betrokken bij de begeleiding van de cursisten en ontwikkelt, in samenwerking met Eelco van Es (RuG) en Hadewijch de Jong (RuG/Cultuur in de Spiegel) de opdrachten in eigen werkp praktijk en/of werkomgeving. Het Museumhuis hoopt zo bij te dragen aan een kennisnetwerk voor kwalitatief goed cultuur- en erfgoedonderwijs.

Voor uitgebreide informatie gaat u naar www.rug.nl/let/leergangcultuuronderwijs. U kunt ook contact opnemen met de coördinator, dr. Eelco van Es, e.van.es@rug.nl.

'Het kwam er gewoon niet van'

Het Sociaal Cultureel Planbureau onderzocht hoe kunstminnend de Nederlandse bevolking is. Twee derde van de mensen die zeggen in kunst te zijn geïnteresseerd gaat toch niet over tot bezoek. 'Het kwam er gewoon niet van' is het meest gehoorde argument. Voor deze niet-bezoekers hebben kunstuitingen, populair of klassiek, gecanoniseerd of niet, kennelijk nog onvoldoende urgentie. Musea die voor de toekomst de drempels willen verlagen krijgen in deze publicatie een goede pers. De auteur pleit voor meer onderzoek naar geschikte instrumenten waarmee de interesse van potentiële bezoekers kan worden aangewakkerd. Andries van den Broek Kunstminnend Nederland? Interesse en bezoek, drempels en ervaringen SCP-publicatie Het culturele draagvlak, deel 12. Publicatie is te downloaden via www.scp.nl



if then is now

'If then is now' is het nieuwe crossmediale community-platform voor cultuur, geschiedenis en toerisme, opgericht door Amsterdam Museum en Menno Heling (zie www.ifthenisnow.nl). Er werd een zogenaamde tool ontwikkeld waarmee musea extra aandacht en buzz via de sociale media kunnen genereren voor hun activiteiten en tentoonstellingen, de zogenaamde 'if then is now mirror'. Meer informatie: info@ifthenisnow.nl of 06-31974866 (Menno Heling)

Rozemond
Tentoonstellingen

www.rozemondtentoonstellingen.nl



Idee
ontwerp & realisatie



OOST-VLAANDEREN
MIEKE VAN DOORSELAER
T (+32) 09 267 72 85
E mieke.van.doorselaer@oost-vlaanderen.be

WEST-VLAANDEREN
ELS DUMALIN
T (+32) 50 403444
E els.dumalin@west-vlaanderen.be

ANTWERPEN
FRANK HERMAN
T (+32) 03 240 64 29
E frank.herman@admin.provant.be

LIMBURG
ANNE MILKERS
T (+32) 011 23 75 80
E amilkers@limburg.be

VLAAMS-BRABANT
REBECCA SCHOETERS
T (+32) 016 26 76 19
E rebecca.schoeters@vlaamsbrabant.be

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
Drents Plateau
T (+31) 0592 30 59 34

OVERIJSSSEL
GIRBE BUIST
Adviesbureau Buist
T (+31) 06 51085948
E buistg@ziggo.nl

GELDERLAND
MARC WINGENS
Stichting Gelders Erfgoed,
T (+31) 0575 511 826
E m.wingens@gelderserfgoed.nl

FLEVOLAND
ANDRÉ GEURTS
Nieuw Land Erfgoedcentrum
T (+31) 0320 225 900
E a.geurts@nieuwlanderfgoed.nl

UTRECHT
MARIANNE DE RIJKE
Landschap Erfgoed Utrecht
T (+31) 030 22 19 782
E m.derijke@landschaperfgoedutrecht.nl

Museum peil

**VLAAMSE
GEMEENSCHAPSCOMMISSIE**
PEGGY VOESTERZOONS
T (+32) 02 563 05 58
E pegg.voesterzoons@vgc.be

**FARO, VLAAMS STEUNPUNT
VOOR CULTUREEL ERFGOED**
T (+32) 02 213 10 60
LEON SMETS
Consulent behoud en beheer
E leon.smet@faronet.be

HILDEGARDE VAN GENECHTEN
Consulent publiekswerking
E hildegarde.vangenechten@faronet.be

GRIET KOCKELKOREN
Consulent behoud en beheer
E griet.kockelkoren@faronet.be

OLGA VAN OOST
Stafmedewerker musea
E olga.vanoost@faronet.be

NOORD-HOLLAND
BIRGITTA FIJEN
Cultuurcompagnie
T (+31) 072 850 28 00
E birgittafijen@cultuurcompagnie.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 6262
E annettegaalman@erfgoedbrabant.nl

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

**BUREAU LANDELIJK CONTACT
VAN MUSEUMCONSULENTEN**
Postbus 1325, 5200 BJ 's-Hertogenbosch
T (+31) 073 615 62 73
F (+31) 073 615 62 63
E lcm@erfgoedbrabant.nl
W www.museumconsulenten.nl

colofon

Museumpeil nummer 39 - voorjaar 2013
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 museum-consulenten en FARO, Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed. Museumpeil verschijnt tweemaal per jaar en wordt verspreid onder de relaties van museumconsulenten en FARO, Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed.

Redactie:
Elly Pouwels
Liesbeth Tonckens
Peggy Voesterzoons
Girbe Buist
Leon Smets
Jan Sparreboom (hoofdredacteur)

Redactieadres:
Bureau Landelijk Contact
van Museumconsulenten,
De Griffie Waterstraat 16, s-Hertogenbosch
Postbus 1325, 5200 BJ 's-Hertogenbosch
T (+31) 073 615 62 73
E LCM@erfgoedbrabant.nl

Abonnementen:
Een jaarabonnement kost € 22,50
Opgave voor Nederland
bij Museumfederatie Fryslân,
Turfmarkt 12B, 8911 KT Leeuwarden.
Voor België bij FARO, Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed, Priemstraat 51, 1000 Brussel. Abonnementen lopen per kalenderjaar en dienen voor het einde van het jaar te worden opgezegd.

Losse nummers:
Losse nummers kosten € 12,50
(excl. verzendkosten)

Advertenties:
Reclazorg, Hengelo

Vormgeving:
Satelit Communications, Lier

Drukwerk:
Drukkerij Olijdam, Enschede

Oplage:
2400 exemplaren
ISSN 1381-1088

Foto omslag:
Tentoonstelling in de bibliotheek van het Van Abbemuseum
Eindhoven, 2012. Foto Peter Cox

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



Priatnov

consult & training

Voor praktische hulp, advies en training

- Beleidsplannen, collectieplannen marketingplannen
- Hoe kan mijn museum succesvol zijn met weinig geld
- Vervanging ad interim
- Coaching
- Kwaliteitszorg
- Personeelbeleid

Met verbeeldingskracht en gedrevenheid

E-mail: basnik@priatnov.nl
Website: www.priatnov.nl

Priatnov is de onderneming van Kees Plaisier



Archief wordt verstand van zaken

Adlib Archief is de professionele software voor het beheer van historische, bedrijfs- en overheidsarchieven. Duurzaam, want dankzij de open architectuur blijven uw archiefstukken tot in de lengte der dagen te raadplegen. In Adlib Archief beschrijft u uw archief tot op ieder gewenst niveau. De stukken worden overzichtelijk in context getoond, zodat u gerelateerde informatie direct in beeld heeft. Bovendien bieden verschillende zoekingen u snel en gemakkelijk toegang tot alle bronnen. Met Adlib Archief legt u het verleden vast voor de toekomst



Adlib Archief

Uitgebreid Overzichtelijk Flexibel Van globaal tot gedetailleerd
 Conservering- en Restauratiemodule Studiezaalmodule
 Bewaarbeheer Inschrijvingen Meerdere zoekmogelijkheden
 Meertalig Internationale standaarden ISAD (G) EAD ISAAR(CPF)
 Unicode Integreerbaar met Adlib Bibliotheek en Adlib Museum
 tot één 'crossdomain' systeem Databasekeuze MS SQL Server,
 Oracle en Adlib Open System API-koppelingen Aanpasbaar aan
 elk soort archief.

adlib
 The easy way to knowledge

Adlib Information Systems
 (0346) 58 68 00
sales@adlibsoft.com
www.adlibsoft.com



Uw collectie een levend bezit

Met Adlib Museum houdt u uw collectie inzichtelijk en toegankelijk. Een levend bezit en daardoor een waardevol bezit. Adlib Museum ondersteunt ieder aspect van collectiebeheer. Gebruiksgemak, volledigheid en betrouwbaarheid zijn het resultaat van jarenlange betrokkenheid bij het vakgebied. Niet voor niets is Adlib Museum het meest toegepaste collectiemanagementsysteem ter wereld.



Adlib Museum

Veelzijdig Overzichtelijk Gebruiksvriendelijk Efficiënt Perfect
 thesaurusbeheer Grote musea, kleine musea Aanpasbaar aan
 elke collectie Meerdere collecties Conserverings- en restauratie-
 module Meerdere zoekmogelijkheden Mobiel (ook) in het magazijn
 Workflowmanagement Meertalig Internationale standaarden
 Spectrum Cidoc OAI-PMH Unicode Integreerbaar met Adlib
 Bibliotheek en Adlib Archief tot één 'crossdomain' Systeem Keuze
 databases MS SQL Server, Oracle, Adlib API-koppelingen

adlib
 The easy way to knowledge

Adlib Information Systems
 (0346) 58 68 00
sales@adlibsoft.com
www.adlibsoft.com