

De Nederlandse Museumvereniging

postadres

Postbus 74683

1070 BR Amsterdam

telefoon

020 6701100

fax

020 6701101

e-mail

info@museumvereniging.nl

website

www.museumvereniging.nl

99-450

Boekmansichting - Bibliotheek
Herengracht 415
1017 BP Amsterdam
Tel. 6243739

De museale bouwsteen voor cultuurbeleid 2001-2004

Musea vormen een vitaal onderdeel van het maatschappelijk bestel: zij presenteren en behouden het cultureel erfgoed, geven identiteit aan een stad, streek of land, bieden de mogelijkheid tot hoogwaardige vrijetijdsbesteding, verschaffen historisch inzicht en geven de mogelijkheid om op een ontspannen wijze kennis te vergaren. Zij verhogen de kwaliteit van de infrastructuur en vergroten daarmee de aantrekkelijkheid voor zowel bewoners als bezoekers / toeristen.

De Nederlandse Museumvereniging ziet het als belangrijke uitdaging voor musea aan het begin van de 21ste eeuw om niet alleen de traditionele museale taken – verwerven, behouden, onderzoeken, presenteren en informeren – goed uit te oefenen, maar ook bovenstaande sterke eigenschappen verder te profileren. De musea kunnen dat doen door blijk te geven van ondernemingszin en vernieuwend en vraaggericht te opereren.

De uitwerking daarvan stellen wij ons als volgt voor.

ONDERLINGE SAMENWERKING

De huidige maatschappij kent een toenemende behoefte om vrije tijd zinvol te besteden. Musea bieden daartoe volop gelegenheid, zowel voor groepen als voor individuen. In tegenstelling tot cultuuruitingen als theater of muziekkuitvoeringen kan deelname plaatsvinden bij impuls, zonder planning vooraf, met zoveel mensen als men wil, op een zelfgekozen tijdstip. Ruimere openingstijden kunnen deze mogelijkheden nog versterken. De grote kracht van het museale aanbod schuilt daarnaast in de veelzijdigheid in soort, in

omvang en in inhoud – zelfs binnen een en dezelfde instelling –, en de grote landelijke spreiding. Deze kenmerken vormen een uitstekende basis voor de ontwikkeling van een levendig, innovatief en dynamisch museumbestel.

Toenemende intermuseale afstemming en samenwerking op bedrijfsmatig terrein is van groot belang. Samenwerkingsverbanden en fusies leiden niet alleen tot de noodzakelijke efficiencywinst en kwaliteitsverbetering, maar bieden ook kansen om een strategie van gemeenschappelijke klantenwerving of gemeenschappelijk klantenonderzoek uit te voeren. De diversiteit in verschijningsvormen kan zo inzet zijn van een effectievere profilering.

HET ZICHTBARE MUSEUM

Veel van wat een museum doet speelt zich op het moment achter de schermen af. Grote mogelijkheden liggen in het meer doorzichtig en zichtbaar maken van het museale bedrijf in zijn totaliteit, niet alleen door het toegankelijk maken (fysiek of virtueel) van depotcollecties, maar ook door te laten zien wat er komt kijken bij beheer en registratie, bij conservering, restauratie, verwerving en onderzoek. De maatschappij mag van ons verwachten dat wij de museale processen niet verbergen maar zichtbaar maken, verwoorden en verantwoorden. Door een dergelijke naar buiten gerichte houding creëren wij maatschappelijk draagvlak voor meer dan de externe activiteiten van het museum alleen. Als cultureel ondernemers zullen wij onze kennis en deskundigheid ook in toenemende mate ter beschikking dienen te stellen aan derden.

Een museum dat zich etaleert als een transparant werkend organisme stimuleert de interactie en zal naast de gebruikelijke doelgroepen ook degenen aantrekken voor wie de traditionele museale uitingen te statisch en te elitair zijn.

MULTICULTURELE MEERSTEMMIGHEID

Het transparante museum is zich bewust van de vele invalshoeken waaronder naar de eigen verzameling kan worden gekeken en maakt zoveel mogelijk gebruik van de mogelijkheden die de collectie biedt. Om de meerstemmigheid van interpretaties zichtbaar te maken moeten de musea hun collecties en objecten presenteren vanuit wisselend perspectief. Door middel van een actief intercultureel verzamelbeleid dient gegarandeerd te worden dat musea in de toekomst beschikken over een representatief overzicht van de materiële cultuur van de 20ste eeuw.

COLLECTIEMOBILITEIT

Het is een natuurlijke behoefte van museumbeheerders om te laten zien wat ze hebben en om voor dat wat ze niet zelf kunnen tonen een goed onderkomen te vinden (door uitlenen, ruilen of – na zorgvuldige afweging – verkopen). De informatie- en communicatietechnologie biedt onbelemmerd mogelijkheden voor het tot stand brengen van een virtuele Collectie Nederland die het mogelijk maakt niet alleen nationaal maar ook internationaal verbanden te leggen. Een dergelijke toegankelijkheid van de collecties stimuleert in hoge mate de collectiemobiliteit en zal leiden tot een grotere dynamiek en levendigheid van de museale presentaties. Het zal de musea ook aansporen om de praktische belemmeringen voor collectiemobiliteit op te heffen.

ICT EN INFORMATIEOVERDRACHT

Behalve over schatkamers vol objecten beschikken musea ook over schatten aan informatie. Musea zullen nieuwe vormen van presenteren moeten ontwikkelen die enerzijds recht doen aan waar het in het museum om gaat – de ervaring van het echte – en anderzijds aansluiten bij de ervaringswereld van het veranderende publiek. Inzet van de informatie- en communicatietechnologie maakt het mogelijk de informatieschat tot ver buiten de fysieke muren van het museum over te dragen en verbindingen te laten aangaan met andere informatie.

CONCLUDEREND

Het museum aan het begin van de 21ste eeuw zal zijn cultureel vermogen als een ware cultureel ondernemer moeten exploiteren. Dit impliceert een grote gerichtheid op de markt en op de behoeften van het publiek. Musea hebben dankzij het hoge informatiegehalte van hun aansprekende collecties de potentie om een breed publiek te bereiken. Wij willen ons actief inzetten voor de verrijking van de maatschappij en vergroting van het maatschappelijk draagvlak door ons in te spannen voor de deelname en inbreng van alle maatschappelijke groeperingen.

Daartoe moeten wij in de gelegenheid zijn de kwaliteit die wij vertegenwoordigen hoog te houden. In een maatschappij waarin snelheid en vluchtigheid de overhand hebben bieden de musea een rijkdom aan constante waarden.

TRADITIONELE BASISVOORZIENINGEN

Om onze taken ook aan het begin van de 21ste eeuw naar behoren te kunnen uitvoeren moeten de musea kunnen beschikken over een aantal basisvoorzieningen en de mogelijkheden die voorzieningen op peil te houden:

- de collecties dienen goedverzorgd, bewaard en geregistreerd te zijn;
- er dienen mogelijkheden te zijn voor verbetering van de collectie (aankoop- en verwervingsfonds);
- musea dienen adequaat gehuisvest te zijn;
- personeel dient goed opgeleid te zijn en passend gehonoreerd te worden;
- er moet een effectieve bedrijfsvoering zijn.

VOORZIENINGEN VOOR NIEUWE ONTWIKKELINGEN

Het museum van de toekomst vraagt ook om voorzieningen voor nieuwe ontwikkelingen:

- een adequaat wetenschappelijk netwerk om musea in staat te stellen hun collectie als informatiedrager maximaal te exploiteren;
- na- en bijscholing van personeel op alle niveaus om effectief in te kunnen spelen op de wensen van het veranderde publiek en de veranderende maatschappij;
- flexibele inzetbaarheid van personeel;
- uitwisseling van ervaringsgegevens met betrekking tot het aantrekken van nieuwe doelgroepen zoals het onderwijs, nieuwe Nederlanders en jongeren;
- kennis van informatieoverdracht, niet alleen technisch (ICT), maar ook inhoudelijk;
- toepassen van de gebruikelijke registratie- en documentatiegegevens ten behoeve van de virtuele Collectie Nederland en collectiemobiliteit;
- kwaliteitsverbetering van het museale bestel door invoering van de museumregistratie en handhaving en aanscherping van de ethische beroepscode;
- verbetering van de bedrijfsvoering door coördinatie op juridisch, financieel en economisch gebied;
- inzicht in de samenstelling van het publiek en de ontwikkeling daarin (kwalitatief publieksonderzoek).

DE VRAAG AAN DE OVERHEID

Wij vragen van de overheid dat zij de voorwaarden schept voor het op peil houden van de traditionele museale basisvoorzieningen en het ontwikkelen van de nieuwe voorzieningen stimuleert door middel van een subsidiebeleid dat uitgaat van 'matching', belonen en innovatie. Wil de gemeenschap beschikken over een zichtbaar en multicultureel museum, met mobiele collecties en marktgerichte informatieoverdracht, dan zal zij bereid moeten zijn de bijbehorende prijs te betalen.



BIJLAGE 1: Bijdragen van NMV-geledingen

- ◆ Platform Kleine Musea
- ◆ Sectie Historische en Archeologische Musea
- ◆ Sectie Natuurhistorische Musea
- ◆ Sectie Publiek & Presentatie
- ◆ Sectie Behoud & Beheer
- ◆ Sectie Informatieverzorging Musea in Nederland (SIMIN)

Citaten

De werkgelegenheidsprogramma's die er voor de (semi)overheid zijn, zouden ook intensiever aangeboden moeten worden aan de musea. Samen met de vergoeding die er in deze regelingen is voor het volgen van een 'vakcursus' kan de arbeidscapaciteit van musea positief worden beïnvloed en kunnen nieuwe activiteiten structureel worden ontwikkeld en uitgevoerd. (Platform Kleine Musea)

We constateren dat na tien jaar Deltaplan vooral de rijksgesubsidieerde musea een enorme inhaalslag hebben kunnen maken maar dat het overgrote deel van de Nederlandse musea nog steeds met grote achterstanden op het terrein van registratie, behoud en depotfaciliteiten te kampen heeft. Tegelijk constateren we dat diezelfde overheid - om voor wat voor subsidies dan ook in aanmerking te komen - de eisen van registratie en behoud naar de hoogste normen opschroeft. (Sectie Historische en Archeologische Musea)

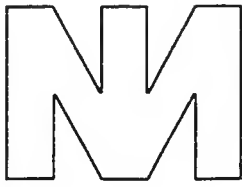
Collectiemobiliteit moet ertoe leiden dat de natuurhistorische instellingen als 'branche' herkenbaar zijn en toch voldoende pluriform blijven, zodat elke individuele instelling zich binnen de branche ondernemend kan profileren in de richting van de bezoeker, overheid en collega's. (Sectie Natuurhistorische Musea)

Naast collectiemobiliteit stellen wij voor een tweede clause aan een aankoopsubsidie te verbinden: de presentatieplannen met betrekking tot het te verwerven object. (Sectie Publiek & Presentatie)

Belangrijk is dat zowel de behoudsaspecten van de collectie als van de data- en beeld dragers verdisconteerd worden in de museale begroting. (Sectie Behoud & Beheer)

Musea zijn genoodzaakt een grote mate van deskundigheid in informatiebeheer, informatievoorziening en -verspreiding en daarmee samenhangend informatietechnologie te verwerven (SIMIN)

Hoe belangrijker ICT in de 21ste eeuw wordt, des te unieker lijkt het originele voorwerp te worden. Het echte object, met soms een geschiedenis van millennia, onderscheidt de musea van andere publiekstrekkende instellingen op dezelfde markt. (Sectie Historische en Archeologische Musea)



De Nederlandse Museumvereniging
postbus 74683 – 1070 BR Amsterdam
Prins Hendrikklaan 12 Amsterdam
T: 31 (0)20 6701100 – F: 31 (0)20 6701101
internet: www.museumvereniging.nl
e-mail: info@museumvereniging.nl
Postbank: 169653

PLATFORM KLEINE MUSEA

Het Platform Kleine Musea is in 1998 opgericht om binnen de NMV zaken aan de orde te stellen die specifiek de kleine musea betreffen. Het Platform Kleine Musea wordt gedragen door een klankbordgroep van directeuren van kleine musea. Dit gremium doet de volgende suggesties voor de Cultuurnota 2001-2004.

Advisering en inschakeling adviesinstanties

De directies van kleine musea vervullen vaak een 'allround' functie waarin zij geacht worden 'alles' te weten. Voor het inwinnen van adviezen op specifiek gebied (bijvoorbeeld klimatologie, automatisering, restauratie, conservering, et cetera) is het vaak noodzakelijk dat zij zich beroepen op externe deskundigen. Deze gang van zaken wordt negatief beïnvloed door de hoge kosten die gepaard gaan met het inschakelen van deze specialisten, die zich bijvoorbeeld bij het Instituut Collectie Nederland of het Rijksbureau voor Kunsthistorische Documentatie bevinden. Het zou een enorme stimulans zijn als kleine musea voor een aantal dagen per jaar aanspraak zouden kunnen maken op gratis adviezen en/of daadwerkelijke 'hands-on deskundigheid' van de medewerkers van deze instellingen en/of andere externe deskundigen.

Deskundigheidsbevordering

Binnen de NMV is al enige jaren een cursuspakket beschikbaar dat de directie en/of medewerkers van musea de mogelijkheid van 'basisscholing' op verschillende gebieden aanbiedt. Voor bijscholing op andere of gespecialiseerde gebieden zijn zij aangewezen op cursussen die in de markt tegen forse tarieven worden aangeboden. Immers: de maatschappij verandert, en daarmee ook de methode waarop de directie en/of medewerkers zich tot elkaar en het publiek dienen te richten.

Verruiming van het bestaande aanbod met cursussen die een verdieping vormen of die zich in het verlengde van de reeds bestaande cursussen bevinden, en een tegemoetkoming in de kosten zijn beide wenselijk. De kleine musea kennen (zeer) beperkte financiële mogelijkheden. In het verlengde van deze cursussen ligt de wens om deze musea dan ook de mogelijkheid te bieden om de kosten van (beperkt) wetenschappelijk onderzoek vergoed te krijgen. Zo'n onderzoek vergroot de kans op samenwerking met grotere musea alsook de deskundigheid van het eigen museum.

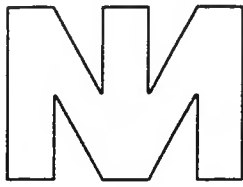
Flexibilisering van collecties

De kleine musea zouden graag in de gelegenheid worden gesteld om vaker een bruikleen uit de (depot)collectie van grote(re) musea te krijgen, zonder dat dit voor de aanvrager een omvangrijk kostenplaatje tot gevolg heeft. Beide musea zouden de daaraan verbonden kosten op een andere wijze vergoed moeten krijgen, bijvoorbeeld door voor deze vormen van samenwerking een premie beschikbaar te stellen.

De nota 'Flexibilisering van museumcollecties' spreekt ons hierbij ten zeerste aan.

Instelling van een stimulerings- en ontwikkelingsfonds

Binnen de kleine musea zijn er vaak ontwikkelingen die een vernieuwend, stimulerend en/of samenwerkingskarakter kunnen hebben voor het eigen of gehele museale werkveld of die een directe kwaliteitsverbetering (zoals een verbouwing) van deze musea inhouden. Vaak is



De Nederlandse Museumvereniging

postbus 74683 – 1070 BR Amsterdam

Prins Hendriklaan 12 Amsterdam

T: 31 (0)20 6701100 – F: 31 (0)20 6701101

internet: www.museumvereniging.nl

e-mail: info@museumvereniging.nl

Postbank: 169653

het niet mogelijk om de financiële gevolgen ervan, of de kosten die gepaard gaan met het werven van sponsors, geheel zelf te dragen; het museum komt dan nét die laatste 20 of 30% tekort. Een mogelijkheid om voor zulke eenmalige projecten een financiële bijdrage te kunnen krijgen zou een positieve impuls aan deze activiteiten kunnen geven.

Nieuwe bezoekersgroepen aanboren

Het opstarten van programma's voor bijvoorbeeld VVV's, CKV's, basis- en voortgezet onderwijs, interculturele doelgroepen, digitalisering van collecties, ontsluiting van het depot, presentatie van collecties op het inter- of Kennisnet, het 'Studiehuis', et cetera wordt als een positieve ontwikkeling gezien waaraan wij graag mee willen werken. Het ontbreekt de kleine musea echter aan daadwerkelijke menskracht en middelen om zulke programma's te ontwikkelen en/of uit te voeren. Een instituut en/of regeling waarbij deze menskracht en/of middelen (gratis) aan te vragen zijn, is wenselijk.

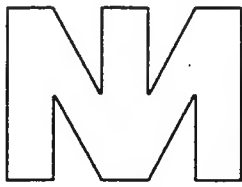
Inzet werkgelegenheidsprojecten

De werkgelegenheidsprogramma's die er voor de (semi)overheid bestaan (bijvoorbeeld de diverse Melkert-regelingen) zouden ook intensiever aangeboden moeten worden aan de musea. Samen met de vergoeding die er in deze regelingen is voor het volgen van een 'vakcursus' kan de arbeidscapaciteit van musea positief worden beïnvloed en kunnen nieuwe activiteiten structureel worden ontwikkeld en uitgevoerd.

Beschikbaarheid van collectieve materiële voorzieningen

De kleine musea hebben behoefte aan een instelling alwaar materiële voorzieningen, zoals algemene bedrijfs- of specifieke museale apparatuur, met eenzelfde financieringsmethodiek als bij het Deltaplan (60% instelling, 40% subsidie), kan worden aangeschaft. Daarbij valt te denken aan computers, apparatuur en materialen voor depots, verlichtingssystemen, et cetera.

Maar ook voortzetting van het project Deltaplan is wenselijk: nu de regeling ook voor de kleine musea goed is ingevoerd stopt deze.



De Nederlandse Museumvereniging
postbus 74683 – 1070 BR Amsterdam
Prins Hendriklaan 12 Amsterdam
T: 31 (0)20 6701100 – F: 31 (0)20 6701101
internet: www.museumvereniging.nl
e-mail: info@museumvereniging.nl
Postbank: 169653

SECTIE HISTORISCHE EN ARCHEOLOGISCHE MUSEA

Naar aanleiding van de rede van Rick van der Ploeg op de Najaarsdag van de NMV in november 1998 en de toespraken die hij daarna in het verlengde ervan hield, zijn al diverse reacties uit het veld gekomen. In *Museumvisie* (1), 1999 is hier bijvoorbeeld ruim aandacht aan besteed. De sectie zelf is tot dusver nog niet in de gelegenheid geweest in een algemene dag aandacht te schenken aan de thema's die Van der Ploeg aan de orde stelde. Wel zijn op eerdere dagen en symposia afzonderlijke punten uitgelicht. In het sectiebestuur zijn de belangrijkste items besproken, hetgeen resulteerde in de volgende statements.

1. Cultureel ondernemerschap is iets wat in een groot deel van de (ook kleinere) cultuurhistorische musea al lang is doorgedrongen. Op twee themadagen in de afgelopen jaren heeft de sectie hier aandacht aan besteed en kwamen ook voorbeelden aan de orde hoe musea hun 'product' afzetten in hun regio. Daaruit bleek dat musea heel goed bedrijfsmatig kunnen functioneren maar zich op een vrijetijdsmarkt bewegen waar de concurrentie met financieel veel meer draagkrachtigen (denk aan amusements- en pretparken) soms moordend kan zijn. Middelgrote en kleine musea kunnen vaak onmogelijk de benodigde diepte-investeringen doen om die concurrentie aan te kunnen.

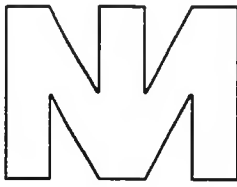
2. Al in 1996 ging in onze sectie het pleidooi op voor een aankoopfonds voor de cultuurhistorische collecties. Voor alle musea met deze verzamelingen zijn de aankoopbudgetten te beperkt en soms zelfs nihil. Mogelijkheden om aan te kloppen bij fondsen (zoals de Vereniging Rembrandt) waren en zijn vrijwel uitgesloten. Ook nu, met de verruiming van middelen via het museaal aankoopfonds van de rente van 100 miljoen, dreigt toch het grootste deel van onze museale achterban buiten de boot te vallen. Immers:

- 2/3 van het toch al beperkte algemene budget is bestemd voor aankopen van oude en modere kunst;
- doordat het beheer van het aankoopfonds is overgedragen aan de Mondriaan Stichting, worden ook hun standaardcriteria hierop van toepassing geacht. Dit betekent dat de tegemoetkoming nooit meer dan 40% kan zijn en dat het eigen structureel aankoopbudget van het museum minimaal f50.000,- per jaar moet bedragen.

Het sectiebestuur vreest dat, zolang dergelijke criteria gehanteerd worden, middelgrote tot kleine cultuurhistorische collecties in bijvoorbeeld vele regionale musea niet voor ondersteuning in aanmerking komen.

3. De uitspraken over het te gelde maken van het 'slapend vermogen' lijken de sectie vrij irreëel voor de meeste Nederlandse musea, met wellicht enkele uitzonderingen op het terrein van de grotere kunstmusea. De Collectie Nederland bestaat echter voor een groot deel uit cultuurhistorische objecten, die hun waarde vooral ontleen aan de verzameling waarin ze zich bevinden. Ook middelgrote en kleinere musea lenen soms werken uit aan culturele instellingen, stadhuizen en dergelijke. Extra inkomsten kunnen daaruit echter nauwelijks gegenereerd worden. De sectie kan zich daarom ook wel voorstellen dat collectieonderdelen alleen in het commerciële circuit uitgezet worden, echter alleen als alle risico's goed zijn afgedekt (zoals klimaat en veiligheid). Maar financiële wonderen lijken hier uitgesloten.

4. Er is in de ideeën van de staatssecretaris duidelijk een grotere tendens richting presentatie zichtbaar. Op zich is dit prima en ook een logisch vervolg van het beleid van zijn voorganger.



De Nederlandse Museumvereniging
Sectie Historische en Archeologische Musea

postbus 74683 - 1070 BR Amsterdam

Prins Hendriklaan 12 Amsterdam

T: 31 (0)20 6701100 - F: 31 (0)20 6701101

internet: www.museumvereniging.nl

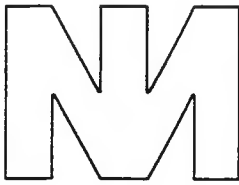
e-mail: info@museumvereniging.nl

Postbank: 169653

Toch baart de veranderende verhouding tussen behoud en presentatie de sectie zorgen. We constateren dat na tien jaar Deltaplan vooral de rijksgesubsidieerde musea een enorme inhaalslag hebben kunnen maken maar dat het overgrote deel van de Nederlandse musea nog steeds met grote achterstanden op het terrein van registratie, behoud en depotfaciliteiten te kampen heeft. Omdat bijvoorbeeld het belangrijkste subsidiekanaal om hier iets aan te doen langzamerhand is drooggelegd (de gelden via de Mondriaan Stichting), lijkt deze achterstand niet meer in te halen. Tegelijk constateren we dat diezelfde overheid - om voor wat voor subsidies dan ook in aanmerking te komen - de eisen van registratie en behoud naar de hoogste normen opschroeft. Een vrijwel uitzichtloos perspectief voor vele middelgrote en kleinere cultuurhistorische musea. Met het zetten van alle kaarten op de presentatie lijkt de sectie het kind met het badwater weg te gooien. Hier moet ons inziens dus een tweede weg worden bewandeld die de overheid moet faciliteren.

5. Een (nog) groter gebruik van elkaars collecties ten behoeve van tentoonstellingen en onderzoek wordt zeer toegejuicht. Uit de inventarisatie van het NMV-bureau bleek al dat de collectiemobiliteit redelijk groot is. De nieuwste middelen van de informatie- en communicatietechnologie (ICT) zouden hiervoor gebruikt kunnen worden, maar de gang van zaken rond het Netwerk Collectie Nederland stemt wat dit betreft niet optimistisch. Ook als het bruikleenverkeer niet altijd wederkerig is, vindt de sectie dat alleen reële onkosten in rekening mogen worden gebracht: loan fees omwille van zichzelf mogen niet voorkomen. De collectiemobiliteit zou verder ook uitgebreid kunnen worden door het 'ontzamelen' van C- en D-collecties (vervreemding ervan onder collega-musea) te stimuleren. Wellicht kan de NMV hierin een bemiddelende rol spelen.

6. Hoe belangrijker ICT in de 21ste eeuw wordt, des te unieker lijkt het originele voorwerp te worden. Het echte object, met soms een geschiedenis van millennia, onderscheidt de musea van andere publiekstreckende instellingen op dezelfde markt. Dit pleit des te meer voor een zeer zorgvuldige omgang met ons cultureel erfgoed. In dit licht ziet de sectie ook meer kansen voor ICT op het terrein van collectie en registratie dan op dat van presentatie in de musea. Voor de nieuwste technologie hoef je in de toekomst (en ook vaak nu al) immers niet meer buiten de deur te gaan.



De Nederlandse Museumvereniging
Sectie Natuurhistorische Musea

postbus 74683 – 1070 BR Amsterdam
Prins Hendriklaan 12 Amsterdam

T: 31 (0)20 6701100 – F: 31 (0)20 6701101

internet: www.museumvereniging.nl

e-mail: info@museumvereniging.nl

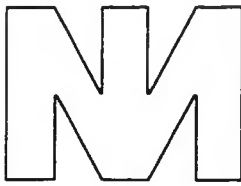
Postbank: 169653

SECTIE NATUURHISTORISCHE MUSEA

In de Nederlandse natuurhistorische instellingen bevindt zich een diversiteit aan collecties. In 1996 is een landelijk, tweefaseonderzoek gestart om een beter beeld te krijgen van de kwantiteit en de kwaliteit van deze collecties. Na afronding van het onderzoek dienen er voldoende gegevens te zijn verzameld, op basis waarvan concrete aanbevelingen kunnen worden gedaan over de mogelijke herverdeling van verantwoordelijkheden voor (deel)collecties.

In 1998 verscheen het onderzoeksresultaat van de eerste fase, gebundeld in *Verzamelde Natuur. De natuurhistorische collectie Nederland*. Het rapport werd uitgegeven door de Sectie Natuurhistorische Musea van de Nederlandse Museumvereniging. In 1999 start een kwalitatief vervolgonderzoek 'Natuurhistorische Collectie Nederland'. De uitkomsten van het tweefaseonderzoek zullen het beleid van de Sectie Natuurhistorische Musea voor de komende jaren bepalen.

Uitgangspunt daarbij is collecties of collectieonderdelen daar onder te brengen waar ze het beste tot hun recht komen (te beoordelen volgens tijdens het onderzoek te formuleren criteria). De natuurhistorische instellingen dienen daarbij als 'branche' herkenbaar te zijn en toch voldoende pluriform te zijn, zodat elke individuele instelling zich binnen de branche ondernemend kan profileren in de richting van de bezoeker, overheid en collega's.



De Nederlandse Museumvereniging
Sectie Publiek en Presentatie

postbus 74683 – 1070 BR Amsterdam
Prins Hendriklaan 12 Amsterdam
T: 31 (0)20 6701100 – F: 31 (0)20 6701101
internet: www.museumvereniging.nl
e-mail: info@museumvereniging.nl
Postbank: 169653

SECTIE PUBLIEK & PRESENTATIE

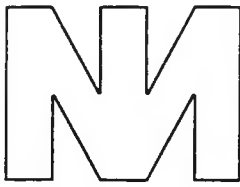
De staatssecretaris van Cultuur is erin geslaagd de museumwereld wakker te schudden, zo is gebleken in de afgelopen maanden. De Sectie Publiek & Presentatie onderschrijft Van der Ploegs aandacht voor het publiek en waardeert zijn pleidooi voor ontsluiting van collecties, accentuering van cultuuroverdracht en zichtbaarheid van het cultureel erfgoed. Deze bouwsteen voor cultuurbeleid is een reactie op elementen uit de speech 'Uit een schone slaap gewekt, over de activering van het cultureel vermogen van musea', door de staatssecretaris uitgesproken op 23 november 1998 tijdens de Najaarsdag van de NMV.

Van der Ploeg vraagt zich af of de hoge kosten van conservering en grote depots niet beter kunnen worden besteed aan mooie, publiekgerichte tentoonstellingen. Wij willen nadrukkelijk stellen dat het behouden en beheren van kunst kerntaken zijn van een museum. Daarnaast is het presenteren van het cultureel erfgoed een belangrijke taak, die volop aandacht verdient. Publiek, zo stelt Van der Ploeg, vindt dat er teveel te zien is in musea. Wij denken dat dit gevoel bij bezoekers verminderd en zelfs weggenomen kan worden als de begeleiding van het publiek verbetert. Musea kunnen het museumbezoek veraangenamen door bezoekers wegwijs te maken, ordening, overzicht en kijkhulp te bieden. Tentoongesteld cultureel erfgoed krijgt pas waarde als het publiek het kan 'behappen' en relaties kan leggen, bijvoorbeeld tussen het erfgoed en de eigen leefwereld. Cultuuroverdracht is minstens zo belangrijk als cultuurbezit, maar het een kan niet zonder het ander: weggoeien/verkopen wat nu overbodig wordt geacht, is dan ook een riskante zaak die niet gestimuleerd moet worden.

Van der Ploeg suggereert de inzet van gastcuratoren (kinderen, suppoosten et cetera) omdat hun keuze uit de depots de afstand tussen publiek en museum kleiner zal maken en de communicatie ten goede zal komen. Wij willen daaraan toevoegen dat het misschien nog wel belangrijker is de verhalen van deze gastcuratoren op te tekenen en over te dragen (of door de gastcuratoren zelf over te laten dragen). Een museumobject kan vanuit vele invalshoeken bekeken worden en door middel van de overdracht van andere, onverwachte visies op voorwerpen of tentoonstellingen kunnen musea de banden met 'nieuwe' doelgroepen versterken. Zo kan ook een reeds tentoongestelde collectie verrassend en met een lage drempel uit haar slaap worden gewekt.

Volop ondersteunen wij het streven naar digitale ontsluiting van museale collecties. Ook hier geldt dat meer geboden moet worden dan een afbeelding vergezeld van basisgegevens (een registratiekaart). Juist de op maat gemaakte en toegankelijk gepresenteerde informatie geeft het gedigitaliseerde voorwerp zijn kracht. Aan de informatieoverdracht zal evenveel aandacht besteed moeten worden als aan digitalisatie en registratie. Voor informatieoverdracht zal dan ook veel geld beschikbaar moeten zijn.

De staatssecretaris onderzoekt de mogelijkheid om aan het aankoopfonds een clause te verbinden die ertoe leidt mobiliteit van voorwerpen te bevorderen. 'Men kan zich voorstellen dat een museum, dat straks aanspraak maakt op het aankoopfonds, tegelijk wordt gevraagd om andere musea in staat te stellen uit zijn depot een keuze te doen'. Dit idee ondersteunen wij ten volle; waarom maken de grote musea niet meer gebruik van de kleinere musea in de



De Nederlandse Museumvereniging
Sectie Publiek en Presentatie

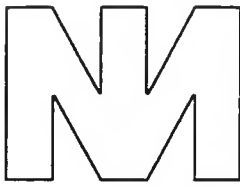
postbus 74683 – 1070 BR Amsterdam
Prins Hendriklaan 12 Amsterdam
T: 31 (0)20 6701100 – F: 31 (0)20 6701101
internet: www.museumvereniging.nl
e-mail: info@museumvereniging.nl
Postbank: 169653

buurt. Iedere collectie kan als onderdeel gezien worden van de nationale collectie, of op zijn minst als onderdeel van een stads- of regiocollectie.

Naast collectiemobiliteit stellen wij voor een tweede clausule aan een aankoopsubsidie te verbinden. Wij kunnen ons goed voorstellen dat een museum dat in aanmerking komt voor een aankoopsubsidie gevraagd wordt naar de presentatieplannen met betrekking tot dat voorwerp. Hoe wordt het gepresenteerd, welke doelgroepen worden van informatie voorzien en met behulp van welke media. Door informatie op allerlei niveaus als voorwaarde te stellen, werkt de subsidiegever mee aan het opbouwen en/of versterken van een breed draagvlak voor subsidiering van het cultureel erfgoed. We brengen het cultureel erfgoed niet naar de bedrijfshallen toe, maar verlagen de drempel van het museum zozeer dat musea voor 'iedereen' aantrekkelijk worden.

De staatssecretaris vraagt ons marktgerichter te zijn en meer aandacht te besteden aan wat het publiek wil. Wij willen benadrukken dat dit besef al bij veel musea leeft, maar dat lang niet alle marketingplannen tot financiële 'winst' leiden. Marktgerichtheid zal in veel gevallen immaterieel rendement opleveren: de kwaliteit van het bezoek wordt verbeterd. Om bezoekersaantallen te vergroten zal meer publieksonderzoek noodzakelijk zijn. De wensen van het publiek én van het potentiële publiek moeten in kaart worden gebracht. Op kleine schaal wordt de non-visitorsgroep al onderzocht. Een dergelijk onderzoek zou grootschalig en geldend voor de verschillende typen musea moeten worden opgezet en uitgevoerd.

Het cultureel vermogen van musea moet uit zijn slaap worden gewekt. Hier ligt een belangrijke taak voor iedereen die zich met publieksbegeleiding in musea bezighoudt. Publieksbegeleiders (educatoren, tentoonstellingsmakers, communicatoren en rondleiders) fungeren immers als intermediair tussen de objecten en het publiek. Zij kennen de taal en de middelen waarmee de waarde van het cultureel erfgoed kan worden overgedragen. Wanneer musea overdracht van cultureel bezit als een wezenlijke taak zien, zullen ze zich moeten bezinnen op de rol van publieksbegeleiders en op de plaats van publieksbegeleiders in de organisatie. Gelijke waardering voor de verschillende kerntaken van een museum leidt dan automatisch tot gelijke waardering (ook financieel) van de medewerkers die deze taken verrichten. Aandacht voor presentatie, educatie en kennisoverdracht zal het rendement van ons culturele vermogen verhogen. Dit rendement is weliswaar niet in geld uit te drukken, maar wordt gevormd door vergroting van culturele en maatschappelijke betrokkenheid.



De Nederlandse Museumvereniging
Sectie Behoud en Beheer

postbus 74683 – 1070 BR Amsterdam
Prins Hendriklaan 12 Amsterdam
T: 31 (0)20 6701100 – F: 31 (0)20 6701101
internet: www.museumvereniging.nl
e-mail: info@museumvereniging.nl
Postbank: 169653

SECTIE BEHOUD & BEHEER

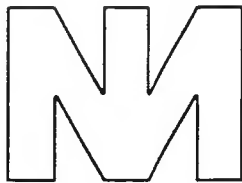
De Sectie Behoud & Beheer is van mening dat het goede dat de afgelopen honderd jaar in museumland is bereikt in de nieuwe cultuurperiode moet worden bestendig: kwaliteitsverbetering van de collecties door beter management, het wegwerken van achterstallig onderhoud, verbetering van depots en expositieruimtes en door selectie bij collectievorming (verwerving en afstoting).

Het aarzelende begin van collectie- en arbeidsmobiliteit moet een stimulans krijgen van overheid en museumdirecties. De Collectie Nederland moet zijn vaagheid verliezen en een concreet begrip worden, ook met het doel de onderlinge samenwerking te verhogen en concurrentie in de slechte betekenis van het woord te ontkrachten. De Collectie Nederland is publiek domein; musea moeten zich dus sterk maken voor een soepel en ruimhartig bruikleenbeleid, elkaar niet op kosten jagen en in ogenschouw houden wat waar verzameld wordt. Fondsvorming ten gunste van ook de kleinere instellingen is gewenst.

Publiek domein én internet wil zeggen: haast maken met digitaliseren en daarvoor de instellingen ondersteunen. Belangrijk is dat de behoudsaspecten van zowel de collectie als de data- en beeld dragers verdisconteerd worden in de begroting.

Ondernemerschap is maar in beperkte mate mogelijk voor musea: de collectie is geen in te zetten kapitaal en winst maken staat niet in de ICOM-definitie. Activeren van depotcollecties is prima, onder voorwaarde dat het behoud en de veiligheid gewaarborgd zijn: gebruik mag niet leiden tot kapitaalvernietiging van het cultureel erfgoed van ons en van hen die na ons komen.

Interesseer publiek (en sponsors) meer voor onderzoek dat actieve conservering en restauratie ten goede komt. Het Deltaplan was ontoereikend om bestaande noden op dit gebied te lenigen.



De Nederlandse Museumvereniging
Sectie Informatieverzorging Musea in Nederland (SIMIN)
postbus 74683 – 1070 BR Amsterdam
Prins Hendriklaan 12 Amsterdam
T: 31 (0)20 6701100 – F: 31 (0)20 6701101
internet: www.museumvereniging.nl
e-mail: info@museumvereniging.nl
Postbank: 169653

SECTIE INFORMATIEVERZORGING MUSEA IN NEDERLAND

Voor wie het nog niet heeft gemerkt, er is een revolutie gaande. De informatierevolutie (waarbij steeds meer informatie in steeds meer vormen op steeds meer verschillende manieren wordt bewerkt, opgespoord en gepresenteerd) heeft grote gevolgen in en voor de moderne samenleving. We zijn nu voortdurend bereikbaar en kunnen ook voortdurend bereiken doordat beperkingen van tijd en ruimte wegvallen. Nieuwe deskundigheden en nieuwe patronen van cultuur, recreatie en communicatie ontwikkelen zich. Fysiek en virtueel, echt en onecht, lopen steeds meer in elkaar over.

Musea zijn bij uitstek organisaties die bestaan dankzij en vanwege (collectiegebonden) informatie en informatieoverdracht. De informatierevolutie zal de musea dan ook zeker niet ongemerkt voorbij gaan. Nieuwe vormen van presentatie zullen veel nadrukkelijker dan nu *naast* de 'traditionele' tentoonstelling komen te staan. Een nieuwe beeldtaal, een nieuwe vormtaal en dus ook een nieuwe presentatietaal zullen moeten worden aangeleerd. Fysiek en virtueel zullen daarbij als *gelijke* grootheden naast elkaar, door elkaar en aanvullend op elkaar bestaan. Hoewel mensen naar 'echte' musea zullen blijven komen om te kijken naar 'echte' objecten in 'echte' tentoonstellingen, zal de museumorganisatie de collectie ook zeer nadrukkelijk naar de mensen moeten gaan brengen langs de steeds belangrijker wordende virtuele distributiekanaal. De informatie- en communicatietechnologie (ICT) die aan deze virtuele kanalen ten grondslag ligt, resulteert zo in een maximaal haalbare cultuurspreiding en (virtuele) collectiemobiliteit: iedereen kan, hoe dan ook en waar dan ook, kennis nemen van het (digitale) culturele erfgoed.

De inzet van ICT in de museumorganisatie betekent dat taken efficiënter worden uitgeoefend en er meer 'rendement' uit de collectie gehaald kan worden. Het virtuele museum is namelijk 24 uur per dag geopend en kan dagelijks tienduizenden bezoekers ontvangen. Een 'informatiegevoelige' organisatie als een museum is dan ook genoodzaakt tot het verwerven van een grote mate van deskundigheid in informatiebeheer, informatievoorziening en -verspreiding en daarmee samenhangend informatietechnologie. Informatiebeleid zal een integrerend en vooral ook vernieuwend en grensverkennend element moeten zijn in het algemeen museumbeleid, waarmee het een pijler vormt onder het cultureel ondernemerschap. Cultureel ondernemerschap in welke vorm dan ook kan namelijk alleen gedijen bij 'gewoon' professioneel ondernemerschap dat inspeelt op maatschappelijke ontwikkelingen. Op de grens met de 21^{ste} eeuw hebben de musea daarom nog een grote sprong te maken om conform deze ontwikkelingen de dominerende *collectiepresentatie* te verbreden tot creatieve en aansprekende vormen van *informatiepresentatie*.



BIJLAGE 2: Bijdragen van andere organisaties uit het museale veld

- ◆ Landelijk Contact van Museumconsulenten
- ◆ Reinwardt Academie, faculteit Museologie
- ◆ Nederlandse Federatie van Vrienden van Musea

Citaten

Het Museumregister biedt overheden een handvat bij het formuleren en uitvoeren van museumbeleid, bijvoorbeeld in het subsidiebeleid en bij het creëren van fiscale vrijstellingen. (Landelijk Contact van Museumconsulenten)

Het museum van de toekomst heeft een op de toekomst voorbereide medewerk(st)er nodig. Dat wil zeggen, een medewerk(st)er die in staat is om onder sociaal, economisch en technologisch snel veranderende condities adequaat na te denken en te handelen vanuit de specifieke mogelijkheden van het museum. (Reinwardt Academie)

De drempels van musea zijn of worden aardig geslecht, men richt zich op een breder publiek, zoekt wegen om nieuwe Nederlanders bij onze cultuur te betrekken en omgekeerd. Vriendenorganisaties die hun verbindingen in alle lagen van de maatschappij hebben, kunnen daarbij adviserende maar vaak ook praktische hulp bieden. (Nederlandse Federatie van Vrienden van Musea)

Stichting Landelijk Contact van Museumconsulenten (LCM)

Het LCM is het overlegplatform van de provinciaal museumconsulenten en de landelijke projectorganisatie van de provinciale bureaus. Het LCM streeft naar een professioneel basisniveau voor de Nederlandse musea.

Waar mogelijk werkt het LCM samen met andere organisaties die zich inzetten voor de musea, met name de Nederlandse Museumvereniging. Het LCM wil meewerken aan de ontwikkeling van landelijk museumbeleid, en geeft daarbij vanuit de ervaring met de museumpraktijk een stem aan de kleine en middelgrote musea.

Het LCM wil musea zo snel mogelijk op de hoogte brengen van nieuwe ontwikkelingen in de diverse museale taakvelden en laten profiteren van voor musea gecreëerde voorzieningen. Gezien het grote en landelijk gespreide bereik van de provinciaal museumconsulenten is het LCM bij uitstek een geschikte organisatie om voor alle musea in Nederland bedoelde projecten uit te voeren en publicaties uit te geven. Diverse projecten van het LCM hebben ervoor gezorgd dat het *Deltaplan voor het cultuurbehoud* niet aan de kleinere musea voorbij is gegaan. Ondanks het feit dat het Deltaplan wordt afgebouwd, blijft de zorg voor het cultureel erfgoed een voortdurend aandachtsgebied van het LCM. In de komende beleidsperiode zal er speciale aandacht zijn voor de museale bedrijfsvoering: er verschijnt een nieuwe syllabus *Bedrijfsvoering in musea*, een herziene *Handreiking voor het schrijven van een beleidsplan*, en het LCM zal een speciaal voor kleine en middelgrote musea ontwikkelde cursus marketing aanbieden. Verder wil het LCM de landelijke aandacht voor de relatie tussen musea en het onderwijs en de relatie tussen musea en de multiculturele samenleving 'vertalen' naar landelijke projecten of publicaties.

Cultureel Erfgoed

De provinciale overheden kiezen steeds vaker voor integraal beleid: alle aandachtsgebieden van beleid worden in relatie tot elkaar gezien. Het museumbeleid is een geïntegreerd onderdeel van het beleid met betrekking tot het cultureel erfgoed. De provinciaal museumconsulenten voeren mede het provinciaal beleid uit. Zij werken in toenemende mate samen met andere erfgoedinstellingen, maar ook met het onderwijs, de toeristische sector en natuur- en landschapsorganisaties. Met name in de publieksbenadering en de samenwerking tussen musea en onderwijs biedt de brede invalshoek van cultureel erfgoed nieuwe perspectieven en samenwerkingskansen. Het LCM denkt dat deze ontwikkeling op provinciaal niveau ook landelijk een interessante invalshoek biedt voor nieuwe projecten.

Cursusaanbod voor Museummedewerkers

De opleiding en training van museummedewerkers is een belangrijk en voortdurend punt van aandacht van de provinciaal museumconsulenten. Het LCM coördineert en organiseert basiscursussen waar minimaal noodzakelijke kennis voor het functioneren in musea wordt aangeboden. De cursussen en de bijbehorende door het LCM uitgegeven syllabi worden steeds aan nieuwe eisen en ontwikkelingen aangepast. Het LCM coördineert de integratie van het totale cursusaanbod van de provinciaal museumconsulenten met dat van de Nederlandse Museumvereniging (NMV). LCM en NMV streven samen naar één onderling afgestemd en landelijk gespreid aanbod van op elkaar aansluitende cursussen voor museummedewerkers van alle niet-commerciële cursusaanbieders.

Museumregistratie

Nu en in de komende jaren worden de provinciaal museumconsulenten ingezet in de uitvoering van de museumregistratie, het door LCM en NMV gezamenlijk gecoördineerde kwaliteitsverbeteringsproject voor musea. Niet alleen door de registratieprocedure zelf, maar vooral door de als gevolg daarvan toegenomen vraag naar ondersteuning, zal de museumregistratie de komende jaren een groot beslag leggen op de tijd van de provinciaal museumconsulenten.

Het Museumregister biedt overheden een handvat bij het formuleren en uitvoeren van museumbeleid, bijvoorbeeld in het subsidiebeleid en bij het creëren van fiscale vrijstellingen. Het LCM hoopt en verwacht dat niet alleen de provinciale overheden, maar ook de Rijksoverheid daarvan gebruik zal maken.

Het beheer van het Museumregister is een permanente taak die gezien het landelijke belang ervan op dat niveau moet worden uitgevoerd en ondersteund.

Informatie en Communicatie Technologie (ICT) en Collectiemobiliteit

Op het gebied van ICT en Collectiemobiliteit wil het LCM de huidige initiatieven van museumconsulenten uitbouwen en naar een landelijk niveau tillen. Het LCM denkt in de eerste plaats aan het Museum Inventarisatie Project, zoals in de provincie Utrecht is uitgevoerd. Deze unieke digitale inventarisatie van de gehele Collectie Utrecht op deelcollectieniveau biedt mogelijkheden tot vergaande uitwisseling van gegevens en objecten.

Het LCM zet zich in voor standaardisatie en digitalisering van de collectieregistratie van musea en ontwikkelt daartoe samen met de NMV een nieuwe ICT-cursus en samen met het Rijksbureau voor Kunsthistorische Documentatie een cursus over het gebruik van de Nederlandse vertaling van de Art and Architecture Thesaurus.

Ook de publiekstaak heeft met de komst van nieuwe ICT een geheel nieuwe dimensie gekregen. Het toegankelijk maken van collecties voor het grote publiek middels het internet bevordert de kennis en wekt de nieuwsgierigheid naar het originele object, maar kan nooit in plaats komen van museumbezoek.

Mei 1999



Musea van de 21ste eeuw

De noodzaak van professionalisering vanuit een museologisch perspectief

Nooit eerder in de Nederlandse geschiedenis zijn musea zo populair geweest als de laatste jaren van dit millennium. Deze populariteit heeft niet alleen als gevolg dat meer mensen meer musea bezoeken, maar ook dat meer mensen een mening hebben over hoe musea in de samenleving dienen te functioneren. De agenda van de interne professionele discours wordt grotendeels van buiten af bepaald. Daar is op zichzelf niets mis mee, maar het maakt het museale werkveld onzeker en dringt het vaak in het defensief. De eisen die aan de musea worden gesteld (markgericht en ondernemend in een multiculturele context) zijn complex en soms tegenstrijdig. Het ziet er niet naar uit dat deze situatie het komende decennium zal veranderen.

De samenleving wordt er niet eenvoudiger op. Nieuwe, voor musea relatief onbekende doelgroepen dienen zich aan. Gelijkertijd is er sprake van doelgroepverfijning aan de hand van wisselende variabelen ("database marketing"). De eisen die de consument stelt zijn divers en wisselend. De consument is zelfbewuster en kritischer. Het museum moet er zich steeds meer rekenschap van geven dat er sprake is van een concurrentieverhouding, niet alleen met een groeiend aantal niet-museale instellingen, maar ook met andere musea.

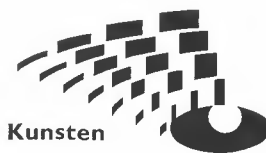
De zich explosief ontwikkelende informatie- en communicatietechnologie biedt nieuwe mogelijkheden om in te spelen op zowel de behoefte aan informatie als op de behoefte aan (ont)spanning. Gelijkertijd kan de nieuwe technologie ingezet worden om het beheer en behoud van de collecties efficiënter en effectiever te maken.

Verdere rationalisering van het collectiebeheer vraagt om zorgvuldige procedures bij de collectievorming (d.w.z. verwerving en afstoting). De hoge omloopsnelheid van onze materiele cultuur genereert knelpunten op het punt van verzamelcriteria, terwijl de aard van de gebruikte materialen in de nabije toekomst zal leiden tot een nu nog nauwelijks in te schatten conserveringsprobleem.

Zo er ooit al een zekere mate van consensus heeft bestaan over wat een museum is, tegenwoordig is er sprake van een enorme verscheidenheid aan typen van instellingen. Het aantal institutionele varianten in het museale en paramuseale veld groeit. Daar waar het begrip museum wint aan populariteit, verliest het aan eenduidigheid.

De museumwereld heeft onder andere op al deze uitdagingen gereageerd door het pantser af te leggen en een ruggengraat te ontwikkelen. In 1991 werd de Gedragslijn voor de Museale Beroepsethiek gepubliceerd als uitgangspunt van verantwoord professioneel handelen. Een logische volgende stap was het introduceren (in 1997) van een systeem van erkenning ("museumregistratie"). Naar analogie van de Verenigde Staten en Groot-Brittannië valt te verwachten dat binnen afzienbare tijd in Nederland "performance measurement" aan de orde zal zijn. Daartoe zal er een landelijke discussie gevoerd moeten worden over het definiëren van "performance indicators". Het werk dat gedaan is in het kader van het Deltaplan en de verzelfstandiging van de rijksmusea, kan hierbij van dienst zijn.

De Gedragslijn, de museumregistratie en de te ontwikkelen "performance indicators" geven identiteit aan het werkveld en kunnen fungeren als bindende factor. Daartoe is het van belang dat er actief met deze zaken gewerkt wordt. Het is te hopen dat de Commissie Gedragscode in



de toekomst wat minder passief de ontwikkelingen zal volgen. Een actieve opstelling betekent ook dat politici bekend raken met deze pijlers van de professionele identiteit.

In samenhang met de trits ethiek - registratie - "performance measurement" zal professionalisering een van de thema's van het volgende decennium moeten zijn. Genoemde ontwikkelingen raken het concept professionaliteit in de kern. De eisen die aan werkenden in het (para)museale werkveld worden gesteld worden hoger en diverser, maar er bestaat voornamelijk onduidelijkheid aan welke eisen de werkenden van de toekomst moeten voldoen.

Behalve voor restauratoren bestaan er in Nederland geen kant-en-klare beroepsprofielen. Het is echter de vraag of het zinvol is te streven naar strikt gedefinieerde profielen. In het buitenland kiest men voor een andere benadering. Bijvoorbeeld in Groot-Brittannië en Canada heeft men taken en competenties betreffende het museale werkveld helder in beeld gebracht. In Groot-Brittannië zijn door de National Training Organisation for Cultural Heritage (het vroegere Museum Training Institute) voor de museale sector "National Vocational Qualifications" vastgesteld. Er wordt niet gesproken over beroepen maar over taakgebieden. Voor ieder taakgebied zijn kennis en vaardigheden vastgesteld, waarbij tevens wordt aangegeven hoe deze getoetst kunnen worden. De Canadian Museums Association heeft een vergelijkbare systematiek uitgewerkt. Ook hier is geen sprake van beroepen, zoals conservator, educator, registrator, enz. maar van taakgebieden ("functional areas"), met name "administration", "knowledge creation & preservation" en "knowledge sharing". Bij ieder taakgebied horen specifieke kennis en vaardigheden ("functional competencies"), maar daarnaast is er ook sprake van "shared competencies", kennis en vaardigheden die iedere werk(st)er in het museale werkveld zou moeten beheersen. Eerder aangestipte ontwikkelingen in combinatie met de politieke druk op musea om meer ondernemend te zijn, maken het steeds belangrijker dat algemene museologische kennis een substantieel onderdeel uitmaakt van de "shared competencies".

De maatschappelijke ontwikkelingen en hun repercussies op de visie op professionaliteit betreffen uiteraard ook de inhoud van het curriculum van de beroepsopleidingen. In Amsterdam zijn door de Reinwardt Academie, het Instituut Collectie Nederland en de Universiteit van Amsterdam aanzetten gegeven tot een geïntegreerde benadering van de opleiding van alle werkenden in het museale werkveld. Voornamelijk betreft de samenwerking de opleidingen op hbo- en universitair niveau. Uitbreiding naar mbo-niveau wordt overwogen. Zo zal er binnen een gemeenschappelijk museologisch kader specialisatie mogelijk zijn naar de verschillende taakgebieden van het museum. Vakken in de sfeer van management spelen een belangrijke rol, maar het museologische kader vormt een tegenwicht tegen een al te eenzijdige economische invulling van het begrip "cultureel ondernemerschap". Het museum van de toekomst heeft een op die toekomst voorbereide medewerk(st)er nodig. Dat wil zeggen, een medewerk(st)er die in staat is om onder sociaal, economisch en technologisch snel veranderende condities adequaat te denken en te handelen vanuit de specifieke mogelijkheden van het museum.

Elk museum in Nederland verdient een vriendenclub, en de Nederlandse Federatie van Vrienden van Musea (NFVM) wil in de komende jaren dat adagium volop uitdragen. Hoe verschillend vriendenclubs ook kunnen zijn, zonder uitzondering zijn ze opgericht uit een terecht gevoel van verbondenheid met het plaatselijke of regionale museum. Daardoor kunnen zij het maatschappelijk draagvlak van een museum behoorlijk vergroten, educatief een grote bijdrage leveren en burgerlijke betrokkenheid bevorderen. Bovendien geven vriendenorganisaties meestal ook belangrijke financiële extra steun aan hun museum en helpen zij bij aankopen en restauraties, of realiseren zij speciale faciliteiten die museumdirecties -gebonden aan altijd gelimiteerde budgetten- zelf niet tot stand kunnen brengen.

Van de ongeveer duizend musea in Nederland hebben er zo'n vierhonderd een vriendenorganisatie en hiervan is ongeveer de helft aangesloten bij de NFVM. Deze federatie geeft praktische adviezen en wil hulp bieden aan 'clubs' in welke vorm dan ook georganiseerd – stichting of vereniging – bij het realiseren van hun doelstellingen ten behoeve van zowel de eigen organisatie als het museum dat zij dienen. De NFVM is voldoende geëquipeerd om startende vriendenorganisaties op weg te helpen: zij beschikt over een professioneel secretariaat, geeft een bulletin uit – driemaal per jaar – en publiceert behalve brochures over actuele zaken een handboek waarin al die zaken nuttig bij oprichting en continuering van een vriendenorganisatie uitvoerig worden belicht. Tweemaal per jaar zijn aangesloten organisaties welkom op een vriendendag waar interessante relevante onderwerpen aan de orde komen en waar vooral ook ruimte wordt geboden voor onderlinge uitwisseling.

Vriendenorganisaties bestaan uit vrijwilligers die doorgaans geen opleiding of ervaring hebben die aansluit bij de museale wereld. Zij hebben echter wel hun sporen verdiend in de zakenwereld en de maatschappij en kunnen die ervaring inbrengen in een wereldje dat voorheen – althans voor de buitenwereld – nogal gesloten was, vaak afstandelijk, een beetje de 'ivoren toren'.

Dat is drastisch aan het veranderen: de drempels van musea zijn of worden aardig geslecht, men richt zich op een breder publiek, zoekt wegen om nieuwe Nederlanders bij onze cultuur te betrekken en omgekeerd. Vriendenorganisaties die hun verbindingen in alle lagen van de maatschappij hebben, kunnen daarbij adviserende maar vaak ook praktische hulp bieden.

In de toekomst wil de NFVM ook het initiatief nemen tot het organiseren voor vrienden van korte workshops en cursussen, bijvoorbeeld op financieel terrein, of trainingen geven in rondleiden en verkooptechnieken (ten behoeve van het opzetten van vriendenwinkels). Met andere woorden: de federatie streeft er naar de vriendenorganisaties die zeker vrijwilligerorganisaties moeten blijven een professionele basis te geven.

De inbreng van vriendenorganisaties is een aantal jaar geleden al eens gekwantificeerd in man- en vrouwen (vele tienduizenden toen) en ook in geld: ettelijke miljoenen. Maar misschien is de betrokkenheid die zij genereren wel de grootste verworvenheid: de omgeving attenderen op al dat interessante en mooie uit onze en andermans cultuur dat van zo dichtbij te genieten valt.