

‘DE LIMBURGSE VOETBALCLUBS HALEN SAMEN NOG NIET BEZOEKERS- AANTALLEN BONNEFANTEN’

ZE ZIJN ALLEBEI DOOR TOEVAL ALS DIRECTEUR IN DE MUSEUMWERELD BELAND. SANDRA HOLTJER VAN HET BONNEFANTENMUSEUM EN PAUL VAN DE LAAR (MUSEUM ROTTERDAM) KENDEN ELKAAR TOT HUN ONTMOETING TIJDENS HET MUSEUMCONGRES ALLEEN VAN NAAM. EEN TWEEGESPREK OVER HUN VAK.

🗨️ GWEN VAN LOON 🗨️ ERIK VAN DER BURGT

BONNEFANTENMUSEUM

Het Bonnefantenmuseum toont oude en hedendaagse kunst en programmeert circa negen tentoonstellingen per jaar: grote soloprojecten, kleinere, unieke presentaties en collectieopstellingen. Het museum in Maastricht neemt een bijzondere positie in binnen het museale landschap door focus op de kunst en kunstenaars van de 'verborgen canon'. Dat gebeurt in een opvallend gebouw van de Italiaanse architect Aldo Rossi. Hij noemde de met zink beklede koepeltoren een kijkfabriek. Het Bonnefantenmuseum ligt aan de Maas in stadsdeel Céramique. Sandra Holtjer is er sinds 2012 zakelijk directeur. Vanuit RSM is Leo van Wersch, partner en registeraccountant bij RSM in Heerlen, betrokken bij het Bonnefantenmuseum.

HOE KWAMEN JULLIE IN DE MUSEUMWERELD TERECHT?

Paul: 'Ik was bezig met de geschiedschrijving van Rotterdam en in 1997 benoemd tot bijzonder hoogleraar Stadsgeschiedenis aan de Erasmus Universiteit. Ik stond op het punt vervolgonderzoek te doen en tegelijkertijd was ik eraan toe iets anders te ondernemen. Toen zag ik de vacature hoofd Collecties. Als er geen vacature was geweest, had ik misschien nooit die stap gezet.'

Sandra: 'Als jong meisje ging ik al graag naar musea. Daarom was het heel leuk om als 18-jarige junior assistent accountant jaren de boekencontrole te mogen doen bij het Bonnefantenmuseum toen ik net werkte. Ooit heb ik me laten ontvallen dat ik daar best zou willen werken als ik de accountancy zou verlaten. Toen ik die stap daadwerkelijk wilde zetten en naar interessante vacatures zocht, stuitte ik via Google op de advertentie voor zakelijk directeur. Zo ben ik er van buitenaf in gerold, zonder inhoudelijke knowhow van de museumwereld.'

ZOUDEN JULLIE ZELF IEMAND VAN BUITEN DE BRANCHE AANNEMEN?

Paul: 'Een museum is niet inclusief genoeg en het valt niet mee er een plek te veroveren voor mensen die niet uit de museumwereld komen of geen kunsthistorische achtergrond hebben. Maar er zijn zoveel meer smaken waar een museum iets aan kan hebben. Wij zijn het levende bewijs. Ik ben opgeleid als historicus, maar volgde ook keuzevakken bij bedrijfseconomie: voor mijn bedrijfshistorisch onderzoek wilde ik balansen en jaarrekeningen kunnen lezen. Daar heb ik nog elke dag profijt van, zeker als de accountant langskomt.'

Sandra: 'We hebben meer gemeen dan ik vooraf dacht. Ik twijfelde bij mijn studiekeuze tussen accountancy en (kunst)geschiedenis. Ik was wild van de lessen van mijn lerares geschiedenis, maar vond Economie I en II ook interessant op de middelbare school. Al koos ik voor de accountancy, geschiedenis bleef me trekken. Ik zie mezelf daarom als iemand met een interdisciplinaire geest. In het museum willen c.q. moeten we diverser worden. Het zou niet slecht zijn als we bij een volgende vacature een geschikte man of iemand met een andere etnische achtergrond vinden. Maar uiteindelijk gaat het er altijd om dat je de juiste persoon op de juiste plek zet.'

Paul: 'Wat het diversificeren in onze sector verder lastig maakt, is dat de doorstroom gering is en de budgetten beperkt, mede door de bezuinigingen. Eigenlijk worden er alleen vacatures opgevuld als er iemand met pensioen gaat.'

HOE STAAN JULLIE MUSEA ER FINANCIËEL VOOR?

Sandra: 'Naast onze inkomsten uit onder meer entreebewijzen worden we grotendeels gesubsidieerd door de provincie. We zijn financieel gezond, toch is het elk jaar spannend of we de begroting binnen de gestelde kaders halen.'

Paul: 'Wij houden ons hoofd boven water als stadsmuseum, ook sinds we flink gekort zijn op onze subsidie en in een tijdelijk onderkomen zitten. We zoeken de Rotterdammers - oorspronkelijke en nieuwe inwoners - daarnaast ook bewust en actief buiten het museum op, bijvoorbeeld met erfgoedprogramma's.'



EEN GROTE TENTOONSTELLING VERGT EEN LANGE AANLOOP. KUNNEN KLEINERE MUSEA ZICH DAT VEROORLOVEN?

Sandra: 'Daar moet je inderdaad ruimte voor maken in je exploitatie. Dat deden we bijvoorbeeld met Ceramix, een tentoonstelling over keramiek waarbij we hebben samengewerkt met twee Parijse culturele instellingen. Dat vergde drie jaar voorbereidingstijd. Wat het optuigen van dat project extra leuk maakte, was dat je bij hen in de keuken kon kijken. Daar leer je van en tegelijkertijd zie je waar de accentverschillen liggen.'

Paul: 'Wat leuk is aan die internationale samenwerkingen, is dat je heel goed de verschillen krijgt te zien in museale culturen. In België bijvoorbeeld nemen ze veel meer tijd voor onderzoek, waar wij bij Museum Rotterdam minder tijd voor beschikbaar hebben. Onze exposities hebben in de regel nooit meer dan een jaar voorbereidingstijd.'

MUSEUM ROTTERDAM

Museum Rotterdam heeft twee vestigingen: de hoofdlocatie bevindt zich in het Timmerhuis en de andere vestiging ligt aan de Coolhaven en heet Museum Rotterdam '40-'45 NU en staat volledig in het teken van de Tweede Wereldoorlog en het bombardement van mei 1940. In het Timmerhuis vertellen historische stukken en nieuw erfgoed in onverwachte combinaties het verhaal van Rotterdam en de Rotterdammers: van nederzetting aan de Rotte tot veelkleurige metropool die de stad vandaag is. Paul van de Laar is sinds 2013 algemeen directeur.

REDDEN JULLIE JE IN DE CONCURRENTIE MET GROTE CULTURELE INSTELLINGEN?

Paul: 'De kleinere musea hebben het echt zwaar tegenover musea die meespelen in de Champions League en grote tentoonstellingen kunnen programmeren, doordat ze erin slagen sponsorgelden los te peuteren die dat mede mogelijk maken. De publiciteit die ze ermee genereren, leidt vervolgens tot veel bezoekers. Dat vermogen hebben wij als stads-museum minder.'

Sandra: 'Dat zie ik anders. Het is voor musea van onze omvang misschien lastiger, maar ook wij hebben het Blockbusterfonds (in 2012 opgericht om uitzonderlijke culturele projecten mede mogelijk te maken, GvL) aangeschreven toen we onze omvangrijke tentoonstelling over David Lynch – kunstenaar en filmmaker, onder andere als regisseur van Twin Peaks – gingen samenstellen. Met succes. We hebben het fonds overtuigd mee te doen door garant te staan voor een lening die we extra kunnen inzetten voor marketing. Dat was niet makkelijk, we moeten tijdens die tentoonstelling – november 2018 tot en met april 2019 – minstens 75.000 bezoekers trekken. Het dwingt je je plannen met overtuiging te brengen.'

Paul: 'Wij hadden met 'De Aanval' over de vijf dagen strijd om Rotterdam in mei 1940, in samenwerking met het gemeentearchief en het Duitse Militärhistorisches Museum Flugplatz Berlin-Gatow, een bijzondere tentoonstelling die te zien was op locatie in de Onderzeebootloods RDM Rotterdam. Dat was een succesnummer; inhoudelijk zeker en gezien de afgelegen locatie waren de bezoekerscijfers ook mooi. Maar wel minder dan 100.000 bezoekers, zoals het Blockbusterfonds meestal voorschrijft.'

WAT DOEN JULLIE VERDER OM EXTRA INKOMSTEN EN BEZOEKERS TE TREKKEN?

Sandra: 'We onderzoeken nieuwe mogelijkheden. Zo hebben we al een paar jaar het Bonnefanten Pinkpop-up Museum. Dat is inmiddels een vast item en wordt druk bezocht. Bovendien mag iedere festivalbezoeker daarna een keer gratis naar het museum. In maart hebben we de pop-up tentoonstelling Tien topstukken on tour gehad: topstukken uit de collecties van landelijke musea die zijn verworven dankzij deelnemers aan de BankGiro Loterij. Hiermee trek je ook veel regionale bezoekers die naar Maastricht komen om het werk van Rembrandt of Jan Steen te zien dat andere musea aankochten. Extra leuk, omdat de inwoners van Maastricht en omstreken ons nog niet altijd weten te vinden, terwijl we gemiddeld elke vier maanden een compleet nieuwe presentatie hebben.'

Paul: 'Zoals gezegd doen wij ook veel aan 'buitenactiviteiten'. Dat zijn onze erfgoedprojecten op locatie. Daar zijn we actief mee begonnen toen we onze oude locatie door bezuinigingen moesten sluiten. We zitten nu tijdelijk in het Timmerhuis van Rem Koolhaas dat we voor vijf jaar hebben gehuurd. Het klinkt aantrekkelijk om in het pand van zo'n bekende architect te zitten, maar het is niet gebouwd als museum en vraagt dus allerlei kunstgrepen om de kwetsbare collectie te kunnen tonen. Daarnaast hebben we nog een educatief museum – Museum Rotterdam '40-'45 NU – op een andere locatie dat geheel is gewijd aan de Tweede Wereldoorlog.'

Sandra: 'We willen ook de toeristen trekken die Maastricht allereerst associëren met André Rieu, het Vrijthof en shoppen. Maar als ze een weekend komen, is er heus ook tijd voor een museum. Dan is ons iconische gebouw alleen niet genoeg, we moeten ons echt nadrukkelijk profileren om hen te lokken. We werken samen met de gemeente Maastricht en Maastricht Marketing om het Bonnefanten, en kunst en cultuur an sich, nadrukkelijker onder de aandacht te brengen bij toeristen.'

WAT DOEN JULLIE VERDER OM DE FINANCIËN GEZOND TE HOUDEN?

Sandra: 'Als Bonnefanten hebben we pas geleden met het Elisabeth Strouven Fonds (ESF) Het Bonnefantenmuseum Fonds opgericht. Daarmee willen we voor de lange termijn een onafhankelijke en duurzame bron van inkomsten genereren. We hebben het eerste jaar zo'n 100.000 euro 'opgehaald'.

Wij proberen cultuurminnaars bewust te maken dat zij ons ook kunnen steunen met een bijdrage of met legaten en/of erfenissen. Maar naast het eigen fonds blijft kostenbeheersing en –bewustzijn natuurlijk belangrijk.'

Paul: 'Voor we als pop-up museum door het leven gingen, hadden we flink gespaard en gingen we heel effectief met onze bestemmingsreserves om, omdat we wisten dat we in de toekomst minder zekerheid zouden hebben. We zeilen financieel dus zeer scherp op de wind, maar wel verantwoord. Dat is ook de mening van onze accountant Willem Groeneveld van RSM uit Rotterdam. Hij snapt het reilen en zeilen van een museum. Hij denkt met ons mee binnen de financiële kaders die de gemeente ons oplegt, maar begrijpt dat we manoeuvreerruimte nodig hebben om onze programma's te verwezenlijken.'

Sandra: 'Soms gebruik ik een tegendraads instrument om te zeggen waarom het interessant is geld te steken in het Bonnefantenmuseum: de vier Limburgse voetbalclubs halen samen nog niet de bezoekersaantallen die wij jaarlijks over de vloer krijgen.'

