

De musea laten het zien

Museumvereniging
2015–2016

Inhoud

/1\ De Museumvereniging in de komende jaren	4
/2\ Behartigen van collectieve belangen	6
/3\ Vergroten van verdienvermogen van musea door collectieve promotie	8
/4\ Professionele ontwikkeling van de branche door de Museum CAO	10
/5\ Platform voor onderlinge uitwisseling van kennis en ervaring	12
/6\ Ruimte voor musea, ruimte voor verbetering	14

De Museum- vereniging in de komende jaren



De Museumvereniging is de branchevereniging van musea in Nederland. Ze wil alert en ambitieus zijn en pragmatisch als dat nodig is.

Als branchevereniging werken wij mee aan een positief, sterk imago van de Nederlandse musea. Wij willen musea helpen een zo groot en divers mogelijk publiek te bereiken en te interesseren. We maken ons sterk voor een gezonde branche die topkwaliteit levert. Daarom wenden wij onze invloed aan richting de politiek, doen veel aan promotie richting publiek en verlenen relevante diensten aan al onze musea.

Prioriteiten van de vereniging

We leven in turbulente tijden. Ook musea worden geconfronteerd met toenemende complexiteit en onvoorspelbaarheid. De veranderingen in politiek, economie, techniek en maatschappij gaan snel.

Dat betekent dat ook de Museumvereniging zich moet blijven aanpassen. Wij willen een branchevereniging zijn die veranderingen snel signaleert, musea een rol geeft in de ontwikkelingen en musea mede in staat stelt om nieuwe mogelijkheden tijdig te benutten.

Daarom leggen we onze focus op beïnvloeding van pers, publiek en politiek. Dat gaan we intensiever doen dan in de afgelopen jaren. We kiezen de volgende prioritering:

1. Behartiging van collectieve museumbelangen.
2. Vergroting verdienvermogen van musea door collectieve promotie.
3. Professionele ontwikkeling van de branche door o.a. de Museum CAO.

We verwachten niet dat de inkomsten van de vereniging de komende jaren zullen groeien. Bezuinigingen hebben onze leden hard geraakt en ze staan voor kostbare uitdagingen. Bij een gelijkblijvende contributie is deze prioriteitstelling bepalend voor de activiteiten die de vereniging ontplooit en de inzet van mensen en middelen die daarmee gemoeid is.

Behartigen van collectieve belangen

121

We werken aan de hand van een Public Affairs agenda, op basis van weloverwogen, collectieve belangen van alle aangesloten musea. Of ze nou klein of groot zijn, gefinancierd door rijk, provincie, gemeente of met private middelen. Rode draad in de PA agenda zijn de uitkomsten van de samenwerkingsagenda. Die laatste heeft als centrale vraag: ‘Hoe kunnen we samen het museumbestel verbeteren?’

We onderhouden goede contacten met partij- en op maatschappelijk, politiek-bestuurlijk en ambtelijk niveau. We zijn de spreekbuis richting pers en politiek. Wij nemen deel aan kansrijke overlegstructuren binnen de cultuursector, het toerisme, het midden- en kleinbedrijf en in Europees en internationaal verband.

Om onze ambities te realiseren, is een positieve publieke opinie van het grootste belang. We werken aan een zo groot mogelijk maatschappelijk draagvlak voor de vaderlandse musea. We spelen alert in op de actualiteit in politiek en pers, zijn altijd voorbereid op relevante onderwerpen en kennis onder onze leden weten we snel aan te boren en te verspreiden.

Museumbestel & Erfgoedwet

In aansluiting op ons rapport Musea voor Morgen kwam de Minister van Cultuur met een Museumbrief. Zij wil het museumbestel aanpassen aan de eisen van deze tijd en de bescherming van collecties van nationaal belang waarborgen in een Erfgoedwet. De Museumvereniging wil de motor zijn in de discussie over en de uitwerking van in de Museumbrief genoemde onderwerpen als afstoting of ontzamen, bruikleenverkeer, educatie en samenwerking. Bovendien wil de vereniging met de kring van rijksmusea de belangen behartigen die specifiek zijn voor musea die Cultuurnota subsidies ontvangen.

Cultuurplanperiode 2017-2020

Veel overheden beslissen elke vier jaar vrijwel gelijktijdig over de financiering van culturele instellingen. Voor gesubsidieerde musea zijn dat spannende momenten, die een gedegen voorbereiding vragen. Wij ondersteunen ze daarbij door grondige analyse van verkiezingsprogramma's en intensieve contacten met advies- en beleidsorganen en de politiek.

Ondersteuning Lobby

Musea staan tegenwoordig het hele jaar door in de schijnwerpers. Ze moeten hun publieksbelang steeds weer onderstrepen en hun bestaansrecht bewijzen. We blijven musea ondersteunen met instrumenten om zelf een adequate lobby op te zetten.

Internationalisering

In een branche die van nature internationaal actief is, moet ook de brancheorganisatie een internationale houding hebben. Daarom nemen we deel aan NEMO, het platform voor kennisuitwisseling op Europees niveau.

**Vergroten
van verdien-
vermogen van
musea door
collectieve
promotie**

De Museumkaart is goed voor gemiddeld 25% van de entreegelden van musea. De Museumkaart zorgt niet alleen voor meer entreegelden, maar ook voor meer bezoeken en meer inkomsten uit horeca en winkel, zo is aangetoond. De Museumkaart brengt inmiddels 1,1 miljoen Nederlanders naar het museum. Het is ons belangrijkste middel voor collectieve promotie. Uniek in de wereld.

Koers 2016

Samen met de musea hebben we in Koers 2016 bepaald dat we ons de komende jaren richten op het bereiken van 'Gezinnen met kinderen' en 'Jong & Hip'. Vanzelfsprekend koesteren we de doelgroep 'Actieve Senioren'. 'Weiniggaanders' willen we behouden, vooral in hun eerste en tweede kaartjaar, en de uitstroom binnen alle segmenten willen we zoveel mogelijk beperken.

Museumkids.nl brengt musea en de Museumkaart in contact met hun jongste publiek van 6 t/m 12 jaar. Museumkaart en Museumkids zijn ook interessant voor samenwerking met andere partijen zoals private fondsen e.d..

Onze communicatie met Museumkaarthouders wordt steeds gericht. Omdat we meer van ze weten kunnen we ze relevante aanbiedingen en suggesties doen. Ze ontvangen desgewenst elke maand speciale aanbiedingen. De gegevens die we verzamelen, delen we met de musea, met inachtneming van wet- en regelgeving.

Verder doen we onderzoek naar de mogelijkheden die zich aandienen door het toenemend internationaal cultuurtoerisme.

Mensen, musea en media

Naast de Museumkaart zetten we ook in op andere manieren om mensen, musea en media te verbinden. Thuis en onderweg is museumkaart.nl de bron. Met programma's op de publieke, commerciële en regionale omroep zijn we aanwezig op de televisie, als ook met agendatips online en in de landelijke dagbladen. Door exclusieve evenementen met trouwe kaarthouders, onze ambassadeurs, willen we positieve en gratis publiciteit voor musea in den lande genereren.

Museumweek

Tijdens de landelijke Museumweek organiseren deelnemende musea aantrekkelijke activiteiten. Met name voor gezinnen met kinderen. Zo willen we het publiek warm maken voor musea en meer museumbezoeken realiseren. De Museumweek moet de maatschappelijke functie van musea voelbaar maken. Tegelijkertijd krijgen musea – ook de niet beneficiënten – de kans om deel te nemen aan geormerkt werven van de BankGiro Loterij om zo hun financiële basis te verbreden.

**Professionele
ontwikkeling
van de branche
o.a. door de
Museum CAO**

4A

Om branche-ontwikkeling te stimuleren, richten we ons op de volgende diensten en producten voor de leden:

Museum CAO

Musea hebben een belangrijke maatschappelijke functie, die ze zo goed mogelijk willen vervullen. Daar zijn uiteraard goede mensen voor nodig, die tevreden zijn over hun werk en hun arbeidsvoorwaarden, inclusief pensioenen. De Museum CAO heeft inmiddels haar waarde bewezen en geniet vertrouwen bij werkgevers en bonden.

Kwaliteitsborging

Het kwaliteitssysteem van onze sector is even simpel als doeltreffend. Het is gebaseerd op de Ethische Code voor Musea en de Museumdefinitie van ICOM die daaraan ten grondslag ligt. Leden van de vereniging voldoen aan deze belangrijke kwaliteitseisen.

Ethische code voor musea

De vereniging ondersteunt de leden bij de naleving van de Ethische Code. Zo zal de herziene Leidraad Afstoting Museale Objecten verantwoord ontzamen mogelijk maken. Deze zelfregulering van musea zien we graag parallel lopen met de Erfgoedwet, die overheden verplicht zorgvuldig met hun museale bezit om te gaan. Wij streven ernaar dat in heel het land de beschermwaardigheidstoets op eenzelfde wijze plaats zal vinden.

Museumcijfers en kengetallen

Meten is weten. Daarom bieden wij de leden verschillende meetinstrumenten aan om zichzelf met andere musea te vergelijken. Bovendien is een nadere analyse en interpretatie van alle verzamelde data ondersteunend aan de lobby. De meetindicatoren die we ontwikkeld hebben voor de verantwoording van rijkssubsidie zijn een goed instrument om de maatschappelijke impact van musea te meten.

Museale verwervingen vanaf 1933

Afronding van het herkomstonderzoek vindt plaats in 2016. Een kleine commissie zal de twaalf musea in hun onderzoek begeleiden en hun eindrapportages beoordelen.

**Platform voor
onderlinge
uitwisseling
van kennis en
ervaring**

151

De jaarkalender kent traditiegetrouw een aantal momenten waarop leden elkaar in verschillende omgevingen kunnen ontmoeten. En hun kennis en ervaring kunnen uitwisselen over algemene of specifieke onderwerpen.

Ledenvergadering

Twee tot drie keer per jaar vergaderen de leden om het beleid van de vereniging te bepalen en de resultaten te beoordelen. De vereniging kent ook twee kringen van leden: één voor rijksmuseum en één voor volgers van de Museum CAO. Zo richten we ons op specifieke belangen en kunnen we met betreffende leden bindende afspraken maken. De bijeenkomsten zijn een mooie gelegenheid om de onderlinge banden aan te halen.

Nieuwjaarsreceptie

Op de eerste maandag van het jaar zijn alle leden en relaties van de Museumvereniging welkom op de nieuwjaarsreceptie. Het is voor de vereniging ook een podium om haar (politieke) boodschap uit te dragen, in aanwezigheid van opinie- en beleidsmakers.

Secties

De secties zijn onmisbaar voor de professionalisering van medewerkers op specifieke museale vakgebieden. De Museumvereniging wil de secties versterken door ze onder te brengen in drie domeinen: collecties, publiek en zakelijk. Per domein wordt elk jaar een grote activiteit georganiseerd waarvoor de sectieraad als redactie fungeert en de vereniging de logistiek regelt.

Museumcongres en Museumvisie

Het Museumcongres is voor velen een hoogtepunt in het museumjaar maar ontbeert nog een functie in de collectieve belangenbehartiging. De wisselwerking met het vakblad Museumvisie kan sterker, de actualiteit vergroot. Bestaat het vakblad alleen offline of ook online? Wat is een eigentijds verdienmodel voor congres en vakblad? Het vraagt om ingrijpende keuzes die we in 2014 voorbereiden.

**Ruimte
voor musea,
ruimte voor
verbetering**

16

Musea zijn in deze tijd misschien wel belangrijker dan ooit. Het zijn de schatkamers van de samenleving, waar jong en oud veel kunnen leren en beleven. Het zijn plekken voor bezinning, verwondering, verbazing en ontroering. Musea verbinden ons met het verleden, met het nu, met het grote verhaal van de mens. Kortom, musea zijn niet weg te denken uit ons bestaan. Vanuit maatschappelijk en cultureel perspectief, maar zeker ook vanuit economisch oogpunt.

Groot, middelgroot of klein, gefinancierd door rijk, provincie, gemeente of uit private middelen, met tentoonstellingen over geschiedenis, kunst, natuurhistorie, bedrijven, wetenschap, techniek of volkenkunde..., de Museumvereniging is van en voor àlle musea. Wij behartigen de collectieve museumbelangen door zo doortastend mogelijk op te komen voor onze branche. Met overtuigende promotie richting het grote publiek, politiek lobbywerk en dienstverlening voor onze leden.

De Museumvereniging gaat graag met haar leden in debat over de toekomst van de museumbranche, in het verlengde van Agenda 2026. Want het succes van musea in de afgelopen jaren biedt geen garanties voor de toekomst. Maatschappelijke ontwikkelingen dwingen tot scherpe keuzes. Keuzes die we zelf moeten maken en waarop overheden hun beleid vanaf 2017 kunnen baseren.

