

Een jaar met /vele gezichten\

Museumvereniging
Jaarverslag 2022



// De Museumvereniging in een jaar van transitie

Samen met de 462 leden versterkt de Museumvereniging – de branchevereniging van de museale sector – het publiek belang van musea. De vereniging zorgt voor een stevig draagvlak voor musea door collectieve belangenbehartiging; belangen die de hele museumsector raken worden op de landelijke agenda gezet. Zij draagt bij aan het verdienvermogen van musea door het creëren van draagvlak bij publiek voor musea en voor de sector als geheel. De Museumvereniging vergroot de kwaliteit van de sector door een platform van deskundigheid en kwaliteit te bieden, door gedragscodes, kennisdeling en toekomstgerichte bedrijfsvoering.

De Museumkaart – ruim 40 jaar jong en een bijzonder sterk merk – is het centrale onderdeel van de collectieve promotie voor musea. De Museumkaart geeft een jaar lang onbeperkt toegang tot alle aangesloten musea. Met nu bijna 1,4 miljoen kaarthouders draagt de Museumkaart substantieel bij aan publieksbereik en verdienvermogen van musea in Nederland.

Bij de Museumvereniging werken nu zo'n 20 mensen in het eind 2022 betrokken nieuwe kantoor in Pakhuis de Zwijger in Amsterdam. Zij houden zich bezig met belangenbehartiging, collectieve promotie en kwaliteitsverbetering van en binnen de sector.

In dit jaarverslag maakt u kennis met alle mensen die in 2022 de Museumvereniging vormden. Zij komen zelf aan het woord over het afgelopen jaar, over wat hen trof en bezighield, hoe zij in turbulente tijden en transitie dit verslagjaar 2022 hebben beleefd. De verhalen tellen op tot een collectief verhaal van en over een bewogen en bevlogen jaar voor de Museumvereniging, en voor de musea waar zij voor staat en zich met hart en ziel voor inzet. Een verhaal van transitie. Een verhaal met vele gezichten.





Musea staan open voor iedereen, voor jullie. Ze schakelen tussen heden en verleden, en leggen lijnen naar de toekomst. Cultuur - in al zijn facetten - staat voor herkenning en identiteit en draagt bij aan sociale verbinding. Als Museumvereniging proberen we de verbinding tussen onze leden - de musea - en met het maatschappelijke veld te bevorderen.

Dat klinkt misschien als 'grote woorden', maar in deze onzekere tijden is dit relevanter dan ooit. (Geo)politieke ontwikkelingen, oorlog, inflatie, duidelijke stemverheffing op terreinen als klimaat, duurzaamheid, sociale veiligheid. De weerslag daarvan is ook terug te vinden in de museumwereld. Er speelt veel, zoals je hierna kunt lezen. Met een achterban van meer dan 1,4 miljoen Museumkaarten en zo'n 8,5 miljoen museumbezoeken voelen we het belang en proberen we richting te geven en aanjager te zijn.


Betrokkenheid is er op de eerste plaats bij onze leden - de ruim 450 musea, in alle soorten en maten - en vind je ook terug in de ambities van de Museumvereniging en de doelen die wij ons hebben gesteld. Die hebben we vertaald in een ambitieuze agenda met de volgende vijf speerpunten voor de sector: gezond, inclusief, divers, aantrekkelijk en duurzaam. Daarmee sorteren we voor op de toekomst, zodat de musea hun artistieke en maatschappelijke rol blijven waarmaken. Samen met de ruim 34.000 mensen die zich daarvoor inzetten. Kundig en betrokken. Dat is een enorme kracht.

Met plezier presenteren wij dit jaaroverzicht 2022. Het was een jaar van transitie, op vele fronten. Van de zware tijden met lockdown en lege zalen, naar open deuren en bezoekers die eerst wat aarzelend maar al snel nieuwsgierig over de drempel stapten. Cultuur opsnuiven. Inspiratie opdoen. Het stroomt weer tussen de cultuur en jullie, ons publiek. Het team dat zich hiervoor dagelijks inzet, stelt zich in de volgende pagina's aan je voor. Het enthousiasme en hun kwaliteiten spreken voor zich. De inspiratie halen we uit de interactie met het publiek, jullie. Musea en cultuur als verbindende factor tussen mensen, in het maatschappelijke veld en als spiegel en inspirator van een scala aan culturele identiteiten. De deuren van de musea staan wijd open. Kom kijken en ervaar!

Namens het bestuur van Museumvereniging en het bestuur van Stichting Museumkaart,

Marise Voskens, Voorzitter





/Dit was een
transitiejaar.
We zijn uit een dal
geklommen en zijn
nu goed bezig\

Vera Carasso
Directeur Museumvereniging





/Vera Carasso

Directeur Museumvereniging

Vera Carasso is vanaf 1 januari 2022 directeur van de Museumvereniging. Ze heeft veel en brede ervaring in de museale wereld. Haar startjaar was er een van transitie. “Een opmaat voor wat komen ging en gaat. Veel stond nog in het teken van corona.

Toen ik begon waren er frustraties en zorgen over weer een lange sluiting.” Want waar de grote winkelketens open waren, bleven de musea dicht. De grote vraag was of het publiek de musea na de sluiting weer terug zou weten te vinden.

Vera moest in actie komen, aanjagen, naar buiten; zelfbewust en zichtbaar. Contacten leggen en onderhouden. Daardoor heeft de vereniging sectorbreed meer zichtbaarheid gekregen. “Door de vereniging spreekt de sector met één mond. Dat maakt ons verhaal krachtiger en we kunnen er meer mee bereiken. Ik proef bij de musea ook waardering voor wat we doen, ze zien dat we voor hen bezig zijn en onze nek uitsteken.”

We willen de samenleving verbinden

“We werken vanuit een sterke overtuiging, want cultuur opent je wereld, inspireert en biedt nieuwe inzichten. Cultuur is een grondrecht, van en voor iedereen.” Als belangrijk onderdeel van de Nederlandse culturele infrastructuur zijn de musea als geen ander



in staat hieraan bij te dragen. Met collecties vertellen zij bijzondere verhalen, starten ze gesprekken en faciliteren ze culturele ontplooiing.

Musea verbinden het heden met het verleden en zij werken aan een gedeelde toekomst. Een sterke, actieve, toegankelijke en verenigde museumsector verbindt mensen en de maatschappij, nodigt uit tot dialoog en zorgt voor de positieve ontwikkeling van de samenleving als geheel.

2022 een transitiejaar

“We zijn als sector én als team uit een dal geklommen, nu begint het weer te lopen. Er is een strategie en een missie, en een nieuwe agenda met speerpunten voor de komende jaren. Er zijn nieuwe teamleden, er is een nieuw kantoor – voor iedereen de meest voelbare verandering – en een nieuw softwaresysteem voor de Museumkaart. We zijn aan het bouwen, en dat zullen we blijven doen.”

Hogere bezoekersvergoeding

2022 is een transitiejaar, maar ook een jaar van herstel. “Het publiek mag weer, kan weer en komt weer naar onze musea, maar het heeft ook tijd nodig. Het was voor iedereen mooi om te zien en te ervaren dat het publiek ons bleef steunen, dat zagen we onder andere terug in dat mensen hun Museumkaart

bleven verlengen, ondanks de sluitingen. Omdat het museumbezoek zelf helaas nog niet op het oude niveau zat, was de bezoekersvergoeding van de Museumkaart in 2022 met 65% hoger dan de afgelopen jaren. Dat betekent dat er via deze weg toch weer veel geld teruggaat naar de sector.”

Meer jongeren in de musea

Eind 2022 komt het totale museumbezoek uit op zo’n 75% van 2019, het laatste ‘normale’ jaar voor corona, en dat percentage loopt begin 2023 verder op. Zo is er een spectaculaire toename in het bezoek onder jongeren. Met een verdriedubbeling in de leeftijd onder 13 jaar en een stijging van 37% in het aantal Museumkaarten in de leeftijdscategorie 26 tot 35 jaar. Dat is een prachtige ontwikkeling die veel belooft voor de toekomst.

Eén team

“Ook binnen het verenigingsbureau gaan we de goede kant op.” Er is een nieuw managementteam met – naast Vera – Hanna Marije Booij (strategie & beleid), Mark Oskam (bedrijfsvoering) en Martin de Rooij (marketing en communicatie). “We zijn één team,” benadrukt Vera als het gaat over de Museumvereniging en de Stichting Museumkaart.

Als team willen wij de aanjager van, voor en binnen de museumsector zijn. Naar die rol groeien we steeds meer toe.”





/Hanna Marije Booij

Adjunct-Directeur, Hoofd Strategie en Beleid

“Als aanjager van en voor de sector kiezen we meer dan voorheen positie. We zijn beslist niet naïef, we wegen en weten goed wat we doen en van plan zijn. De relatie met onze leden moet goed

zijn. We zijn en blijven immers een brancheorganisatie en dus blijft draagvlak belangrijk. Musea bepalen zelf en zelfstandig wat zij doen en laten, maar wij agenderen wat wij denken dat goed is, wat werkt en waar de sector profijt van heeft.” Vanuit kennis en kunde werkt iedereen nu aan hetzelfde, dat is een enorm verschil met voorheen. Strategisch opereren en dus een strategische agenda en een activiteitenplan hebben. De sector meer gaan voeren.

Vijf speerpunten

“Aan de hand van de vijf speerpunten voor de komende jaren zorgen we voor verbinding met het publiek, activeren en faciliteren we kennisdeling tussen leden en behartigen we de belangen van de museumsector bij de overheid. Wij zijn de aanjagers van een inclusieve, diverse, aantrekkelijke, duurzame en financieel gezonde sector.”

Een inclusieve sector

Door alle groepen een plek te geven en onze verschillen zichtbaar te maken, kan de museumsector een actieve rol spelen bij het realiseren van verbinding in de samenleving. “In het museum moet iedereen gelijkwaardig zijn, ongeacht situatie, achtergrond of overtuiging.

Alleen wanneer iedereen het museum weet te vinden, iedereen kan meedoen, zich er veilig en thuis voelt en eigenaarschap ervaart, ontstaat een sector die werkelijk inclusief is.”



Een diverse sector

“De zorg voor, en toepassing van kunst, cultuur en erfgoed, is het fundament van een diverse museumsector.” Door middel van collecties maken musea ons heden, verleden en onze toekomst zichtbaar, vertellen ze verhalen en tonen ze de grote verscheidenheid aan overtuigingen en achtergronden in onze maatschappij. “Door actief te investeren in behoud, onderzoek en digitalisering van collecties – en door die op nieuwe manieren te presenteren – kan de museumsector ons erfgoed blijven delen en verrijken om zo ook op de lange termijn te fungeren als spiegel van de samenleving.”

Een aantrekkelijke sector

Musea zijn unieke en inspirerende werkplekken. Tegelijkertijd heeft ook de museumsector te maken met krapte op de arbeidsmarkt. “Dat maakt dat musea goed moeten kijken naar hun rol als werkgever. Naast een gezonde werkbalans, oog voor individuele behoeften en ruimte voor ontwikkeling, moet de sector een veilige en inspirerende werkplek bieden voor zowel nieuw talent als voor ervaren professionals en de vele onmisbare vrijwilligers.”

Een duurzame sector

“De museumsector draagt zorg voor verleden en heden, maar over de toekomst maken we ons zorgen. We dragen daarom bij aan een duurzame en rechtvaardige wereld. Dit vraagt om creatieve oplossingen, lef en betrokkenheid van de gehele sector. De sector zal leiderschap moeten tonen door niet te wachten tot het

moet, maar nu al te doen wat nodig is en kan. Van het verduurzamen van de bedrijfsvoering en de digitalisering van processen, tot het creëren van bewustwording bij het publiek door het goede voorbeeld te geven.”

Een financieel gezonde sector

Musea worden op veel manieren ondersteund. Het rijk, de provincies en gemeenten, het publiek en private financiers leveren waardevolle bijdragen. Toch hebben veel musea structureel moeite het hoofd boven water te houden. Een tekort aan middelen of een te grote afhankelijkheid van één inkomstenstroom maken musea kwetsbaar. Bovendien stellen financiers steeds meer eisen, die enerzijds de professionaliteit ten goede kunnen komen, maar anderzijds ten koste kunnen gaan van het onderscheidend vermogen van musea. “Een gezonde financiële balans en maatwerk in regelgeving zijn cruciaal om musea in staat te stellen om te investeren in hun toekomst en een duurzame relatie aan te gaan met hun omgeving.”

We weten wat we kunnen

“We zijn niet bang reactie uit te lokken. We hebben een idealistische agenda en misschien is niet iedereen daar gelukkig mee, maar we durven, omdat we als organisatie weten hoe we in ons vel zitten en wat we willen en kunnen. We geloven dat onze instelling en opstelling nodig is om de sector toekomstbestendig te maken. Daar werken we hard aan, met en voor onze leden.”



/Suzan Nuijen\ Projectleider Programma's

Na tien jaar bij Stichting Beeld en Geluid begon Suzan twee jaar geleden bij de Museumvereniging als coördinator van publieksprogramma's en ledenevents. Nu doet Suzan de programma's voor de leden – de musea, dus – en is ze verantwoordelijk voor alle kennisdelingsevents. Samen met Hanna Marije is ze bezig met het optuigen van een nieuwe kennisdelingsstructuur.

De Museumvereniging zet in de komende jaren echt de stap naar voren als de aanjager van verbinding, kennisdeling, inspiratie en vernieuwing binnen de museumsector. We willen gesprekken starten, relevante content delen, nieuwswaardig zijn en zichtbaar zijn als het gezicht van de sector. De rol van verbinder tastbaar maken. Met aandacht voor alle leden, groot en klein.

De Museumnetwerken

“We hebben nu ruim 450 leden, van het Rijks tot het kleinste museum. Er zijn heel veel verschillen; deels doen en willen ze wel hetzelfde, maar ze werken wat los van elkaar.” In 2023 starten de 7 Museumnetwerken. Die gaan per specialisme een laagdrempelig netwerk in de museumsector vormen om het niveau te verhogen, meer samen te werken, kennis te delen en anderen te ontmoeten. Want uiteenlopende musea, en zowel ervaren museummedewerkers als nieuwe museale collega's komen hier samen.



“Door de grote hoeveelheid kennis, ervaring en creativiteit binnen de museumsector te delen met alle betrokkenen binnen de sector, zorgen we voor meer verbinding tussen musea en versterken we de sector als geheel. De Museumvereniging wil de beste ideeën en succesverhalen delen, zodat we er allemaal beter van worden. Maar we willen ook de uitdagingen waar we als sector voor staan



bespreken en samen tot oplossingen komen. Zo blijft iedereen op de hoogte van wat er speelt en gebeurt in de museumwereld. De Museumnetwerken zijn goed voor professionalisering, voor jezelf, het museum en de hele sector.”

/Bente Bergmans

Beleidsadviseur Public Affairs

Bente werkte vanaf 2017 als medewerker kwaliteit bij de Museumvereniging. Vanaf december 2022 heeft zij de functie van beleidsadviseur public affairs. Het is een strategisch proces: inspelen op politieke besluitvorming en veranderingen in maatschappij en publieke opinie die invloed hebben op het functioneren van de eigen organisatie.

“Ik houd mij nu bezig met beleidsmakende dossiers als de Commissie Beleid Museumkaart, Koloniale collecties en meerstemmigheid, LAMO en ICOM.”

De Commissie Beleid Museumkaart, waarvan Bente secretaris is, hield 4 sessies in najaar 2022, die resulteerden in een rapport dat zij presenteert op de algemene ledenvergadering van de Museumvereniging in mei 2023. “Centraal staat de doorontwikkeling van de Museumkaart, zoals verkoop op alternatieve locaties, hoe om te gaan met toeslagen, hoe we meer kunnen en meerstemmig kunnen zijn en aansluiten bij maatschappelijke ontwikkelingen.”

Goede keuzes en steun

Koloniale collecties en meerstemmigheid gaat over stimuleren van herkomstonderzoek, keuzes daarop baseren en mensen steunen die daar al mee bezig zijn. “We geven de – goede – voorbeelden een platform, maar we doen het niet zelf.”



Voor LAMO – de Leidraad Afstoting Museale Objecten – is in 2022 een werkgroep opgericht, met name voor collectiemedewerkers. “Hoe kunnen we voor ontzamen een betere leidraad maken? Er is een nieuwe leidraad vastgesteld en het accent is nu op wat beter past bij het object. De blik op collecties wordt verbreed; meer ruimte om vrijer te denken.”

ICOM is de grootste internationale brancheorganisatie voor musea en het museumwerk. Sinds de oprichting in 1946 maakt ICOM zich sterk voor het professionaliseren van musea en het museumvak wereldwijd, onder meer door samenwerking tussen musea onderling te stimuleren. Tijdens de ICOM General Conference in Praag in 2022 is de nieuwe internationale museumdefinitie aangenomen. “De nieuwe definitie geeft ook aanleiding opnieuw te kijken naar de maatschappelijke rol van musea. Essentieel in de nieuwe definitie zijn publiek, duurzaamheid en meerstemmigheid.”

/Lodewijk Kuiper

Beleidsadviseur Public Affairs

“We hebben doorlopend aandacht gevraagd voor het wegvallen van publieksinkomsten. We telden 23 miljoen bezoekers in 2022 ten opzichte van 32 miljoen voor corona, ofwel 70% van het aantal bezoekers en dus 70% van gegeneerde inkomsten.” Onderlinge verschillen blijken groot, want sommige musea deden het dan weer veel beter en zaten op of rond de 100%. “Er zijn grote verschillen tussen musea. Kunnen



grote(re) musea veel bezoekers trekken als zij geen grote, aansprekende tentoonstellingen meer hebben? Kunnen de kleine(re) musea het nog aan? Veel stonden in het rood, maar musea blijven overeind, in elk geval tot nu toe.” Ook was er van 2019 tot 2022 een personele krimp van 42.000 naar 35.000. En veel musea zagen reserves verdampen door hoge energiekosten, de nieuwe cao, en minder inkomsten.



Geloofwaardigheid

“Ik ben veel in de buitendienst, een constante lobby voor randvoorwaarden voor een gezonde museumsector,” legt Lodewijk uit. “Bij de Tweede Kamer, het ministerie, en in contacten met pers en media zorgen we dat we in beeld en in positie zijn. Wat we ook vragen of naar voren brengen, we moeten altijd aan onze geloofwaardigheid denken.”

Eind 2021 zijn de musea weer in lockdown. Er is boosheid en onbegrip dat IKEA open mag en musea dicht moeten blijven. Het leidt tot positieve actie. Vera is dan net begonnen als directeur en zij komt met de Museum Gym. Op woensdag 19 januari 2022 ben je in ruim 70 musea welkom voor een gym- of yogales of een krachttraining. Het is een krachtig en creatief signaal richting Den Haag. Zes dagen later gaan de musea toch open. Er komt een vijfde steunpakket voor cultuur met substantieel geld voor veel musea.

In 2022 zijn er drie Kamerdebatten, onder meer over de hoofdlijnenbrief van de nieuwe cultuurstaatssecretaris Uslu. In de hoofdlijnenbrief cultuur is onder meer 19 miljoen euro voor het nationaal museaal aankoopfonds toegevoegd en een bijdrage van 50 miljoen voor De Vaandeldrager van Rembrandt. De garantieregeling voor buitenlandse topstukken in musea – de indemniteitsregeling – wordt langjarig verhoogd van 300 naar 450 miljoen euro. De regeling is een garantiebepaling van de overheid waarin zij musea tegemoetkomt met lagere verzekeringspremies. Musea kunnen

zo belangwekkende tentoonstellingen organiseren met kostbare bruiklenen uit het buitenland.

Minder tentoonstellingen en minder inkomsten

Musea hebben moeten bezuinigen vanwege minder inkomsten en dat leidt weer tot minder tentoonstellingen en dus nog minder inkomsten. Er is een miljoen euro extra voor innovatieve tentoonstellingen. “Wij lobbyden voor meer, maar kregen het niet.” Er werd wel vanuit het ministerie budget beschikbaar gesteld om een extra impuls te geven aan onze publiekscampagne om bezoek te stimuleren. “En daarnaast hebben we langdurig 5 miljoen euro per jaar gekregen voor verduurzaming van de rijksmusea, één van onze speerpunten.”

In de najaarsnota kwam vanwege de explosief stijgende energieprijzen 400 miljoen euro aan tegemoetkoming beschikbaar voor eigen instellingen – waaronder rijksmusea – die 7% of meer kwijt waren aan energiekosten, en 300 miljoen euro voor gemeenten en provincies, waar 200 gemeentelijke musea een beroep op kunnen doen.

Voor Lodewijk is nu de vraag hoe het met de musea gaat in de eerste kwartalen van 2023. “Dat bepaalt ook of we weer gaan inzetten op lobby voor overheidssteun. Ik kijk naar wat de sector nodig heeft en waar mogelijk beweegruimte zit.” Je kunt pas op een termijn van 3 jaar echt kijken hoe het gaat. “Corona, de oorlog in Oekraïne en de energiecrisis laten zien dat we leven, en moeten opereren, in een instabiele wereld.”



/Gea Wold

Senior Medewerker Werkgeverszaken

2022 was voor Gea een heel bijzonder jaar. De omstandigheden waaronder een nieuwe Museum-CAO tot stand moest komen, waren verre van gunstig. “We hadden te maken met torenhoge inflatie, omhoogschietende energieprijzen en krapte op de arbeidsmarkt.” En dat allemaal zo vlak na de coronaklap.

Bij de werkgevers was er dan ook eerst veel onbegrip voor een looneis van de vakbonden van 10%. Vanaf begin 2022 is er met



elkaar gesproken. De werkgevers wilden graag iets doen. Uiteindelijk is hun tegenvoorstel van 5% en een structurele nominale verhoging van 100 euro bruto per maand door de vakbonden geaccepteerd. “De nieuwe CAO geldt vanaf 1 januari 2023 en heeft een looptijd van anderhalf jaar. Het is fijn dat we onze mensen iets extra’s kunnen bieden.”

Naast de nieuwe Museum-CAO was en is Gea bezig met een nieuw functiehandboek voor musea. “Dat wordt vast een moeizaam proces, maar het moet gewoon, het vorige handboek is inmiddels al 8 jaar oud.” Ook werkt ze aan een regeling voor oudere werknemers en duurzame inzetbaarheid. Dit krijgt in 2023 meer vorm.

/Koen van Veen

Projectleider Operationele Zaken Museumkaart

Koen is verantwoordelijk voor de operations van de Museumkaart en zorgt ervoor – en houdt in de gaten – dat de externe klantenservice zijn werk goed en in overeenstemming met afspraken doet. De implementatie van een nieuw systeem voor de Museumkaart in 2022 was een grote uitdaging die niet zonder obstakels verliep. Maar het was wel een noodzakelijke stap om de grote groei van de Museumkaart de afgelopen jaren bij te kunnen houden.

“De grote inhaalslag die met de overstap naar Salesforce is gedaan, zorgt ervoor dat verdere optimalisatie van de service aan bestaande



en nieuwe kaarthouders mogelijk is, te beginnen met een versimpeld aanmeld- en verlengproces en de ontwikkeling van een digitale Museumkaart.”

Niet direct een oplossing

Met al zijn ervaring bij de Museumvereniging had Koen nooit gedacht en niet kunnen voorzien welke impact de introductie van de nieuwe database in Salesforce op hem, de hele organisatie en klanten zou hebben. “De voorbereidingen waren al in 2021 gestart,” legt Koen uit. “Er was gebouwd, getest en alles ging goed, tot de introductie in augustus 2022. “Ineens ging er van alles fout, en er was niet direct een oplossing.”

Zo ging het bijvoorbeeld mis bij het verlengen van de Museumkaart. “Dat zorgde voor veel boze klanten, waarvan sommigen zelfs op kantoor verschenen. Die hebben we natuurlijk zo goed mogelijk van dienst proberen te zijn. Maar het duurde best lang voordat we alles weer op orde hadden.” Naast de problemen – die inmiddels achter de rug zijn – waren er in moeilijke tijden gelukkig ook veel positieve signalen en acties.

“Veel kaarthouders bleven en zagen hun bijdrage als steun aan de culture sector, dat voelde goed. Mooi dat zij dat deden. De Museumkaart is onze grote troefkaart. Na een dip in coronatijd ligt het aantal kaarthouders nu weer op het oude niveau van rond de 1,4 miljoen. Daar hebben we echt goud mee in handen.”



/Zita de Wijs\

Senior Projectmedewerker Operationele zaken

Voor Zita stond 2022 – net als bij Koen – voor een groot deel in teken van de nieuwe database en de problemen die bij de introductie naar voren kwamen. “Het leek wel een sneeuwbaaleffect. Het kostte veel avonden, nachten en weekenden van veel van ons om alles goed op orde te krijgen. Dat heeft wel een kleine twee maanden geduurd. Het ging niet met alles en iedereen mis, maar met 1,4 miljoen kaarthouders is een probleem bij een klein deel al snel omvangrijk en dus een groot probleem.”

In coronatijd was er wel sprake van daling van het aantal kaarthouders, maar dat verlies is inmiddels zo goed als goedgemaakt. “We zitten nu weer op ruim 1,4 miljoen kaarthouders en we zien het verlengpercentage stijgen. Zo’n 10% van de volwassen bevolking van ons land heeft een Museumkaart, goed om dat op je te laten inwerken. En de systemen moeten daar dus wel op berekend zijn.”

Voor de musea

Zita en Koen zijn bezig met een nieuw jaarplan. “Daarvoor luisteren we heel goed naar de musea, want daar doen we het allemaal voor. Prima dat we de kaart zo slim inzetten in campagnes als een belevenis in plaats van gewoon een toegangkaart. En het succes van de Museumkaart komt allemaal ten goede van de musea.”



Naast haar verantwoordelijkheid voor een soepel verloop van de contacten met kaarthouders en de musea rond de Museumkaart, is Zita projectleider voor de ontwikkeling van de nieuwe website van de Museumvereniging, die de huidige platforms gaat vervangen. De nieuwe website neemt alle functionaliteiten van Museumvereniging.nl en Museumcontact.nl over. Op heldere, gebruiksvriendelijke manier gaat de site de grote hoeveelheid data over Museumkaart en kaarthouders anoniem delen met onze leden. “Er is zoveel te leren van de data. Voor ons én de musea voor wie de kaarthouders vaak de trouwste bezoekers zijn.”





/Martin de Rooij\

Hoofd Marketing en Communicatie

Martin startte op 1 september 2022 als Hoofd Marketing en Communicatie van de Museumvereniging. Hij heeft jarenlange ervaring in reclame, marketing en communicatie en iemand van zijn kaliber is nodig om de verandering te vertalen in aansprekende communicatie. Hij komt binnen op het moment dat Nederland – en de musea – weer voorzichtig opengaat en de Museumvereniging bouwt aan een nieuwe organisatie, een nieuwe structuur en een nieuwe strategie. Er is dus heel veel te doen.

Een nieuwe tijd

Er was grote opluchting omdat Nederland weer – voorzichtig – van het slot ging. De deuren waren lang dicht, bijna alles ging online, maar nu kon en mag het weer. “De Nationale Museumweek in april 2022 lijkt het startsignaal voor een nieuwe tijd, een nieuw momentum. Niet voor niets is ‘Open je wereld’ het thema van de week.”

Veel loyaliteit

Het museum gaat om mooie dingen, maar ook om de dialoog met de samenleving. “We hebben nu 1,4 miljoen kaarthouders. Er was weinig verlies, en heel veel loyaliteit in coronatijd. We zien trouw en constante groei. De Museumkaart is dan ook geen product, maar een sterk merk, een beleving,” aldus Martin. De kaart is een bijzonder laagdrempelig middel van en voor iedereen. Het is de toegang tot een enorme rijkdom, letterlijk en figuurlijk, met meer dan 450 musea die het hele spectrum



tonen. “We willen de kaart nog meer van iedereen maken. We gaan van factual naar beleving, van pasje naar digitale kaart. En we maken de Museumvereniging zichtbaarder en relevanter. Wij zijn gezicht en spreekbuis, uiteraard in goede samenspraak met de musea. We laten zien hoe waardevol de sector is en alles waar we samen voor staan.”

Verder bouwen

“In 2022 hebben we gebouwd, een nieuw fundament gelegd en in 2023 zetten we de eerste zichtbare stappen in de vorm van een sterke focus op kennisdeling. Om te beginnen met de start van de zeven Museumnetwerken, waarin alle kennis binnen de sector op laagdrempelige wijze wordt gedeeld. En er komt een geheel nieuwe website voor de Museumvereniging, die ons de mogelijkheid geeft informatie op een heldere en toegankelijke wijze te delen.”

/Ellen Bakema

Coördinator Marketing

Museumkids.nl is een initiatief van de Museumvereniging voor kinderen tot en met 12 jaar. Zij kunnen op een speelse manier ervaren wat er in de musea in Nederland te ontdekken is, zowel online als offline.

In de nieuwe strategie van de Museumvereniging is Museum.nl de paraplu waaronder Museumkids en Kidsproof en ook de Museumkaart huist. Alles op en vanuit één plek, helder voor de musea en ook praktisch. “Kunst is ingewikkelder dan een dino,” vindt Ellen, “je moet



er een verhaal bij vertellen. En dat hoeft overigens niet altijd alleen maar allemaal leuk te zijn. Spannend kan ook best. Maar ouders moeten dat dan ook durven met en voor hun kind(eren).”

Jongste generatie

“Met Museumkids richten wij ons specifiek op de jongste generatie museumliefhebbers. Door hen op speelse wijze te laten kennismaken met musea en ze te laten zien dat het museum ook voor hen leuk is, verlagen we de drempel voor kinderen en ouders en verzorgers om een museum te bezoeken.” Waar we ons met Museumkaart



communicatie richten op gezinnen en het voor hen relevante aanbod, is Museumkids primair gericht op de beleving van kinderen. “We laten het museum zien door hun ogen en vragen ze bovendien hun eerlijke mening te geven. Als Museuminspecteur kunnen Museumkids vertellen wat hen aanspreekt in het museum. Door hun ervaring te delen en hun mening te geven, helpen ze alle musea bij het verbeteren van hun jongerenaanbod. De stem van de kids is bovendien belangrijk bij het uitdelen van het Kidsproof-keurmerk.”

Kidsproof-keurmerk

In 2023 telt Nederland 55 Kidsproof-musea, de meeste daarvan in Gelderland. Na meer dan 11.000 museuminspecties door 6.000 Museumkids mogen die musea nu een jaar lang dit Kidsproof-keurmerk voeren. Vanuit de musea die beloofd zijn met het Kidsproof-label wordt er één uitgeroepen tot het favoriete museum van en voor kinderen. De winnaar dit jaar is Kasteel Hoensbroek, zij mogen zich een jaar lang Kidsproof-Museum van het jaar 2022 noemen. Musea kunnen het Kidsproof-keurmerk verkrijgen op basis van de inbreng van kinderen in de leeftijdscategorieën 4 t/m 6, 7 t/m 9 en 10 t/m 12 jaar. “Boven de 12 jaar is een ‘moeilijke groep’, die kids zijn met van alles bezig, maar niet met musea, dat komt later weer.” Om het label te krijgen, moeten er meer dan 60 inspecties zijn geweest en het gemiddeld rapportcijfer een 8 of hoger zijn. Ondanks de lockdown zijn er veel beoordelingen binnengekomen en er komen er steeds meer bij. “Voor musea is vooral de feedback van de doelgroep interessant, daar kunnen

ze wat mee. Hun aanbod aanpassen, bijvoorbeeld. Meer verhalen aanbieden.” Steeds meer musea willen dan ook graag dat kinderen een Museuminspectie bij hen komen doen. “En eerlijk is eerlijk, dat was vroeger weleens anders,” aldus Ellen.

“Voor kinderen zijn de techniek- en wetenschapsmusea, zoals NEMO en Naturalis leuk en alles met dino’s, vliegtuigen, auto’s en de natuur. Ouders en ouderen zijn meer van de geschiedenis.”

/Charlotte van Kleef

Social & Online Communicatiemanager

Charlotte is vanaf oktober 2021 verantwoordelijk voor de sociale kanalen van Museum.nl, de Museumkaart en Museumkids en voor die tijd ook al voor de website. “Begin 2022 waren we vooral online bezig, met lezingen, alles om de musea ‘een soort van open’ te houden.” Toen eind januari Nederland echt weer openging, startte ze met het promoten van musea en de Museumkaart. “Er was behoefte en zin, mensen wilden wel weer. Wij wilden vooral het vertrouwen herstellen: het is weer veilig, kom maar kijken, het mag en kan weer.” Na de zomer begon een volgende fase met doorlopende campagne die duidelijk maakt wat je kunt beleven met de Museumkaart.

“In 2022 registreerden we meer dan een miljoen views meer op Museum.nl dan in 2021: 4.374.046 versus 3.328.316.” Het bereik op



Instagram steeg ook spectaculair, van ruim 1,5 miljoen in 2021 naar ruim 2,6 miljoen in 2022.

Een sterk merk

“Met de komst van Martin als hoofd marketing en communicatie kwam er ook een nieuwe communicatiestrategie. De Museumkaart is ons bekendste merk, dus van daaruit communiceren we. De kaart is voor ons dan ook geen product meer, maar een merk. Een heel sterk merk. Dat is een belangrijke omslag in ons denken en doen.” Met hulp van de socials vertellen we het verhaal achter een object of een tentoonstelling. “Het gaat niet om wat je wilt zien, maar waarom je het wilt zien. De Museumkaart is natuurlijk een kaartje voor je entree, maar het biedt ook een belevenis, een verhaal.”

Duidelijke rolverdeling

Naast de Museum.nl-nieuwsbrief zijn de sociale kanalen van Museumkaart, Museum.nl en Museumkids de meest directe manier om een dialoog met het publiek te hebben. “Door een duidelijke rolverdeling tussen de verschillende afzenders bieden wij een rijker aanbod en kunnen wij steeds meer bijzondere verhalen en actuele activiteiten delen. Museum.nl vertelt je wat er nu te zien en te doen is in het museum, jouw museumagenda die ervoor zorgt dat je niets mist. Museumkaart inspireert je door je mee te nemen in nieuwe, onverwachte verhalen. Museumkids spreekt met de stem van de jongste generatie en deelt de ervaring van onze speelse en meest eerlijke doelgroep.”



/Carla Keijzer\

Senior Media Adviseur

Voor Carla begint het allemaal in 1988 bij de Museumjaarkaart in Leiden. “Dat was toen een bureautje van 3 of 4 mensen.” In 2003 fuseerden de Museumvereniging en de Museum(jaar)kaart en Carla is altijd gebleven: 35 jaar inmiddels, maar volgens haar voelt dat als 27 verschillende banen. Ze is blij met de komst van Vera en Martin en de nieuwe koers: zichtbaarder zijn voor de leden, en de kaart als beleving en als spil in de communicatie.

Carla is de schakel tussen wat musea aan informatie aanleveren en de wijze waarop deze activiteiten zichtbaar worden gemaakt in de nieuwsbrief aan de Museumkaarthouders en Museum.nl. “Ik redigeer en ben daar best lang mee bezig, want ik vind dat het altijd goed moet. Veel musea hebben geen schrijvers of goede redacteurs in huis, en dan help ik graag. Ik ga nu ook vaker naar musea, en wil kijken of dat in de toekomst ook groepsgewijs kan.”

Museumactiviteiten op de kaart

Als redacteur van de nieuwsbrief van Museum.nl die maandelijks ruim 950.000 lezers bereikt, is Carla verantwoordelijk voor de keuze van de museumactiviteiten die in de spotlight komen te staan. “Die afweging maak ik op basis van landelijke spreiding, variatie in aanbod en aantrekkelijkheid voor het publiek.” De nieuwsbrief blijkt elke maand weer een belangrijk middel om publiek naar de activiteitenagenda op



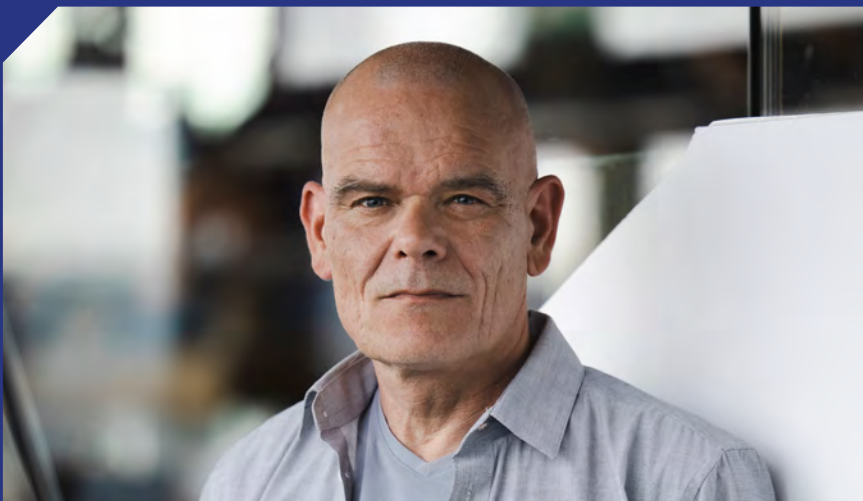
Museum.nl te krijgen. Die agenda toont de enorme rijkheid van het museumaanbod. Als meest bezochte pagina op Museum.nl is dit een belangrijke inspiratiebron voor het publiek en het vormt ook de basis voor communicatie via eigen en betaalde media. Met meer dan 3.500 unieke activiteiten in 2022 was er voor de museumliefhebber genoeg te ontdekken. “Er zijn echter nog altijd musea die geen gebruikmaken van deze waardevolle service.”



/Mark Oskam\

Hoofd Bedrijfsvoering

Formeel hoort Mark niet thuis in het jaarverslag 2022. Het nieuwe Hoofd Bedrijfsvoering maakte zijn entree 'pas' op 1 januari 2023, maar hij heeft zich uiteraard een goed beeld van de vereniging kunnen vormen in gesprekken en door zich in te lezen. Hij wist waar hij aan begon, en is ook goed begonnen. Er is duidelijk een klik. Mark is verantwoordelijk voor de financiële, digitale en facilitaire processen van de Museumvereniging en de Stichting Museumkaart. "Vanuit mijn rol draag ik bij aan de stabiliteit en prestaties van de organisatie. De museumsector is sterk georganiseerd in vergelijking met andere." Voor Mark is de overgang naar de Museumvereniging een mooie volgende stap. En daar zet hij zijn kennis, kunde en ervaring graag voor in.



/Sarah Al-Dhahir\

Secretariaat

Sarah begon op 1 mei 2022 bij de Museumvereniging en combineert haar parttimebaan als 'spin in het web' met de studies kunstgeschiedenis en filosofie aan de UvA. De eerste scriptie verwacht zij in juli af te hebben, de tweede een halfjaar later. "Ik hoop mij later kunstfilosoof te mogen noemen, met misschien een toekomst bij de Museumvereniging of bij één van de nu ruim 450 musea waar de Museumvereniging voor staat." Sarah is happy in het nieuwe kantoor. "Maar," zegt ze, "ik mis wel het luidruchtige ochtendritueel van de apen in Artis die ik kon horen vanuit ons vorige pand in de Rapenburgerstraat."





/Sophie Schippers\

Secretariaat

“Er was geen zomerreces, het was juist een heel drukke boel. Voordeel daarvan was dat ik snel ingewerkt raakte.” Van de problemen met de implementatie van Salesforce tot de verhuizing rond kerst voelde voor Sophie een beetje als sprint na sprint. “Het nieuwe huis van de Museumvereniging is een fantastische plek in het hart van de stad, en er gebeurt hier veel op het gebied van duurzaamheid en inclusie en daar zijn wij als Museumvereniging ook intensief mee bezig.” Sophie combineert haar baan met een studie Nederlandse taal en cultuur aan de UvA. Afstuderen staat gepland voor verslagjaar 2023.

/Babeth van Winsen\

Coördinator Secretariaat

Babeth begon in 2017 op het secretariaat bij de Museumvereniging. Nu combineert ze haar functie met de laatste fase van haar studie filosofie en kunstgeschiedenis en de scriptie Multi-zintuiglijke tools in musea. Haar werk en studie komen mooi samen. “Als coördinator moet ik overzicht houden en zorgen voor de planning van het secretariaat, dat ook het eerste aanspreekpunt is voor de musea.” Het secretariaat valt onder bedrijfsvoering. “We willen dingen zo goed en efficiënt mogelijk voor iedereen regelen. Er is nog wel een efficiëncyslag te maken, maar we zijn goed op weg, in een stijgende lijn. We zijn met z’n allen aan het klimmen, en dat voelt goed.”



/Eline Soumeru\

Secretariaat

“Ik startte in september 2021 bij de Museumvereniging, nog op onze oude locatie en midden in de lockdown. Het was – ook in 2022 – roeien met de riemen die we hadden.” De verhuizing vroeg veel van iedereen, net als de problemen met de nieuwe database van de Museumkaart. Dat zorgde in de zomer voor de nodige commotie en ontevreden en zelfs boze klanten. Maar dat is met vereende krachten opgelost. “Alles ging wel door, en daar ben ik trots op.” Een nieuwe organisatie in een nieuw huis met veel nieuwe mensen is voor iedereen wennen. “Maar alle veranderingen hebben volgens mij positief uitgepakt. We zien elkaar vaker, je doet meer samen, je hoort veel, en het is veel sneller schakelen.”



/Letteke Klooster\

Directie-Assistent

Letteke Klooster begon op 1 februari 2022 als directie-assistent bij de Museumvereniging. Terugkijkend op 2022 constateert Letteke: “Het was een hectisch jaar.” Er speelde ook veel tegelijk. “De komst van een nieuwe directeur betekende ook dat je naar de organisatiestructuur en de aansturing moet kijken. Dat moest echt anders, en dat is ook gerealiseerd.” Dan was er ook nog de verhuizing en alles wat daarbij kwam kijken, met een plan van vertrek tot een nieuwe plek. “We hebben dit jaar veel gaten gevuld. En inmiddels is er meer focus op de eigenlijke zaken; ons verenigingswerk en de ambities die er zijn, met meer menskracht en meer slagkracht. Iedereenervaart de interne verandering en de nieuwe koers heel positief, en dat is belangrijk.”



Museumvereniging
Piet Heinkade 181F
1019 HC Amsterdam
+31 20 551 29 00
www.museumvereniging.nl

Colofon

Dit Jaarverslag 2022 is een productie
en uitgave van de Museumvereniging

Projectleiding: Hanna Marije Booij en Martin de Rooij
Interviews en tekst: Kasper van Noppen (kasperschrijft.nl)
Eindredactie: Mirjam Rosema-Verhulst
Fotografie: Natascha Libbert

Mei 2023

