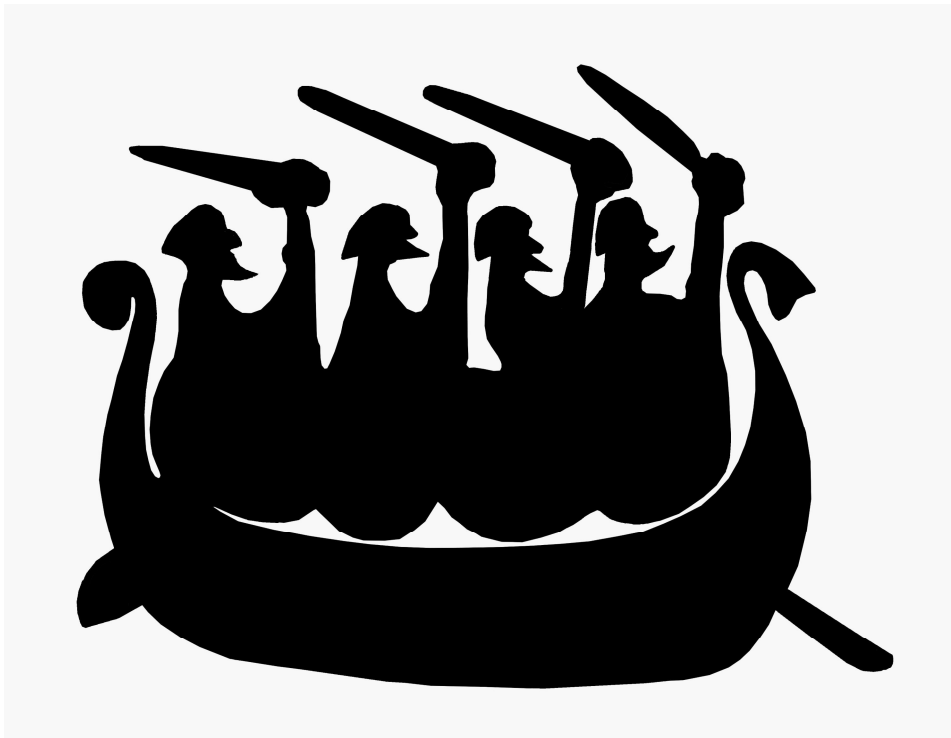


MUSEUM DORESTAD

*"Van de periferie
naar het centrum"*



**Concept toekomstvisie op
Museum Dorestad
in het licht van de bezuinigingen
en de veranderende rol van
musea in de 21e eeuw.**

Aanleiding

Museum Dorestad moet voorsorteren op bezuinigingen waarvoor de gemeente Wijk bij Duurstede gekozen heeft. Door kortingen op het subsidiebudget in de afgelopen jaren is het museum nu een vrijwilligersorganisatie. Beroepskrachten zijn noodzakelijkerwijs weg bezuinigd. Nu wil de gemeente het pand waarin het museum is gehuisvest verkopen. Het museum zal daardoor opnieuw gehuisvest moeten worden. Bestuur en vrijwilligers van het Museum Dorestad zien dit als een kans om het museum opnieuw te positioneren en een nieuwe impuls te geven aan het sluimerende project Dorestad Zichtbaar.

Context

In de museale en erfgoed wereld zijn een aantal trends waarneembaar die op alle musea en erfgoedlocaties van toepassing zijn. Zo ook Museum Dorestad. Het zijn trends die te maken hebben met inhoud, exploitatie en samenwerking. Deze context kan betrokken worden bij de verhuizing naar een nieuwe locatie. Dit is een kans die kan leiden tot een vernieuwd Museum Dorestad. Een museum dat aangepast is aan de eisen die publiek en overheid in de 21e eeuw stellen aan een eigentijds museum.

De inhoud: van Collectiebeheer naar Verhalen vertellen

Museale collecties moeten toegankelijker worden. Veel musea ontwikkelen zich van een locatie waar alleen de collectie tentoongesteld wordt tot een plek waar (geschiedenis)-verhalen verteld worden. Dit alles om nieuwe doelgroepen naar het museum te trekken en het museum 'spannender' te maken. In Nederland en het buitenland zijn daar inmiddels al vele goede voorbeelden van. Daarbij kan de digitale techniek van grote toegevoegde waarde zijn voor het beheer en toegankelijk maken van de collectie en het op 'multimediale wijze' vertellen van verhalen. Hierbij kan als kanttekening geplaatst worden dat het museum geen amuseum moet worden. Het doel van het museum is nog steeds dat 'het publiek' er iets van opsteekt'.

De exploitatie: van Gesubsidieerde Instelling naar Culturele Onderneming

Vele musea kenden slechts twee (hoofd)inkomstenbronnen: de kaartverkoop en overheidssubsidie. De museumwinkel, educatie voor scholen, bijzondere activiteiten, sponsoring en giften leveren daarnaast een bescheiden bijdrage aan de exploitatie. Voor het Museum Dorestad komt in 2012 bijvoorbeeld 8% van de inkomsten uit kaartverkoop, 90% uit de subsidie van de gemeente en 2% uit de overige activiteiten. Het huidige culturele beleid van de overheid is erop gericht dat de hele culturele sector 'ondernemender' moet worden. Een groter deel van de exploitatie moet zelf 'inverdiend' worden. Dat stelt hogere eisen aan marketing van de culturele instelling en vraagt creativiteit wat betreft het verzinnen en opzetten van nevenactiviteiten die geld in het laatje brengen. Het museum moet zich daardoor ontwikkelen van een gebouw waar een collectie tentoongesteld wordt naar een gebouw waar naast het tentoonstellen van en verhalen vertellen over de collectie ook andere activiteiten plaatsvinden. Anders gezegd: naast entreekaartjes verkopen kan het pand zelf en de aanwezige kennissen kunde ook betrokken worden bij de exploitatie.

De promotie: van 'Ieder-voor-zich' naar 'City marketing'

Musea doen PR om bezoekers te werven voor de tentoongestelde collectie en voor bijzondere activiteiten. Dat vergt menskracht en geld. Samenwerken met andere organisaties die dezelfde belangen hebben biedt dan mogelijkheden. Zijn die er? Zeer zeker. Cultuurhistorie en toerisme worden als een sterke combinatie gezien. Wijk bij Duurstede voldoet bij uitstek aan de definitie van 'historische stad' zoals opgenomen in de *Nota Belvedere* van het Ministerie van LNV: "Een historische stad is een stad waar naar verhouding tot andere steden veel cultuurhistorische waarden in onderlinge samenhang en/of waarden van bijzondere betekenis aanwezig zijn". Voeg daarbij dat een favoriete recreatiebezigheid 'steden bezoeken' is en het gemeenschappelijk belang van de VVV, het

museum, de horeca ondernemers en de middenstand is evident. Gemeenten promoten dat gezamenlijk belang tegenwoordig middels 'city marketing'. Meer bezoekers in het centrum van Wijk bij Duurstede is goed voor iedereen. Samenwerking en gezamenlijke marketing van de UCSP's (Unique **Culturalhistorical** Selling Points) van Wijk bij Duurstede zijn daarbij noodzakelijke voorwaarden om de schaarse middelen optimaal in te zetten. De VVV en Museum Dorestad gaan daarvoor samen de eerste stap zetten.

De locatie: van de periferie naar het centrum

Deze uitspraak kan letterlijk en figuurlijk opgevat worden. Letterlijk in de zin dat het huidige Museum Dorestad uit de directe loop van bezoekers ligt. Het wordt makkelijk over het hoofd gezien. Een nieuwe locatie in het centrum zoals het oude stadhuis verhoogt 'automatisch' de bezoekersaantallen. Omdat veel toeristen de VVV bezoeken voor informatie is een bezoek aan een in hetzelfde gebouw gehuisvest museum een voor de hand liggende activiteit. Figuurlijk gesproken betekent deze uitspraak dat het museum actief wil samenwerken en een eigen rol wil spelen in het ontwikkelen en ondersteunen van meer economische activiteiten in het centrum.

Uitgangspunten

De oorspronkelijke doelstelling

Elk historisch museum heeft zijn eigen collectie. Die collectie is gebaseerd op de geschiedenis van de plaats, de vondsten die in dat verband gedaan zijn en de doelstellingen die van daaruit door het museumbestuur geformuleerd zijn. De doelstelling van stichting Kantonnaal en Stedelijk Museum Wijk bij Duurstede luidt:

De exploitatie van het museum te Wijk bij Duurstede, het beheer en de uitbreiding van de collectie van dit museum en het ontwikkelen activiteiten en voorts al hetgeen met een en ander rechtstreeks of zijdelings verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn, alles in de ruimste zin van het woord.

Vernieuwing van de doelstelling in 2011

In 2011 is de doelstelling van het museum bijgesteld, namelijk bekendheid geven aan en ontsluiten voor een breed publiek van de geschiedenis van de handelsplaats Dorestad in het bijzonder en van de vroege middeleeuwen in het algemeen. Aan de overige geschiedenis van Wijk bij Duurstede dient ook aandacht te worden besteed, maar de speerpunt blijft Dorestad. De nadruk op Dorestad en de ontwikkelingen in de digitale techniek vragen een andere vorm van collectie beheer dan die het museum tot nu toe uitvoerde.

Inhoudelijk basisplan vanuit de vernieuwde doelstelling

Om die vernieuwde doelstelling te verwezenlijken, wil het museum een inhoudelijk basisplan ontwikkelen dat bestaat uit drie lagen. Die lagen zijn zoveel mogelijk met elkaar verknoot zodat het plan een eenheid vormt en daardoor als zodanig voor het publiek herkenbaar zijn. Structuren van de ene laag zijn in de andere lagen terug te vinden. Eenheid is bijvoorbeeld ook in de gekozen vormgeving terug te vinden.

1. een papieren basislaag die als onderlegger voor de twee bovenliggende lagen dient,
2. een digitale laag,
3. een materiële laag.

In het kader is deze benadering nader uitgewerkt.

1. De papieren basislaag

Als onderlegger dient het verhaal van de geschiedenis van Dorestad dat zal worden uitgewerkt in een informatief publieksboek 'Dorestad onthuld' met achtergrondinformatie over Dorestad dat meteen een museumboek moet worden. (De basistekst van het boek is grotendeels uitgewerkt.)

2. De digitale laag

Op internet wordt een digitale versie van het boek gepubliceerd, maar aangepast en ingekort. Dit

informatieve deel heet eveneens 'Dorestad onthuld'. Daarnaast wordt een virtueel 'zustermuseum' op het internet gepubliceerd, dus eigenlijk een variant op de digitale registratie van de collectie. In dit virtuele museum is een doorzoekbare databank van de museumcollectie opgenomen. ('Dorestad onthuld' is al geruime tijd voor publiek beschikbaar, maar moet volledig aan het bovenstaande aangepast worden. Voor de databank worden momenteel data van objecten verzameld en foto's gemaakt. De databank moet nog ontwikkeld en voor internet geschikt gemaakt worden.)

3. De materiële laag

Voor de optimale beleving van Dorestad is naast informatievoorziening contact met originele historische objecten en plaatsen van groot belang. Originele objecten worden tentoongesteld in Museum Dorestad, historische plaatsen worden in Wijk bij Duurstede gemarkeerd.

De ambitie is Museum Dorestad uit te bouwen tot een dynamisch museaal, ontmoeting- en documentatiecentrum voor vroegmiddeleeuwse geschiedenis. Daarbij spelen elementen zoals educatie en gastvrijheid aan historische/archeologische clubs een rol.

Dynamisch houdt onder meer in dat de tentoonstellingszalen flexibel moeten worden ingericht. De zichtbaarheid van Dorestad in het huidige Wijk bij Duurstede vergroten door onderdelen van het plan 'Dorestad Zichtbaar' nieuw leven in te blazen, zoals informatieborden, markeringen in de bestrating, dit alles aangevuld met een (virtuele) rondleiding. Daarbij vormt het museum de spil, het fysieke uitgangspunt.

De doelstelling in het licht van verplaatsing van het museum naar de Markt

Centraal in het museum staat de geschiedenis van Dorestad en de vroege middeleeuwen. Dit omdat de bloeitijd van Dorestad van 750 tot 825 een unieke periode in de Nederlandse geschiedenis vertegenwoordigt. Die periode was in feite onze eerste Gouden Eeuw. De associatie met 'de Vikingen' spreekt daarbij tot de verbeelding waarbij gewaakt moet worden dat het juiste verhaal daarover verteld moet worden. In deze periode valt ook het Frankische Rijk van de roemruchte Karel de Grote waar Dorestad onderdeel van was.

Een andere belangrijke periode voor Wijk bij Duurstede zijn de late middeleeuwen die in Wijk bij Duurstede beginnen met het verwerven van stadsrechten in 1300, de bouw van het kasteel Duurstede, de kerk en vooral de periode van David van Bourgondië in de 15e eeuw.

Het museum als aanjager van (cultuurhistorisch) toerisme

De Vroege en de Late Middeleeuwen zijn beide tijdvakken die behoren tot De Canon van Nederland. Van 2 van de 10 daarin onderscheiden tijdvakken kent Wijk bij Duurstede een grote cultuurhistorische rijkdom die binnen *en* buiten het museum zichtbaar is of nog gemaakt kan worden en een rol kan spelen in het trekken van meer publiek. Cultuurhistorie kan hiermee een prominentere plaats krijgen in het vermarkten van Wijk bij Duurstede als aantrekkelijke locatie voor een dagje of weekendje weg. Gezamenlijke (city?)marketing en productontwikkeling met de VVV, horeca en andere (culturele) ondernemers vergroot daarbij de kans op succes.

Uitwerking: een korte doorkijk naar het 'nieuwe museum'

Het toekomstige binnenmuseum - de inhoud

Het museum wordt in twee delen gesplitst: Museum Dorestad waar primair het verhaal van Dorestad wordt verteld en 'Museum Duurstede', een museum over de volle middeleeuwen, de Bourgondische tijd en later, waarin kasteel Duurstede centraal staat. De laatstgenoemde wordt fysiek duidelijk gescheiden van Museum Dorestad.

Museum Dorestad wordt in aaneensluitende ruimtes in het raadhuis ondergebracht.

'Museum Duurstede' wordt bijvoorbeeld in de consistorie van de kerk ondergebracht. In het kader een vingeroefening voor de uitwerking van beide perioden. Hierbij is het idee dat *Verhalen vertellen* centraal moet staan als vertrekpunt genomen.

In de introductieruimte van '**Museum Dorestad**' stappen bezoekers 'binnen' op een drukbezochte kade/jaarmarkt in Dorestad in 780 na Chr. Ze kijken naar een korte film die is geprojecteerd op een groot halfrond scherm dat loopt van vloer tot plafond. Het idee hierachter is dat de bezoekers mensen en producten zien waarvan ze denken 'Dat komt van ver. Bijzonder dat dit er toen al was'.

Vandaar gaat de bezoeker naar de 'tijdlijn' waar het verhaal van Dorestad in chronologische volgorde wordt verteld. Een route gaat terug in de tijd: de voorgeschiedenis waaronder de Romeinse tijd en de Limes en de opkomst van Dorestad. De andere route gaat vooruit in de tijd naar de ondergang van Dorestad. De tijdlijn is de basis voor clusters in een vaste opstelling: bijvoorbeeld vroege bewoning, Romeinen, Frankisch/Friese strijd, Gouden Eeuw, Deense oorlogsheren, de villa Wijk.

In de introductieruimte van '**Museum Duurstede**' stappen bezoekers 'binnen' aan het hof van David van Bourgondië op een bijeenkomst in kasteel Duurstede in 1470 na Chr. vlak na de gevangenneming van de Brederodes. Hierna was David van Bourgondië tot 1477 waarschijnlijk de machtigste bisschop van Europa.

Thema's die niet in de tijdlijn in te passen zijn, worden uitgewerkt in wisseltentoonstellingen. Voorbeelden daarvan zijn: dagelijks leven, cultuur en religie, ziekte en dood, kleding, huizen en erven, etc. (Daartoe dient het museum te beschikken over ruimte(n) waar wisseltentoonstellingen zichtbaar gemaakt worden of 'vrije' exposities plaats kunnen vinden. Dit bijvoorbeeld in het nieuw te bouwen tussenlid tussen raadhuis en kerk).

Het toekomstige binnenmuseum - de exploitatie

De centralere ligging zorgt als 'vanzelf' al voor meer bezoekers en daardoor inkomsten. In de context is geschetst dat het een modern museum past om zich te ontwikkelen van *Gesubsidieerde Instelling naar Culturele Onderneming*. Daarom dient bij het ontwerp en de uitwerking van het museum bekeken te worden hoe zaken als bijvoorbeeld verhuur voor vergaderingen, bijeenkomsten en workshops ingepast kunnen worden in het geheel. Hiermee kunnen naast de kaartverkoop neveninkomsten vergaard worden voor het museum die de exploitatie verbreden en het museum in de toekomst minder kwetsbaar maken voor kortingen op de overheidssubsidie.

Het toekomstige buitenmuseum - de inhoud

het museum is naast de twee binnenmusea ook buiten in het centrum 'aanwezig'. De geschiedenis van Dorestad en Duurstede is fysiek en virtueel beter zichtbaar te maken. Het project Dorestad Zichtbaar doet daar voorstellen voor. Een mogelijkheid is ook de 'archeoscoop' (een omgekeerde periscoop) waarmee met een kijker zogenaamd onder de grond gekeken kan worden wat daar allemaal aan vondsten en geschiedenis ligt. Van Duurstede - de periode van de volle Middeleeuwen - zijn veel imposante gebouwen nog aanwezig. Daar hoeft alleen samenhangende uitleg bij. Het eigentijdse middel daarvoor is de 'app'. Voorbeelden hiervan zijn in Utrecht voorhanden op het Domplein en Slot Zeist. Een aansprekend voorbeeld is ook 'spanninggeschiedenis.nl' zoals ontwikkeld door het Toeristisch Knooppunt Arnhem/Nijmegen.

Het toekomstige buitenmuseum - de economische component

Gesteld kan worden dat het buitenmuseum de binnenstad van Wijk bij Duurstede en directe omgeving is. Fysieke en virtuele toevoegingen over de rijke cultuurhistorie maken de binnenstad aantrekkelijker voor bezoekers en kunnen zorgen voor meer bestedingen in Wijk bij Duurstede. Om die bestedingen ook daadwerkelijk te laten plaatsvinden dient er actief beleid op ontwikkeld te worden. De in de context geschetste ontwikkeling van *Ieder Voor Zich naar 'City Marketing'* zal via overleg en samenwerking gestalte moeten krijgen. Een voorbeeld is om met de VVV en de horeca nieuwe plaatselijke specialiteiten, bijzondere menu's en arrangementen te ontwikkelen en vermarkten die aanhaken op de cultuurhistorie. Een ander voorbeeld haakt aan op het culturele karakter van Wijk bij Duurstede. De fibula van Dorestad is een prachtig sieraad dat tot de verbeelding spreekt. Het barnsteen uit Scandinavië dat ook in sieraden gebruikt werd, kwam via Dorestad elders in Europa terecht. Meer kunstnijverheid en de daarbij behorende workshops maken Wijk aantrekkelijk voor een dagje uit voor groepen.

Om deze ideeën te verzilveren is gedurende langere tijd gericht beleid nodig. Vanuit het museum kunnen hiervoor kennis, kunde en creativiteit ingezet worden.