

# MUSEUMVISIE

N°1 MAART 2017

## **SAMENWERKEN**

Presentaties, depots en bruikleen:  
krachten bundelen doe je zo

## **NMAAHC IN WASHINGTON**

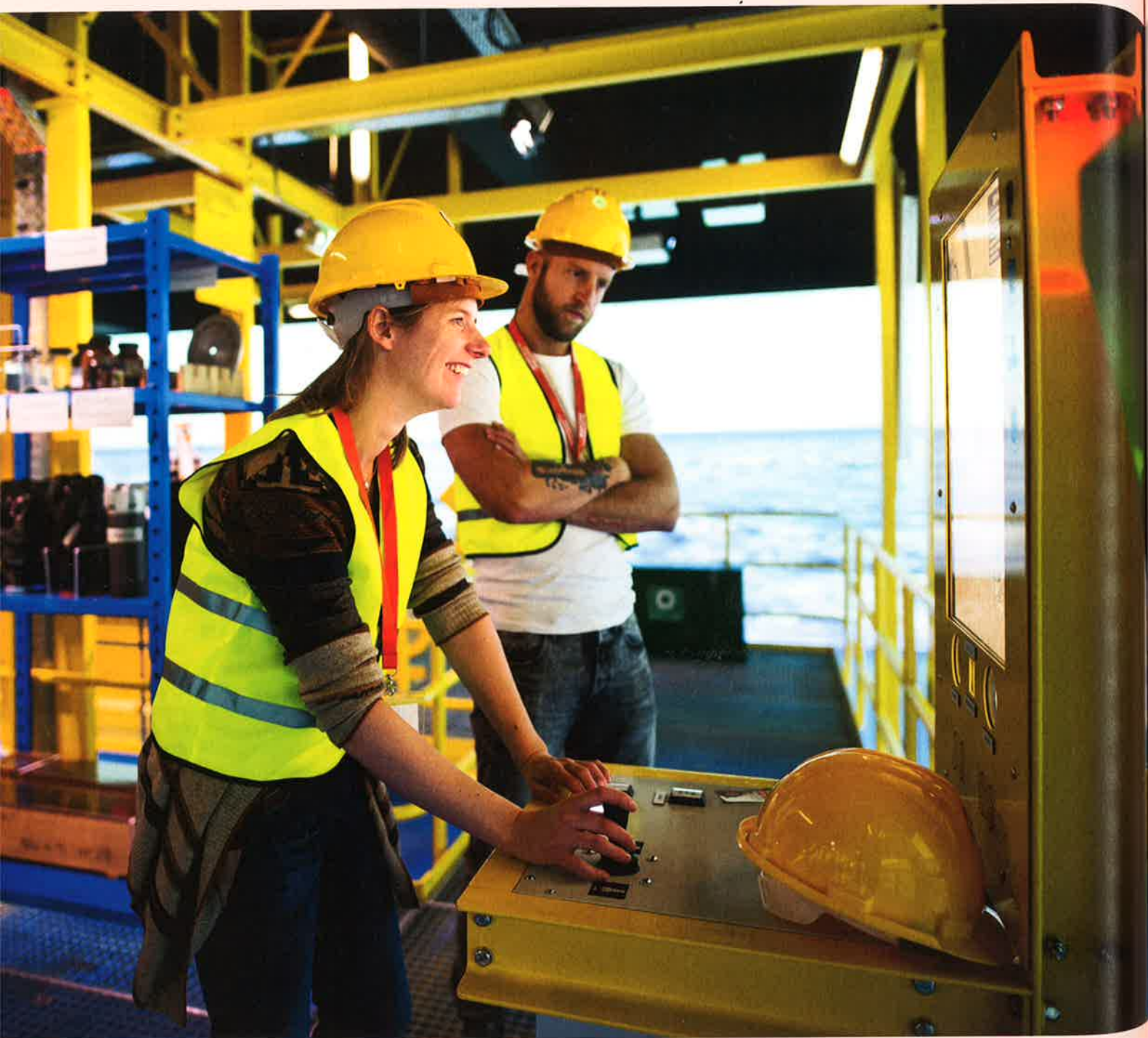
Het epische verhaal achter  
een veelbesproken museum

## **EVA POSTHUMA DE BOER**

Bitterballen eten in Voorlinden

# 'MEER DEBAT MAAKT MUSEA INTERESSANTER'

**TIMO DE RIJK, DIRECTEUR  
STEDELIJK MUSEUM  
'S-HERTOGENBOSCH**



# Vreemdgaan

Bedrijven, natuurorganisaties en theater:  
musea gaan onvermoede allianties aan  
en creëren slag- en draagkracht.

TEKST Edo Dijksterhuis FOTO'S Marco de Swart

## MUSEUM X BEDRIJF MARITIEM MUSEUM

Toen zes jaar geleden de eerste ideeën voor de *Offshore Experience* vorm kregen, wisten medewerkers van het Maritiem Museum in Rotterdam hoegenaamd niets over de offshore-industrie. Maar ze beten zich vast in de materie en werden experts. 'Een van onze conservatoren promoveert volgend jaar zelfs op het onderwerp,' vertelt museumdirecteur Frits Looimeijer. 'De eerste keer dat we de grote offshore-beurs in Houston bezochten, werden we gezien als vriendelijke exoot. Nu horen we bij de familie.'

Dat gevoel is wederzijds. De tentoonstelling *Offshore Experience*, door Looimeijer getypeerd als 'gamechanger', transformeerde het Maritiem Museum tot 'een huis voor de maritieme industrie'. Sinds de opening in december vorig jaar loopt het storm. En dat zijn niet alleen nieuwsgierige leken. 'Bedrijven houden hun recepties en trainingen bij ons. Belangrijke contracten worden hier getekend.'

Niet minder dan vijftig bedrijven staan vermeld als sponsor van de tentoonstelling. Van marktleiders als Heerema en scheepsbouwer Royal IHC tot een gespecialiseerd klein bedrijf als softwarebouwer JB Systems. Gezamenlijk hebben ze een derde betaald van de in totaal 4,5 miljoen euro die de hightech presentatie heeft gekost. 'In het begin hebben we geprobeerd één grote hoofdsponsor te vinden, zodat we in één klap klaar waren. Maar daarvoor is het project misschien weer te klein.'

### 'Zelfs belangrijke contracten worden hier getekend'

In plaats daarvan hebben we alle partijen gevraagd om maximaal 50.000 euro in te leggen. Cash. Daarnaast hebben ze in natura bijgedragen: kleding, boorkoppen, scheepsmodellen, maar ook staalkabels, software en technische knowhow.'

De 800 vierkante meter grote tentoonstelling bestaat uit twee verdiepingen: onder en boven water. Met special effects en animaties wanen bezoekers zich aan boord van een platform op zee en drie kilometer onder water. Een windmolen plaatsen op de zeebodem, een gaslek repareren, een helikopter binnenloodsen - de museumbezoeker ervaart met negen spelsimulaties waar offshore-giganten als Allseas, Vroon en Van Oord mee te maken krijgen.



Bezoekers wanen zich in de *Offshore Experience* aan boord van een platform op zee.

'Het was onverbloemd onze opzet om de partners invloed te geven bij het maken van de tentoonstelling,' stelt Looimeijer. 'Dat past ook bij ons historisch profiel. Al sinds onze oprichting in 1874 vertellen wij de verhalen van de maritieme sector. Daar is die sector zelf niet goed in. Wij zijn juist gespecialiseerd in de vertaling naar een breed publiek. Zeker de offshore-industrie heeft midden in de wereldwijde transitie van fossiele brandstof naar een CO<sub>2</sub>-neutraal energiesysteem behoefte aan een podium om haar verhaal te vertellen én jonge mensen te enthousiasmeren voor een toekomst in de techniek.'

In het verlengde daarvan heeft het Maritiem Museum cultuureducatie aangevuld met techniekeducatie. Logische partner in dezen is het Scheepvaart & Transport College, dat sinds enkele jaren twee onderwijsschepen naast het museum heeft liggen. Studenten gebruiken binnenkort de tentoonstelling als leslokaal.

Looimeijer gaat de nieuwe opzet vanaf volgend schooljaar nog breder trekken. 'Met steun van Stichting Verolme Trust werken we nu aan een technisch onderwijsprogramma dat geschikt is voor leerlingen van alle niveaus: van de basisschool tot het technasium. Leerlingen brengen niet alleen een bezoek aan de tentoonstelling, maar volgen ook een workshop over energiewinning op zee in ons technieklokaal en gaan op bliksemstage bij een maritiem bedrijf in de Rotterdamse haven- en maakindustrie.'

[maritiemmuseum.nl](http://maritiemmuseum.nl)

### 'De offshore-industrie heeft behoefte aan een podium'

#### DE OFFSHORE EXPERIENCE

is georganiseerd als een *design & build*-project. Kossmann, de jong tekende voor het concept, ontwerp en de art direction. Bruns was als hoofdaannemer verantwoordelijk voor het projectmanagement, de ontwikkeling, engineering en realisering van de 800 vierkante meter grote experience, verdeeld over twee verdiepingen. In opdracht van Bruns zijn de audiovisuele producties en animaties gerealiseerd door Shosho en De Aanpak, de multimedia door Kiss the Frog. De overige disciplines heeft het bedrijf in huis geproduceerd.