



Museaal Concept van Museum Collectie Brands

Auteur: Hilde van den Berg

Versie 1.1, 14 december 2018

## **Inhoudsopgave**

Inleiding.....	3
Doelgroepen.....	4
Inrichting.....	6
Tentoonstellingen.....	6
Educatie.....	7
Samenwerkingen.....	7
Commerciële activiteiten.....	8

## Inleiding

Museum Collectie Brands ontwikkelt zich momenteel op dynamische wijze als museum dankzij opname in de Cultuurnota van de Gemeente Emmen voor de periode 2018-2021. Deze ontwikkeling geeft de noodzaak tot een nieuw museaal concept waarin de vernieuwde koers van het museum duidelijk wordt vastgelegd.

Het museum is een stichting zonder winstoogmerk met de missie “we brengen verhalen over Drenthe en emoties bij erfgoed”. De specifieke museale doelstellingen van het museum zijn: het registreren en beschrijven van alles wat onder het museum valt volgens een collectie- en registratieplan; en het ontsluiten en presenteren van de collectie voor een breed publiek d.m.v. het tentoonstellen van een deel van de vaste collectie, wisseltentoonstellingen met thema's, reiscollecties, uitleen, en digitaliseren. Eventuele winst komt ten goede hiervan.

Een belangrijke verhaallijn voor de missie is die van Jans Brands als verzamelaar van zowel alledaagse als excentrieke voorwerpen en geschriften. Daarbuiten bieden de thema's binnen de collectie de mogelijkheid voor kleinere, zelfstandige verhaallijnen binnen de cultuurhistorische context van (Zuidoost) Drenthe. De 14 thema's die in het verleden zijn vastgesteld zijn als volgt:

- |                                  |                                     |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| 1. Drentse Geschiedenis          | 8. Letterkunde en taalwetenschap    |
| 2. Geschiedenis van Nederland    | 9. Oude handschriften en drukwerken |
| 3. Tweede Wereldoorlog           | 10. Metrologie                      |
| 4. Theologie en kerkgeschiedenis | 11. Archeologie                     |
| 5. Begrafenisrituelen            | 12. Munten en penningen             |
| 6. Recht en wet                  | 13. Historische voorwerpen          |
| 7. Almanakken                    | 14. Industrieel erfgoed             |

Het museum onderscheidt zich van andere musea in Drenthe om verschillende redenen; ten eerste omdat het een privécollectie van enorm

formaat betreft die meerdere sterke thema's bevat; ten tweede vanwege de nadrukkelijk verbondenheid aan Jans Brands en zijn woning, waarmee het ook een natuurlijke plaats in het Drents cultuurhistorisch landschap heeft. De sterke plaatsgebondenheid heeft het museum gemeen met andere regionale musea zoals Herinneringscentrum Kamp Westerbork, het Stedelijk Museum Coevorden, en het Hunebedcentrum, maar de aard van de collectie is in de regio uniek. Door de combinatie van haar aard en plaatsgebondenheid heeft de collectie een hoge cultuurhistorische waarde en is ze van bovenregionaal belang.

## **Doelgroepen**

De doelgroepen kunnen op verschillende manieren ingedeeld worden. In het museum wordt vooral onderscheid gemaakt op basis van 3 factoren:

1. Leeftijd
2. Geografie
3. Doel van het bezoek

### *Leeftijd*

1. Ouderen

Ouderen 'ouderen' wordt over het algemeen verstaan 'mensen boven de 50', maar in het bijzonder gepensioneerden. Deze mensen hebben meer tijd voor het bezoeken van musea en zijn hier ook vaker in geïnteresseerd. Mensen in deze leeftijdscategorie herkennen ook vaker stukken uit de collectie en hebben hier door een nostalgische ervaring. Ook hebben steeds meer ouderen een Museumjaarkaart, waardoor een museumbezoek erg laagdrempelig voor ze is.

2. Jongeren

Onder 'jongeren' wordt verstaan 'mensen onder de 30'. Zij zijn vaak de lastigste doelgroep om naar musea toe te trekken. Kinderen kunnen onder andere bereikt worden door activiteiten te organiseren voor grootouders en kleinkinderen, waarmee de andere leeftijdsdoelgroep ook bereikt wordt. In het

algemeen kunnen jongeren beter worden bereikt door het gebruik van tentoonstellingstechnieken die inspelen op zintuiglijke ervaringen en technologie.

### *Geografie*

#### 1. Mensen uit (Zuidoost) Drenthe

Gezien de ligging van het museum en het feit dat veel stukken uit de collectie betrekking hebben op de regio, vormen mensen uit de regio de grootste geografische doelgroep. Om deze reden is het belangrijk dat tentoonstellingen en activiteiten altijd een connectie met de regio hebben.

#### 2. Duitsers

Gezien de ligging nabij de grens met Duitsland wil het museum graag meer Duitse bezoekers aantrekken. Hiervoor is het belangrijk dat de tweetaligheid van het museum wordt bevorderd.

#### 3. Mensen uit de rest van Nederland

Ondanks dat de meeste bezoekers uit de nabije omgeving komen heeft het museum de ambitie om een breder publiek aan te trekken. Om deze reden is het belangrijk dat tentoonstellingen ook een bredere relevantie hebben.

### *Doel van het bezoek*

#### 1. Herkenning

Gezien het feit dat de collectie veel stukken uit de vorige eeuw bevat is een bezoek aan het museum vaak een moment van herkenning voor oudere generaties. Om dit gevoel vast te houden is het belangrijk dat dit soort 'herkenbare' oude objecten een vaste plek in het museum hebben.

#### 2. Vermaak

Musea worden steeds vaker plekken voor vermaak, waar mensen interessante dingen kunnen zien en meemaken. Hiervoor is het belangrijk dat tentoonstellingen of activiteiten interessant en prikkelend zijn, en dat tentoonstellingstechnieken gebruikt worden die inspelen op zintuiglijke ervaringen en beleving.

### 3. Kennis

Door de omvang van de bibliotheek is het museum een goede plek om onderzoek te doen voor zowel algemeen geïnteresseerden als auteurs en academici. Hierdoor zal de bibliotheek altijd mensen trekken en is het van belang dat de organisatie van de bibliotheek op orde is. Tentoonstellingen kunnen echter niet op dit doel aangepast worden, aangezien het onderwerp van interesse te veel verschilt per individu.

#### **Inrichting**

Met een nieuw museaal concept volgen ook veranderingen aan de inrichting van de expositieruimten.

##### *Woonhuis*

Het woonhuis zal gewijd worden aan de permanente tentoonstelling, waarin Jans Brands en zijn verzamelen centraal staan.

##### *Oude Boerderij*

De oude boerderij, waar nu een groot deel van de tentoonstelling "De Wereld van Jans" plaatsvindt en waar ook een kleine tentoonstelling staat over begrafenisrituelen, zal worden aangepast om een grote wisseltentoonstelling te huisvesten.

##### *Bibliotheek*

Er zijn concrete plannen voor de herinrichting van de bibliotheek om meer ruimte te maken voor kleine wisseltentoonstellingen.

#### **Tentoonstellingen**

Om de missie waar te maken en veel verhalen over Drenthe te kunnen vertellen heeft de nieuwe koers van het museum een sterke focus op wisseltentoonstellingen. Deze tentoonstellingen vinden plaats binnen een specifieke periode (hebben een duidelijke eindtijd) en dienen zowel nieuwe als oude bezoekers te motiveren het museum te bezoeken. Waar de onderwerpen van deze tijdelijke tentoonstellingen voorheen incidenteel waren, zullen ze in

de toekomst gebaseerd worden op een concrete doelstelling en de interesses van de potentiële bezoeker. Tentoonstellingsplannen voor een bepaalde periode worden minimaal een jaar van tevoren opgesteld met daarin de vastgestelde onderwerpen, doelstellingen, doelgroepen, verhaallijnen, en mogelijkheden voor beleving.

In het verleden waren tentoonstellingen ingericht op het laten zien van zo veel mogelijk objecten, maar het aantal objecten in de wisseltentoonstellingen zal teruggebracht worden omdat dit de uitstraling en presentatie van het museum bevordert. Hierdoor is het ook mogelijk om dieper in te gaan op ieder object en de cultuurhistorische context. De focus van het museum verschuift hiermee van kwantiteit naar kwaliteit en diepgang. Deze diepgang creëert ook een gevoel van intimiteit tussen de bezoeker en de collectie of het specifieke stuk, aangezien de bezoeker het beter leert kennen.

Daarnaast zullen tentoonstellingen meer inspelen op de beleving van bezoekers om zo meer aan te sluiten bij het tweede deel van de missie: het brengen van emoties bij erfgoed. Er wordt meer ingezet op zintuiglijke ervaringen zodat het bezoek beter herinnerd wordt. Deze methodiek komt steeds vaker voor in tentoonstellingen, staat goed te boek en zal leiden tot een persoonlijker ervaring. Voorbeelden hiervan zijn het gebruik van audio, kleur, geur, etc.

## **Educatie**

Op dit moment biedt het museum verschillende educatieve programma's aan die in het museum plaatsvinden. Daarnaast zijn er meerdere leskoffers ontwikkeld die scholen zelfstandig kunnen lenen en gebruiken. Het museum wil kwalitatief goede educatieve programma's blijven aanbieden en deze verder blijven ontwikkelen om zo de draagkracht onder scholen en (jonge) kinderen te vergroten.

## **Samenwerkingen**

Om de professionele ontwikkeling en naamsbekendheid van het museum te bevorderen zullen er meer samenwerkingen met andere musea en instanties

worden aangegaan en zullen huidige samenwerkingen, zoals die met verschillende Duitse musea in het grensgebied, worden verbeterd. Dit kan o.a. door het gezamenlijk organiseren van tentoonstellingen en activiteiten, het (uit)lenen van objecten, het gezamenlijk doen van onderzoek, etc. Hierdoor is het mogelijk om de aandacht te trekken van potentiële bezoekers die misschien niet bekend zijn met het museum, maar zich wel in de omgeving bevinden en er andere musea bezoeken.

### **Commerciële activiteiten**

Op dit moment onderneemt het museum verschillende stappen om extra inkomen te genereren.

#### *Museumwinkel*

De museumwinkel bij de ingang biedt de bezoeker de mogelijkheid om souvenirs te kopen die betrekking hebben tot Jans Brands en de collectie. Bij het creëren van nieuwe tentoonstelling zal het museumaanbod hier zover mogelijk op worden aangevuld.

#### *Museumcafé*

Het museumcafé is de horecagelegenheid van het museum, waar bezoekers eten en drinken kunnen bestellen. Het is hier ook mogelijk om voor grotere groepen catering te regelen. In de toekomst is het de bedoeling dat het aanbod uitgebreider en professioneler wordt om consumpties te motiveren.

#### *Activiteiten*

Met regelmaat worden er in het museum lezingen en andere dagactiviteiten georganiseerd die enig verband hebben met de collectie. Deze vinden vaak plaats in het café en zijn veelal toegankelijk na het betalen van algemeen entree. Hoewel deze activiteiten dus niet per se meer inkomsten genereren omdat er geen hoger entreegeld wordt gevraagd, kan het leiden tot hogere inkomsten als er genoeg nieuwe bezoekers worden aangetrokken.



### *Arrangementen*

Het museum biedt binnen en buiten openingstijden verschillende arrangementen, zowel zakelijk als privé. Deze arrangementen betrekken meestal enige vorm van zaalverhuur en vinden plaats in het museum, veelal in het museumcafé. In de toekomst worden er nieuwe arrangementen ontwikkeld en moet het aantrekkelijker worden om voor een arrangement in het museum te kiezen.