



Beleidsplan 2017-2020

Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
2. Visie, missie en profiel	5
3. Activiteiten 2017-2020	8
4. Educatie en participatie	13
5. Publieksbereik	16
6. Ondernemerschap	18

1 | Inleiding

Museum Catharijneconvent is het nationaal museum voor christelijke kunst en cultuur in Nederland. Het wekt en verdiept de interesse van het publiek in christelijk erfgoed, dat cultureel én historisch van groot belang is. Museum Catharijneconvent is een kenniscentrum met vele partners in binnen- en buitenland. Het museum heeft een succesvolle periode achter de rug. In 2017-2020 wordt het huidige beleid daarom voortgezet en versterkt. Daarbij zijn groei van publieksbereik, verduurzaming en inhoudelijke verdieping kernwoorden. Deze ambities kan het museum alleen verwezenlijken met een totale OCW-financiering van € 3,45 miljoen voor collectie- en publiekstaken.

Terugblik

De doelstellingen in het Beleidsplan 2013-2016 zijn ruimschoots gehaald.

- Het aantal bezoekers steeg naar gemiddeld 97.000 per jaar (doelstelling was 90.000); het basisschoolbezoek verviervoudigde (doelstelling was een verdubbeling).
- Door te programmeren vanuit de eigen collectie, toont het 50% meer voorwerpen uit de eigen collectie dan in de voorgaande periode.
- Het museum investeerde flink in digitale ontsluiting.
- Mede dankzij de groei van de inhoudelijke staf met 4,5 fte zijn de wetenschappelijke activiteiten sterk toegenomen.
- De in 2013 opgerichte afdeling Erfgoed in Kerken en Kloosters ondersteunde honderden kerken en kloosters bij het inventariseren, waarden en selecteren van religieus erfgoed.
- De eigen inkomsten stegen van 20% naar 47%.



- De Vereniging Vrienden groeide van 1.100 naar 1.800 leden.
- Beheer en documentatie zijn op peil; de collectie is in zijn geheel geregistreerd.

In de periode 2013-2016 kende het museum vele hoogtepunten.

- Het landelijke educatieproject *Feest! Weet wat je viert*. Bij dit project, dat tot eind 2015 al 97.500 bezoekers trok, werkt het museum samen met zes andere musea. *Feest!* werd genomineerd voor de Museumeducatie Prijs van het ministerie van OCW.
- Een groot aantal hoog gewaardeerde tentoonstellingen, zoals in 2015: *Ik geef om jou! Naasteliefde door de eeuwen heen* (met dertig maatschappelijke partners), *Het geheim van de middeleeuwen* (over middeleeuws textiel, door het publiek gewaardeerd met een 8,9) en *De heksen van Bruegel* (in samenwerking met de Musea Brugge).
- Verwerving van een Petrusculptuur uit 1410-1420 van Claux de Werve – de grootste aankoop uit de geschiedenis van het museum.
- De introductie van zowel nieuwe als innovatieve digitale middelen: een multimediatour,

Kerkcollectie digitaal en Vraag en aanbod religieuze voorwerpen; ook vernieuwde het museum zijn eigen website.

- De opening van een nieuwe vaste presentatie (de Catharinazaal) en een volledig vernieuwd entreegebied.
- Deelname aan het eerste DWDD Pop-Up Museum van *De Wereld Draait Door*.

Dit beleidsplan

Bij de voorbereiding van dit beleidsplan is gebruikgemaakt van de BIS-monitor en de zelfevaluatie van de Museumvereniging. Het museum heeft gesprekken gevoerd met de religiemusea en experts binnen en buiten het vakgebied, zoals James Kennedy, Kim Putters, Rudi Ekkart en Wayne Modest. De Universiteit Utrecht heeft een onderzoek onder stakeholders verricht. Het museum heeft zijn kerkelijke achterban geconsulteerd. Uit dit onderzoek en de raadpleging blijkt grote steun voor het beleid van het museum. Tot slot heeft het museum gebruikgemaakt van kwalitatieve en kwantitatieve marktonderzoeken en is de Code Culturele Diversiteit gehanteerd.



2 | Visie, missie en profiel

Museum Catharijneconvent neemt als nationaal museum voor christelijke kunst en cultuur een unieke plek in het museale bestel in.

Visie

Sinds de middeleeuwen is de christelijke cultuur niet weg te denken uit onze samenleving. Deze is van invloed op ons allemaal. Wie Nederland wil begrijpen, nu én in de toekomst, kan niet om het christendom heen. Nederland kent een rijke en unieke geloofstraditie en heeft dan ook veel en belangrijk christelijk erfgoed – materieel en immaterieel: van kerkgebouwen en kunstwerken tot onze feestdagen. Dit erfgoed is relevant voor iedereen. Door zijn schoonheid, verhaal en betekenis.

Het museum werkt in een buitengewoon dynamische omgeving: in Nederland neemt het aantal traditionele gelovigen sterk af¹ en door onze interculturele samenleving verandert het religieuze landschap snel. Dat heeft zijn weerslag op de omgang met het erfgoed. Voor een groeiend aantal mensen heeft dat steeds minder een religieuze betekenis, en steeds meer een culturele. Museum Catharijneconvent biedt daarom ruimte aan verschillende interpretaties en ervaringen, en dringt geen denkrichting of eenzijdig beeld van de geschiedenis op.

Het christendom is, in zijn veelvormigheid, van grote invloed op de Nederlandse cultuur, geschiedenis en samenleving. Het erfgoed weerspiegelt deze invloed en krijgt vandaag de dag nieuwe betekenissen. Een museum en kenniscentrum op dit terrein is daarom cruciaal.

Missie

Museum Catharijneconvent belicht – in samenwerking met partners en publiek – de esthetische, culturele en historische waarden van het christelijk erfgoed, met het doel meer inzicht te krijgen in onze huidige leefwereld.

Profiel

Museum Catharijneconvent heeft een uniek profiel, zowel in Nederland als in de wereld.

- Het beheert *de belangrijkste collectie kunst- en cultuurhistorische objecten van het christelijk erfgoed in Nederland* (zie het Collectieplan 2017-2020). De verzameling, die ook kunsthistorisch van groot internationaal belang is, behoort tot de Rijkscollectie en bestrijkt – als enige in de wereld – de volle breedte: van het rooms-katholicisme tot de orthodoxe stromingen van het protestantisme. De collectie maakt onderdeel uit van de (kunst) geschiedenis van het christendom wereldwijd en reikt in vorm, functie en verhaal over de landsgrenzen heen.
- Als *netwerkmuseum* heeft het museum een cruciale functie bij de (inter)nationale kennisuitwisseling. Het heeft een verbindende rol en zorgt voor een verantwoorde omgang met waardevol christelijk erfgoed in situ.
- Het museum is *museum en kenniscentrum in één*. De inhoudelijke staf doet multidisciplinair onderzoek, dat zowel de kunst-, cultuur- en kerkgeschiedenis bestrijkt als theologie en religiewetenschappen. Bij het onderzoek wordt nauw samengewerkt met andere (inter)nationale wetenschapsinstellingen. Nadruk ligt op valorisatie en de maatschappelijk impact van kennis.

¹ Het aartsbisdom verwacht dat 90% van de kerken binnen 15 jaar zal sluiten. Tegelijkertijd stijgt het aantal moslims, maar veel minder hard dan het aantal kerkgaande christenen daalt.

Sterkte-zwakteanalyse

De missie, kernwaarden, doelen en strategie van het museum zijn tot stand gekomen op basis van de volgende sterkte-zwakteanalyse:

Sterke punten

- unieke positie in het museale bestel als nationaal museum en kenniscentrum voor christelijk erfgoed
- veelzijdige Rijkscollectie van (inter)nationaal belang
- hoogwaardig personeel met specifieke kennis; netwerk van betrokken onderzoekers
- door samenwerkingen geworteld in de maatschappij
- sterke publieksgroei: door publiek en pers hoog gewaardeerde tentoonstellingen
- succesvol nationaal educatief project (*Feest!*) en familieprogramma
- zeer sterke groei van de eigen inkomsten
- gevestigd in Utrecht kerkenstad, centrum van religie vanaf de middeleeuwen

Zwakke punten

- gegroeide, maar beperkte naamsbekendheid bij tentoonstellingspubliek
- grote opdracht voor een beperkte staf
- afhankelijkheid van externe financiering
- beperkt financieel weerstandsvermogen
- het algemeen publiek ziet het museum als gedegen en te weinig als een kunstmuseum
- het museum pand heeft van buiten een gesloten uitstraling

Kansen

- ontkerkelijking leidt tot afnemende kennis van en groeiende behoefte aan een museale instelling op dit terrein
- toenemende interculturaliteit: 1) groeiende aandacht voor overeenkomsten en verschillen tussen islam en christendom en 2) de helft van de migranten heeft een christelijke achtergrond
- ‘vererfgoedisering’ van religie en musea als plekken van contemplatie
- opkomst van individuele vormen van zingeving, gebaseerd op christelijke tradities
- de minister geeft ruimte aan een sterke, eigen profilering
- groeiende museummarkt, vooral voor kunst

Bedreigingen

- publieke opinie over institutionele kerken is soms negatief
- grote concurrentie op de museummarkt
- krapte van de budgetten bij de culturele fondsen
- lagere inkomsten uit de Museumkaart
- weinig internationale toeristen in Utrecht en daarmee beperkte groeimogelijkheden

Een breed werkveld

De drie rode draden in het beleid van 2017-2020 zijn:

- *Binnen-buiten*. Museum Catharijneconvent ontwikkelt veel activiteiten in het museum én kijkt over de eigen muren heen. Een groot deel van het christelijk erfgoed bevindt zich immers buiten het museum, in kerken en kloosters en in andere musea in Nederland. Door ook buiten de eigen museumlocatie actief te zijn kan het museum het publieksbereik verhogen en de maatschappelijke impact optimaliseren.
- *Materieel-immaterieel*. Juist bij religieus erfgoed is het materiële nauw verbonden met het immateriële: gebruiken, rituelen en tradities. Daarom rekent het museum ook immaterieel erfgoed tot zijn terrein, inclusief herinneringsverhalen.
- *Verleden-heden-toekomst*. Het christendom is geen relict uit een afgesloten verleden en de omgang met christelijk cultuurgood verandert voortdurend. Met publiek en partners stelt het museum vragen over de betekenis van christelijke cultuur nu en in de toekomst.



Kernwaarden

Museum Catharijneconvent werkt met vijf kernwaarden:

- samenwerkend
- vernieuwend
- beziel
- deskundig
- gastvrij

Doelen en strategie

Bovenstaande sterkte-zwakteanalyse en de uitstekende resultaten over 2013-2016 geven aanleiding de ingezette koers voort te zetten. Daarbij zal het museum werken aan een groeiend publieksbereik (ook buiten de muren), verduurzaming en inhoudelijke verdieping van de activiteiten, met het doel de maatschappelijke impact van het museum te vergroten. In dat kader zijn de volgende tien doelen geformuleerd:

Publieksbereik

- 1 Groei van het aantal bezoekers naar gemiddeld 100.000 per jaar door publieksgerichte en inhoudelijk uitdagende tentoonstellingen en een verdere uitbouw van de familie-programmering.

- 2 Groei van het educatieve bezoek naar 90.000 per jaar (in basisschool- of familieverband in heel Nederland; 25.000 daarvan bezoeken Museum Catharijneconvent). Deze groei kan worden bereikt door uitbreiding van het nationale educatieproject *Feest!* naar tien musea. Daarnaast werkt het museum aan een groei van het bezoek vanuit het voortgezet onderwijs.
- 3 Stimulering van de maatschappelijke bewustwording van erfgoed in situ door middel van landelijke publieksprojecten over beeldbepalende kerkinterieurs.

Collectie en kennis

- 4 Op sterkte houden van het kenniscentrum voor christelijk erfgoed door:
 - uitbouw van de kennis over kerkinterieurs
 - erfgoedexpertise in te zetten bij meer dan 50% van de kerksluitingen in Nederland
 - onderzoek naar immaterieel erfgoed
 - (inter)nationale wetenschappelijke samenwerking.
- 5 Versterking van de kerncollecties door onderzoek, presentatie en verzamelen, met een accent op herinneringsverhalen, voorwerpen uit het dagelijks leven (ca. 1850-heden) en edelsmeedkunst.
- 6 Het structureel tonen van meerdere perspectieven op de collectie. Met dit doel bereidt het museum een gedeeltelijke herinrichting van de vaste opstelling voor.
- 7 Verhoogde zichtbaarheid van de collectie door collectiemobiliteit.

Voorwaardelijke doelen

- 8 Vergroting van de naamsbekendheid via een aangescherpt marketingbeleid.
- 9 Handhaving van het huidige niveau van beheer en behoud van de collectie.
- 10 Verdere verhoging van de eigen inkomsten door werving van private financiering.

De samenwerking wordt beschreven in hoofdstuk 3. Dat geldt ook voor de internationale en regionale positionering. De doelgroepen worden beschreven in hoofdstuk 5.

3 | Activiteiten 2017-2020

Museum Catharijneconvent heeft de doelstellingen voor 2017-2020 vertaald in activiteiten. Daarbij streeft het museum steeds naar synergie: zo bouwen tentoonstellingsprojecten voort op wetenschappelijk onderzoek, vormt de familieprogrammering de aanleiding om onderzoek te verrichten naar tradities en leidt onderzoek naar kerkinterieurs tot publieksprojecten.

Tentoonstellingen



Omdat ze bepalend zijn voor het aantal bezoekers, zijn en blijven tentoonstellingen de voornaamste publieksactiviteit. Ook de komende jaren zal het museum streven naar een uitgebalanceerde programmering van inhoudelijk uitdagende tentoonstellingen die de schoonheid en historische, religieuze en culturele betekenissen van het christelijk erfgoed belichten.

De voorgenomen tentoonstellingen:

- tonen in hun variatie tezamen het unieke profiel van het museum
- worden ontwikkeld in samenspraak met publiek en partners
- sluiten aan bij de fascinatie en interesse van de bezoeker
- staan steeds in relatie tot de huidige tijd
- zijn gebaseerd op wetenschappelijk onderzoek (zie het Kennisplan 2015-2020).

Inhoudelijk variëren de tentoonstellingen sterk: van een expositie over de kerncollectie edel-

smeedkunst (2019-2020) tot tentoonstellingen over iconische figuren in de christelijke cultuur, zoals *Luther* (2017) en *Maria* (2017), en een tentoonstelling over middeleeuwse miniaturen (2018) met de Koninklijke Bibliotheek.

Aangemoedigd door de visitatiecommissie en de Raad voor Cultuur, besteedt Museum Catharijneconvent sinds 2011 meer aandacht aan het kunstkarakter van de collectie, zoals in de tentoonstelling over middeleeuwse textilia. Het museum bouwt deze lijn de komende periode ook internationaal uit.

Verder zal het museum in de komende periode eens per twee jaar een tentoonstelling maken met gelijke aandacht voor het christendom en andere wereldreligies. Dit hangt samen met de toegenomen diversiteit van onze samenleving. Bovendien verbreden zulke tentoonstellingen de kijk op het christelijk erfgoed door het in een ruimere context te plaatsen. Het eerste project vindt plaats in 2016: in samenwerking met de Universiteitsbibliotheek van Utrecht presenteert het museum heilige boeken uit het jodendom, het christendom en de islam. In 2018 volgt een project over christelijke en niet-christelijke relieken.

Feest! Voor families en scholen

Museum Catharijneconvent heeft zichzelf in 2013 ten doel gesteld alle kinderen van Nederland te leren over de betekenis van de jaarlijkse feestdagen – een essentieel onderdeel van de Nederlandse identiteit. Dat gebeurt aan de hand van (top)stukken uit museale collecties en de verhalen die erachter schuilgaan. De feestdagen zijn gekozen als laagdrempelig en vrolijk ‘haakje’, om het onderwerp religie bespreekbaar te maken. Musea bieden daarbij een neutrale context die open gesprekken stimuleert en tegelijk de nieuwsgierigheid en creativiteit prikkelt. *Feest! Weet wat je viert* vindt inmiddels plaats in zes musea door heel Nederland en richt zich op kinderen in school- en familieverband. Dit ambitieuze project is de komende jaren speerpunt van het museum en zal worden uitgebreid (zie ook hoofdstuk 4).

Publieksactiviteiten rond erfgoed in situ

Een nieuwe activiteit van het museum is de ontsluiting van belangwekkende kerken voor het publiek. Doel is Nederlanders te laten kennismaken met kerken in eigen land, die esthetisch noch cultuurhistorisch onderdoen voor hun buitenlandse tegenhangers, maar veel minder worden bezocht. Door Nederlandse kerken open te stellen en te presenteren als vaten vol verhalen en kunstschaten hoopt het museum het draagvlak te vergroten voor behoud van belangrijk Nederlands religieus erfgoed in situ.

Het onderzoeksproject *Kerkinterieurs in Nederland* vindt plaats in samenwerking met alle grote kerkorganisaties van Nederland, de RCE, de Rijksuniversiteit Groningen en de Radboud Universiteit. Over de honderd meest beeldbepalende kerkinterieurs verschijnt een wetenschappelijke publicatie (*Kerkinterieurs in Nederland*, mei 2016).

Om deze topensembles nadrukkelijk onder de aandacht te brengen voert het museum vanaf 2017 een meerjarig nationaal publieksproject rond kerkelijk erfgoed in situ uit. Twaalf kerken zullen participeren, waaronder in ieder geval de Sint-Jan (Den Bosch), de Domkerk en de Willibrord (Utrecht). Samen vormen deze kerken *Het Grootste Museum van Nederland* (werktitel). Zij stellen zich open – soms voor het eerst – en bieden onder leiding van het museum een groot en breed publiek een museale publieksbegeleiding aan. Hiervoor heeft het museum € 1 miljoen euro aan financiering geworven.

Daarnaast zal het museum in het kader van de Nationale Agenda Toekomst Religieus Erfgoed van de RCE een groep monumentale kerken coachen bij openstelling en publieksbegeleiding.

Collectieactiviteiten²

Verwerven

Net als in 2013-2016 richt het toekomstige verwervingsbeleid zich op versterking van kerncollecties. Daarbinnen vormen de middeleeuwen een zwaartepunt. Alle verwervingen, inclusief de vele schenkingen, worden getoetst aan het criterium van de Collectie Nederland

en worden ook gezien in het licht van de collecties in kerken.

Sinds kort rekent het museum ook het verzamelen van herinneringsverhalen tot zijn terrein. Deze geven context aan de vorm en functie van voorwerpen en geven inzicht in de geschiedenis. Omdat kennis over religieuze tradities verloren dreigt te gaan, is dit het moment deze herinneringsverhalen structureel te verzamelen. Daarnaast geven verhalen zicht op de veranderde betekenis van tradities: van puur religieus naar vooral cultureel.

Momenteel verricht het museum in dit kader een innovatief en praktijkgericht onderzoek, met steun van een NWO-museumbeurs en in samenwerking met de Universiteit Utrecht. Doel is het ontwikkelen van een langetermijnplan voor het verzamelen van herinneringsverhalen. Ze worden digitaal ontsloten en gekoppeld aan objecten uit de eigen collectie en die van andere instellingen, zoals het Instituut voor Beeld en Geluid. Voor de duurzame opbouw en presentatie van deze nieuwe kerncollectie is een uitbreiding van de OCW-financiering noodzakelijk.

Parallel hieraan zal het museum de verzameling voorwerpen uit het dagelijks leven (ca. 1850-heden) versterken en presenteren. Dit gebeurt in samenwerking met universitaire partners (waaronder de Vrije Universiteit in Amsterdam), erfgoedgemeenschappen, religie-, streek- en stadsmusea.

Ontzamelen, collectiemobiliteit en -beheer

Verzamelen en ontzamelen gaan hand in hand en in nauw overleg met wetenschappelijke en kerkelijke partners. Het Mondriaan Fonds noemt deze werkwijze voorbeeldstellend. Het museum voert ook in de komende periode een actief ontzamelbeleid, dat is gericht op kwaliteitsverbetering van de collectie en leidt tot collectiemobiliteit. In de periode 2017-2020 is het gericht op voorwerpen uit het dagelijks leven (ca. 1850-heden). Daarbij zal het museum gebruikmaken van ervaringen die eerder zijn opgedaan met het ontzamelen van bijvoorbeeld textilia.

² Zie ook het Collectieplan 2017-2020.



Het museum hanteert een zeer ruimhartige vorm van bruikleenverkeer. Museum Catharijneconvent heeft een kleine 400 voorwerpen in permanent bruikleen bij musea, kerken en andere organisaties. Het museum wil dit aantal de komende jaren laten stijgen.

Het beheer van de (Rijks)collectie staat op een hoog pijl. De komende periode besteedt het museum meer aandacht aan het vastleggen van procedures en zal het de veiligheid verder verhogen door extra te investeren in apparatuur en organisatie.

Vanaf 2017 gaat het museum zelf het gebouw-beheer uitvoeren, met extra aandacht voor duurzaamheid. Daaraan voorafgaand zal het Rijksvastgoedbedrijf nog twee grote achterstallige onderhoudsprojecten uitvoeren, zodat het museum de nieuwe beleidsperiode comfortabel ingaat.

Collecties in situ

Als kenniscentrum is Museum Catharijneconvent sinds 2013 nauw betrokken bij de inventarisatie, waardebepaling en selectie van het kerkelijk erfgoed in Nederland. Het gaat om een omvangrijke taak, want door inkrimping, reorganisaties en fusies van kerken en kloosters verliezen op termijn honderdduizenden voorwerpen hun originele functie.

Ook in de periode 2017-2020 hanteert het museum de volgende werkwijze:

- Het faciliteert en ondersteunt eigenaren bij een waardige én praktische omgang met de inventaris en collecties. Daarbij ligt de nadruk op de waardevolle kern en een realistische blik op het erfgoed (niet alles hoeft bewaard).
- Het werkt op gelijkwaardige basis samen met eigenaren.
- Eigenaren kunnen en willen via *Kerkcollectie digitaal* zelf hun gegevens beheren.

Na consultatie van de kerkelijke partners zet het museum de huidige, vruchtbare samenwerking voort, waarbij elke denominatie op maat wordt bediend. Daarbij zijn de volgende speerpunten vastgesteld:

- Promotie en doorontwikkeling van *Kerkcollectie digitaal*. Dit gebeurt onder meer door versterking van de koppeling tussen museale collecties en collecties in situ. Via dit portaal hebben zowel erfgoedprofessionals als eigenaren toegang tot de gegevens van voorwerpen. Het gaat hier om een nieuwe vorm van samenwerking met ketenpartners (naast eigenaren ook kerkelijke koepelorganisaties, de RCE, de Erfgoedinspectie en regionale partners). De RCE noemt deze ketenbenadering voorbeeldstellend.

- Versterking van de samenwerking met koepelorganisaties (onder andere Vereniging Behoud Monumentale Kerkgebouwen, Grote Kerkenoverleg en Stichting Oude Groninger Kerken).
- Intensivering van het gebruik van de website *Vraag en aanbod religieuze voorwerpen*. In 2014-2015 vond meer dan 90% van de aangeboden voorwerpen uit gesloten kerken een nieuwe kerkelijke eigenaar.

Nergens ter wereld gaat de ontkerkelijking zo hard als in Nederland. Europese vakgenoten kijken met grote belangstelling naar de werkwijze van Museum Catharijneconvent. In internationaal verband ontplooit het museum de komende jaren de volgende activiteiten:

- kennisontwikkeling en -uitwisseling op Europees niveau via de netwerkorganisatie Future for Religious Heritage
- deelname aan een Europese HERA-aanvraag voor onderzoek naar de 'vererfgoedisering' van religie in West-Europa (HERILIGION), in samenwerking met internationale instellingen en het Meertens Instituut.

Vaste opstelling

Het publiek waardeert de huidige vaste opstelling met een 8,4. Toch bereidt het museum een gedeeltelijke herinrichting voor. Doel is het versterken van de publieksparticipatie en het aanbieden van een meervoudig en ook hedendaags perspectief op de collectie. Zo krijgt de religieuze en politiek-maatschappelijke invalshoek meer ruimte. Ook zal er plaats zijn voor herinneringsverhalen en immaterieel erfgoed. De vaste opstelling zal daardoor meer een plek van dialoog worden.

Digitale activiteiten

Het museum bereikt zijn doelgroepen al in hoge mate digitaal en wil dat in 2017-2020 versterken.

- Het *algemene publiek* bereikt het museum vooral door middel van de vernieuwde website. De groei van het aantal unieke bezoekers (2014: 224.000; 2015: 400.000) komt mede doordat het museum de eigen site gebruikt voor het delen van verhalen over hedendaagse gebruiken en uitingen. Door intensivering van de digitale, content-



gedreven marketing zal het bezoekersaantal naar verwachting verder stijgen.

Daarnaast bereikt het museum een algemeen publiek door beelden ter beschikking te stellen aan Wikipedia. In 2015 bezochten gemiddeld 240.000 mensen per maand Wikipediapagina's met afbeeldingen uit de museumcollectie. Deze beelddonaties worden gecontinueerd. Ten slotte zal de recent ontwikkelde, innovatieve mediatur worden uitgebreid.

- Het *vakpubliek* (maar ook een deel van het bredere publiek) wordt bediend door de collectiedatabase (25.000 bezoekers in 2015), die ook internationaal is ontsloten (onder andere via Europeana). Het percentage objecten met een digitale afbeelding (nu 45%) zal jaarlijks met 5% stijgen. De belangwekkende bibliotheekcollectie is toegankelijk via WorldCat.
- Voor *docenten* is er het platform *Feestweetwatjeviert.nl* (21.000 unieke bezoekers in 2015). Dit platform, met de populaire digibordmodule, wordt de komende periode doorontwikkeld.
- Daarnaast zijn er de tools *Kerkcollectie digitaal* en *Vraag en aanbod*.

Samenwerking

Buiten de reeds genoemde vormen van samenwerking participeert Museum Catharijneconvent in internationale, nationale en lokale samenwerkingsverbanden.

Internationaal

- Het museum is partner in het Europese netwerk van musea met middeleeuwse collecties, waaronder Musée de Cluny (Parijs) en Museo Bargello (Florence); de samenwerking richt zich op onderzoek en

gezamenlijke tentoonstellingen over middeleeuwse kunst.

- In de programmering van tentoonstellingen werkt het museum ook in de periode 2017-2020 samen met verschillende partijen in het buitenland.
- Het museum spreekt met zowel Duitse als Belgische partners over participatie in *Feest! Weet wat je viert*.
- Museum Catharijneconvent neemt veelvuldig deel aan (subsidieaanvragen voor) internationale onderzoekprojecten, zoals een HERA-onderzoeksaanvraag van Spinoza-premiewinnaar Birgit Meyer over blasfemie in Europa en het onderzoeksproject *Pathways to impact: gender, power and materiality in Early Modern Europe, 1500-1800*. Bij deze projecten werkt het museum samen met verscheidene Europese universiteiten en instellingen als het Victoria and Albert Museum (zie het Kennisplan).

Nationaal

- De inhoudelijke staf van het museum geeft veelvuldig advies aan musea met religieuze deelcollecties (onder andere door middel van onderzoek naar iconografie, herkomst van objecten en waardestellingen) en zal dit blijven doen. Dit advieswerk blijft niet beperkt tot kunstmusea: ook musea met brede collecties, zoals het Nederlands Openluchtmuseum, vragen om assistentie bij de ontsluiting van deelcollecties.
- Het museum is een belangrijke nationale speler op het gebied van de middeleeuwse kunst, en werkt veelvuldig samen met de middeleeuwenexperts van Museum Boijmans van Beuningen, Rijksmuseum Amsterdam, RKD en Bonnefantenmuseum.
- Net als in 2013-2016 werkt het museum intensief samen met musea met collecties christelijke kunst (waaronder Museum Ons' Lieve Heer op Solder, het Bijbels Museum en het Museum voor Religieuze Kunst Uden). Museum Catharijneconvent geldt als 'moeder' van deze musea. Deze samenwerking betreft educatie, collectie(vorming) en onderzoek.

- Met het Joods Historisch Museum werkt het museum samen op het gebied van educatie, fondsenwerving en ontsluiting van erfgoed in situ.
- Museum Catharijneconvent participeert in het netwerk van musea op het gebied van de Canon van Nederland.

Lokaal

Museum Catharijneconvent kan nergens anders gehuisvest zijn dan in Utrecht, sinds de middeleeuwen het centrum van religie in Nederland. Het zal ook in 2017-2020 intensief samenwerken met tal van organisaties en bedrijven in de stad Utrecht. Daarbij gaat het niet alleen om marketing en educatie, maar ook om gezamenlijke programmering, de organisatie van familieactiviteiten, wetenschappelijk onderzoek en de verbetering van de verblijfskwaliteit van de Lange Nieuwstraat. Partners zijn bijvoorbeeld Het Utrechts Archief, het Centraal Museum, TivoliVredenburg, het Festival Oude Muziek en Hoog Catharijne.

Overige activiteiten

Naast de hierboven beschreven activiteiten zal het museum ook in de komende periode doorgaan met het organiseren van een groot scala aan overige activiteiten. Het gaat om de uitgave van het tijdschrift *Catharijne*, zomerconcerten, theatervoorstellingen, lezingen, publicaties, rondleidingen op maat, cursussen et cetera. Deze leiden tot een verdiepende ervaring bij het publiek.

4 | Educatie en participatie

Educatie en participatie zijn speerpunten in het beleid. De activiteiten op dit gebied worden in de komende beleidsperiode geïntensiveerd.

Educatie

Het educatieve programma richt zich op drie groepen: het basisonderwijs, families en het voortgezet onderwijs. Speciaal voor het basisonderwijs en families is het nationale educatieve programma *Feest!* ontwikkeld. De komende periode blijft dit programma de kern van de educatieve activiteiten. In 2015 bereikte *Feest!* op zes locaties 56.000 kinderen en (groot-)ouders. Doelstelling is het aantal locaties te vergroten en het aantal deelnemers te laten stijgen naar 90.000 in 2020.

Basisonderwijs

Feest! is een modulair opgebouwd lesprogramma, dat is ontwikkeld in nauwe samenwerking met het onderwijs. Daardoor kunnen leraren het programma over de verschillende religieuze feesten naar eigen inzicht inzetten binnen de vakken levensbeschouwing, kunstzinnige oriëntatie, wereldoriëntatie, geschiedenis en Nederlands en bij de ontwikkeling van burgerschapsvaardigheden. Het programma wordt gebruikt binnen elk type onderwijs en is lesstofvervangend.

De inhoudelijke doelstellingen van *Feest!* zijn:

- het vergroten van historisch besef bij kinderen om meer begrip te creëren voor de wereld om hen heen
- het voor toekomstige generaties ontsluiten van en het prikkelen van de nieuwsgierigheid naar nationale kunstschaten (die bijna altijd religieus gestempeld zijn)
- het vergroten van kennis over de verschillen, maar vooral de overeenkomsten tussen religies
- het bieden van aanknopingspunten voor discussies op school over het door docenten als lastige ervaren thema 'religie'.

Feest! is een landelijk project, dat door Museum Catharijneconvent is geïnitieerd. Inmiddels werkt het museum samen met vijf andere *Feest!*-locaties: het Bijbels Museum (Amsterdam), Museum Ons' Lieve Heer op Solder (Amsterdam), het Zuiderzeemuseum (Enkhuizen), het Nederlands Openluchtmuseum (Arnhem) en Huis Bergh ('s-Heerenberg). Ook het Joods Historisch Museum neemt actief deel, al is het zelf geen *Feest!*-locatie. Andere betrokkenen bij dit project zijn onder meer lokale educatie-intermediairs, landelijke onderwijskoepels en pabo's.

Om regionale spreiding en groei te bereiken, gaan vanaf 2017 het Limburgs Museum, de Stichting Oude Groninger Kerken en het Museum voor Religieuze Kunst Uden deel uitmaken van het samenwerkingsverband. Daarnaast voert het museum verkennende gesprekken met het Nationaal Museum voor Wereldculturen.

Het unieke van *Feest!* is dat de onderdelen worden ontwikkeld in samenspraak tussen scholen, musea en lokale erfgoedgemeenschappen. Deze vorm van co creatie blijkt in de praktijk uitstekend te werken.

In 2015 bereikte *Feest!* 9.500 kinderen in schoolverband. Het programma wordt ook in 2017-2020 doorontwikkeld, vanuit de actuele behoefte van het onderwijs en in aansluiting op ontwikkelingen in het curriculum en de maatschappij. Het gaat om een voorbeeldstellend en langjarig project: de partners zijn voor tien jaar geëngageerd.

Families

Feest! richt zich nadrukkelijk ook op families (kinderen en (groot)ouders). Uit de focusgroepen blijkt dat er behoefte bestaat aan sfeervolle evenementen die de betekenis van de feestdagen verduidelijken. Vaak ontberen ouders de daarvoor benodigde kennis. De behoefte aan deze familieprogramma's blijkt duidelijk uit het groeiend aantal deelnemers.



Het uitgangspunt van de familieprogrammering is intergenerationeel leren: door gesprekken tussen generaties op gang te brengen bevorderen de musea dat verhalen van generatie op generatie worden doorgegeven.

Alle *Feest!*-locaties werken voor families. Met zijn eigen familieprogrammering heeft Museum Catharijneconvent de afgelopen jaren veel succes gehad. Het gaat hier om het *Huis van Sinterklaas*, *Beleef het kerstverhaal*, *Vier het voorjaar* (met Pasen) en *Sint-Maarten*. Het museum wil voor families uit Utrecht en omgeving de *Feest!*-programmering uitbreiden met een *Kerstival*. Doelstelling is het aantal bezoekers in de kerstperiode te laten groeien van 9.000 naar 15.000.

Voortgezet onderwijs

Nu het *Feest!*-programma in Museum Catharijneconvent tot wasdom komt, is er ruimte om de programma's voor het voortgezet onderwijs uit te bouwen. Blijkens een onderwijsmarktonderzoek hebben docenten vooral behoefte aan educatieve programma's over de middeleeuwen en de Reformatie, voor zowel de onder- als de bovenbouw van havo en vwo. Extra potentie zit in de doorontwikkeling van onderwijspakketten die direct aansluiten

bij de eindexamenstof van de vakken geschiedenis, culturele en kunstzinnige vorming (CKV) en kunst algemeen. Voor de programmering over wereldreligies onderzoekt het museum de mogelijkheid aan te sluiten op het domein Mens en Maatschappij (onderbouw) en de vakken geschiedenis en levensbeschouwing. Het museum gebruikt 2016 voor de planvorming. Voorlopige doelstelling is een groei naar 2.500 bezoekers in 2020 (2014: 1.593; 2015: 1.730).

Participatie

Al jarenlang hebben zowel publiek als erfgoedgemeenschappen inhoudelijke inbreng in de activiteiten van Museum Catharijneconvent. Het museum hecht zeer aan deze vormen van participatie, omdat ze bijdragen aan een meervoudig en hedendaags perspectief op de collectie en de publiekservaring verdiepen. De komende periode zal het museum dit beleid dan ook voortzetten.

Publieksparticipatie

Uit publieksonderzoek blijkt steeds weer dat een gedegen publieksparticipatie de publiekservaring verrijkt, bezoekers inspireert en een duurzaam effect heeft (men voelt zich blijvend verbonden aan het museum). Persoonlijke ervaringen en verhalen van mensen helpen de

maatschappelijke, emotionele en esthetische betekenis van de collectie zichtbaar te maken. Daarom nodigt het museum het publiek uit tot participatie bij tentoonstellingen, zowel bij de voorbereiding als tijdens de looptijd. Publieksparticipatie gaat steeds hand in hand met volwasseneneducatie voor tentoonstellingen.

In de voorbereidingsfase praten tentoonstellingsmakers met vertegenwoordigers van het publiek of leden van erfgoedgemeenschappen – bijvoorbeeld in focusgroepen. Daarnaast worden bezoekers geïnterviewd en leveren mensen input door hedendaagse gebruiksvorwerpen en bijzondere verhalen aan te dragen. Tijdens tentoonstellingen krijgt de publieksparticipatie een breder karakter. Het publiek kan bijvoorbeeld ervaringsdeskundigen ontmoeten – van beeldhouders tot pelgrims – of verhalen delen op zaal.

Publieksparticipatie wordt ook buiten tentoonstellingen ingezet en vormt bijvoorbeeld het hart van het verzamelproject voor herinneringsverhalen en voorwerpen uit het dagelijks leven.

Participatie van traditionele kerkelijke erfgoedgemeenschappen

Tussen Museum Catharijneconvent en kerkelijke erfgoedgemeenschappen bestaat van oudsher een hechte samenwerking, waarbij de onafhankelijkheid van het museumbeleid is gegarandeerd. De basis daarvan is het beheer van de Rijkscollectie. Deze bestaat uit langdurige bruiklenen van stichtingen die worden bestuurd door vertegenwoordigers van kerkgemeenschappen. Deze bestuurlijke participatie geeft een uitstekende vertrouwensbasis voor werkzaamheden ten behoeve van erfgoed in situ.

Participatie van nieuwere erfgoedgemeenschappen

Sinds enkele decennia kent Nederland een groot aantal migrantenkerken. Maar liefst de helft van de migranten in Nederland heeft een christelijke achtergrond. In Museum Catharijneconvent wordt hun erfgoed, ondanks eerdere beleidsvoornemens, nog te sporadisch belicht. Dit komt doordat het museum hieraan te incidenteel aandacht heeft geschonken. Het

museum zal in de komende beleidsperiode de samenwerking met migrantenkerken intensiveren en ziet kansen voor structurele inbedding van hun erfgoed in het verzamelen van herinneringsverhalen en voorwerpen uit het dagelijks leven.

Ook bij niet-kerkelijke erfgoedgemeenschappen bestaat belangstelling voor religieus erfgoed. De omgang met dit erfgoed is heel gevarieerd; soms zijn de religieuze connotaties zelfs helemaal verdwenen. Een voorbeeld is het Sint Maartensberaad, waarmee het museum de Utrechtse Sint-Maartensviering vormgeeft. Voor de tentoonstelling *Ik geef om jou!* (over naastenliefde door de eeuwen heen) werkte het museum samen met dertig maatschappelijke organisaties, zoals het Oranje Fonds, Vluchtelingenwerk en de dak- en thuislozenzorg.

Met steun van het Fonds voor Cultuurparticipatie en in samenwerking met het Kenniscentrum Immaterieel Erfgoed Nederland werkt het museum aan een onderzoek naar de relatie tussen materieel en immaterieel erfgoed. Binnen dit onderzoek staat samenwerking met erfgoedgemeenschappen centraal, omdat zij voor dit erfgoed optreden als *safeguarding entities*.

5 | Publieksbereik

Het museum vergroot zijn maatschappelijke impact in de komende periode ook door publieksgroei binnen de eigen museummuren. Tussen 1996 en 2010 bezochten jaarlijks gemiddeld 65.000 bezoekers het museum. Tussen 2011 en 2014 ging het gemiddeld om 90.000 bezoekers. 2015 was een recordjaar met 110.000 bezoekers. In de komende periode wil Museum Catharijneconvent in het eigen museum gemiddeld 100.000 bezoekers per jaar bereiken.

(Publieks)doelgroepen

Omdat publieksgroei in de beleidsperiode 2017-2020 leidend is, handhaaft het museum het huidige doelgroepenbeleid. Deze beslissing is onder meer gebaseerd op marktonderzoek, de successen van de afgelopen jaren en de conclusies van de visitatiecommissies (2009 en 2012). Het betekent dat het museum ook in de komende beleidsperiode zijn tentoonstellingen primair afstemt op traditionele museumbezoekers. Met het educatieve programma *Feest!* bedient het museum de doelgroep van leerlingen en families.

Museum Catharijneconvent richt zich op de volgende publieksdoelgroepen:

- 1 Traditionele museumbezoekers: bezoekers van 55 jaar en ouder die affiniteit hebben met kunst, cultuur en geschiedenis. Ze zijn afkomstig uit heel Nederland en hebben enige (maar afnemende) kennis van het christendom. Veelal zijn het Museumkaarthouders.
- 2 Kinderen in schoolverband (zwaartepunt basisonderwijs) en in familieverband (met ouders en grootouders).

Overige doelgroepen:

- 3 Leden van (kerkelijke) erfgoedgemeenschappen, zoals eigenaren en beheerders in verband met de werkzaamheden rond religieus erfgoed in situ.

- 4 Vakgenoten: kunsthistorici, religiewetenschappers, historici, theologen, liturgiewetenschappers, antropologen en andere geïnteresseerden die de collectie en de bibliotheek gebruiken voor onderzoek of die participeren in samenwerkingsprojecten.

Marktonderzoek

Uit de kwalitatieve en kwantitatieve marktonderzoeken blijkt dat het publiek de activiteiten van het museum hoog waardeert en dat de publieksbinding flink hoger is dan het sectorgemiddelde. Het publiek vindt de kwaliteit van Museum Catharijneconvent hoog: het heeft een onderscheidend en leerzaam aanbod, een prettige sfeer, vriendelijk personeel en een aantrekkelijk gebouw; tijdens het bezoek biedt het goede informatie en het is goed bereikbaar. Men vindt Museum Catharijneconvent meer dan andere musea sympathiek, uniek, degelijk, precies en zachtmoedig. Het publiek ziet het museum evenwel als weinig creatief, en vooral als een cultuurhistorisch museum.

Om groei van het tentoonstellingsbezoek te realiseren neemt het museum de volgende conclusies van het marktonderzoek over:

- De groeikansen zijn het grootst onder traditionele museumbezoekers, waarbij het bij de invulling van de tentoonstellingen wenselijk is iets meer aandacht te besteden aan schoonheid, inspiratie en contemplatie. Op die manier kan het museum ook een iets breder, kunstminnend publiek aanspreken.
- De naamsbekendheid van het museum is de afgelopen periode versterkt, maar is onder het algemene publiek nog steeds te beperkt. Daarop is het marketingbeleid in 2015 aangepast en zal de huisstijl in 2016 worden herzien.
- Het museum gaat het herhaalbezoek vergroten en mond-tot-mondreclame bevorderen door meer eenduidigheid te brengen in de communicatie van tentoonstellingen en ze beter te verbinden met het museum als geheel.

Zie voor de groei van het *Feest!*-bezoek hoofdstuk 4.

Nieuw en meer divers publiek

Om binnen bovenstaande doelgroepen publiek te bereiken dat Museum Catharijneconvent niet eerder bezocht, blijft het museum de komende beleidsperiode de volgende middelen inzetten:

- een toegankelijke familieprogrammering rond feestdagen in het museum zelf (trekt een nieuw publiek uit de regio, dat niet gewend is tentoonstellingen van Museum Catharijneconvent te bezoeken)
- de *Feest!*-programmering in de partner-musea (trekt een soortgelijk publiek, maar dan door heel Nederland)
- schoolprogramma's (bestemd voor alle kinderen in Nederland, ongeacht hun culturele of religieuze achtergrond)
- tentoonstellingen die tot stand komen in samenspraak met maatschappelijke partners en erfgoedgemeenschappen (in 2014 trok *Thuis in de Bijbel* bijvoorbeeld leden van het Nederlands Bijbelgenootschap, bij uitstek geen museumbezoekers)
- de projecten *Vrijdag Museumdag* en *Museum voor één Dag* (in samenwerking met Musea Utrecht) (voor bewoners van verzorgingshuizen).

Het museum ontplooit in de periode 2017-2020 een aantal nieuwe activiteiten, waarbij het zich ook zal inspannen om een nieuw en meer divers publiek te bereiken:

- via publieksparticipatie en marketing-inspanningen bij de tentoonstellingen over wereldgodsdiensten
- door samenwerking met migrantenkerken
- met het project *Het Grootste Museum van Nederland* voor dagjesmensen, die zelden een museum bezoeken.

Net als in de voorgaande periode werkt het museum vooral voor een Nederlands publiek. Dat komt doordat – ondanks de inspanningen van de gemeente Utrecht – nog steeds weinig internationale toeristen Utrecht bezoeken. Uiteraard heeft het museum wel een meertalige publieksbegeleiding en zal het hierin ook blijven investeren.

Code Culturele Diversiteit

Binnen de Code Culturele Diversiteit scoort het museum het hoogst op partnerschappen en

programmering (via *Feest!*, de voorgenomen tentoonstellingen over de wereldreligies en samenwerking met migrantenkerken). Uitdaging is door middel van partnerschappen ook structureel een meer divers publiek te bereiken. Het museum heeft de aandacht voor diversiteit beter ingebed door dit onderwerp expliciet te beleggen in de organisatie. 10% van het personeel heeft een cultureel diverse achtergrond. Het museum was testinstelling voor de nieuwe diversiteitsscan van Binoq Atana.

Onlinebereik en interactie met het publiek

Digitale activiteiten maken integraal deel uit van het beleid van Museum Catharijneconvent en zijn beschreven in hoofdstuk 3.

6 | Ondernemerschap

Bedrijfsmatig heeft Museum Catharijneconvent de laatste jaren een positieve ontwikkeling doorgemaakt: de omzet en de eigen inkomsten zijn sterk gestegen, de tevredenheid onder het personeel is hoog en een reorganisatie heeft de structuur van het museum versterkt. Deze ontwikkeling was mogelijk doordat het museum in de periode 2013-2016 – dankzij een excellente beoordeling door de Raad voor Cultuur – door het ministerie van OCW op een goed niveau is gefinancierd. Continuering van financiering op dit niveau is een voorwaarde voor voortzetting van deze lijn in de komende beleidsperiode.

Ondernemersstrategie

Als onderneming neemt het museum kleine, weloverwogen stappen en richt het zich op wat het al 'in handen' heeft. Inhoud is bepalend voor het succes en voor het verdienvermogen

is de inhoudelijke staf cruciaal. Het museum heeft op basis van externe financiering een educator en twee conservatoren kunnen aanstellen. Dat is uniek in Nederland. Samenwerking met uiteenlopende partners is structureel onderdeel van de ondernemerschapsvisie.

Het museum neemt verantwoorde risico's: projecten krimpen als de fondswerving tegenvalt. De flexibele schil van het personeelsbestand dient eveneens om tegenvallers op te vangen. Het museum voert een actief risicomanagement, conform de Governance Code Cultuur, die door het museum nauwgezet wordt nageleefd.

Financiële situatie

De financiële situatie is stabiel. Tussen 2010 en 2015 is de omzet gestegen van € 5,5 miljoen naar € 7 miljoen. Dit is het resultaat van stijgende eigen inkomsten: van iets meer dan 20% in 2010 naar 47% in 2015. De eigen inkomsten bestaan uit publieksinkomsten (€ 600.000 per jaar) en bijdragen van particulieren en fondsen (tussen € 1,5 en € 2 miljoen per jaar).



Weliswaar zijn de publieksinkomsten gedaald als gevolg van het groeiend aantal Museumkaarthouders. Maar daar staat tegenover dat het museum tal van private financieringsbronnen wist aan te boren, onder meer in de vorm van een legaat van € 600.000. De meer dan € 3 miljoen die voor *Feest!* kon worden ingeboekt, komt grotendeels uit private bronnen. Ook slaagde het museum erin meerjarige financieringsafspraken te maken. Zo is het tegenwoordig structurele beneficiant van de BankGiro Loterij.

De liquiditeitspositie is op orde. Niettemin heeft versterking van het financieel weerstandsvermogen prioriteit. Het weerstandsvermogen is de laatste jaren sterk toegenomen, maar het museum vindt de huidige buffer (€ 356.000) nog altijd te beperkt en streeft naar verhoging naar ten minste € 500.000.

Doelstellingen voor de komende periode zijn:

- handhaving van de publieksinkomsten op ten minste het huidige niveau
- investeren in de werving van legaten
- diversificatie van de fondswerving voor tentoonstellingen.

Marketingbeleid en prijsstrategie

De marketing van het museum is contentgedreven: het museum bereikt het publiek door middel van inhoudelijke boodschappen. Daarbij hanteert het museum verschillende kanalen voor de verschillende doelgroepen. In alle gevallen is *free publicity* van doorslaggevend belang. In de komende beleidsperiode zal de huisstijl worden aangepast, komt er eenduidigheid in de tentoonstellingscommunicatie, en wordt de digitale marketing versterkt. Ook de tentoonstellingscommunicatie gaat zich in de komende periode iets meer richten op de kunstminnende Museumkaarthouder.

De prijsstrategie verschilt per doelgroep en per activiteit. 60-70% van de bezoekers maakt gebruik van de Museumkaart. Voor tentoonstellingsbezoekers zal het museum de toegangsprijs aanpassen aan de inflatie. Bij kostbare tentoonstellingen betaalt het publiek een toeslag. Voor scholen en families gelden veel gunstiger tarieven, zodat zij geen financiële drempel ervaren.

Personeelsbeleid

De museumstaf is hoogopgeleid en intrinsiek gemotiveerd. Uit de evaluatie van de nieuwe organisatiestructuur (2014) blijkt dat de medewerkers de werksfeer waarderen met een acht. De stijl van leidinggeven wordt collegiaal, positief en coachend genoemd; medewerkers ervaren dat er ruimte is om zichzelf te ontwikkelen en zijn betrokken bij beleidsbepaling.

Vrijwilligers vormen een integraal onderdeel van het personeel. In 2015 waren er dertig vaste vrijwilligers en vijftig projectvrijwilligers. Het museum beschikt hiermee over een fantastische poule aan ambassadeurs en talent. De laatste jaren hebben vijf van hen een baan in het museum gekregen.

Ook de komende periode zet het museum zich in als ontwikkelplaats voor jong talent. Het gaat daarbij om stagiairs uit het wetenschappelijk en hoger beroepsonderwijs en jonge museumprofessionals. Het museum heeft in 2015 twee junior conservatoren kunnen aanstellen.

Financieringsbehoefte

Museum Catharijneconvent vraagt de Raad voor Cultuur om tot een integrale oordeelsvorming over het museumbeleid te komen: de collectiefunctie en het presentatiebeleid hangen immers nauw met elkaar samen. Het museum wijst de raad erop dat het ministerie van OCW de collectiebekostiging niet correct heeft berekend. Het ministerie gaat onterecht uit van een bedrag van € 600.000 voor collectiebeheer. De werkelijke kosten zijn € 1,2 miljoen (exclusief overheadtoeslag). Hierover heeft het museum het ministerie via de formele zienswijze bericht.

Museum Catharijneconvent heeft een totale financieringsbehoefte van € 3,45 miljoen voor collectie-, publieks- en overige taken. Gezien het door OCW voorgenomen bedrag van € 600.000 voor collectietaken, vraagt Museum Catharijneconvent binnen de BIS een bedrag van € 2,85 miljoen aan. Dit is inclusief de noodzakelijke verhoging van € 100.000 voor de het *duurzaam* onderzoeken, verzamelen en presenteren van herinneringsverhalen en immaterieel erfgoed.

Colofon

Februari 2016
Museum Catharijneconvent

Bezoekadres
Lange Nieuwstraat 38
NL-3512 PH Utrecht

www.catharijneconvent.nl

Postadres
Postbus 8518
NL-3503 RM Utrecht

+31(0)30 231 38 35
info@catharijneconvent.nl