



maritiem museum
Magazine

Jongeren in het Maritiem [3]

Marmer en gouden kranen [10]

De canonitis heerst [14]

Nieuwe manier van verzamelen [16]

Oudste scheepsmodel nog ouder [20]

Kaplaarzen symbool voor Rotterdam [22]

De komende vrouw en gaande man [24]

#2

MAART 2009

Hoewel het bemoedigend is dat jongeren in toenemende mate het museum bezoeken, maakt deze groep in het Maritiem Museum nog altijd een relatief klein percentage uit van het totale aantal bezoekers. Het Maritiem Museum spant zich voortdurend in tentoonstellingen, activiteiten en evenementen te ontwikkelen die een breed publiek aanspreken.

Dit Europese Jongerenjaar, met Rotterdam als Jongerenhoofdstad, is een uitgelezen kans een speciaal jongerenproject op te starten.

Het Maritiem Museum daagde Rotterdamse jongeren uit zich te laten inspireren door het thema 'I love de Maas'. De kunstwerken die zij maakten, zijn tot 29 juni te zien in een speciale tentoonstelling. Deze uitgave van 'Magazine' besteedt speciaal aandacht aan dit boeiende project en de jongeren die het tot een succes maakten.

JONGEREN IN HET MARITIEM MUSEUM



'Vergeten sport van de Maas' door Iwan Smit (19 jaar)



Een tentoonstelling aankondigen zonder dat de omvang van de te tonen collectie van tevoren bekend is, je richten op een doelgroep die volgens marketingdeskundigen moeilijk te bereiken is én opboksen tegen het vooroordeel van jongeren dat musea saai zijn. Het Maritiem Museum schuwde de uitdaging niet en organiseerde in het kader van Rotterdam als Europese Jongerenhoofdstad 2009 de kunstwedstrijd 'I love de Maas'. Een kunstproject voor en door jongeren. In gesprek met Patricia Mensinga, projectleider en Ashley Nijland en Coen van der Steen, derdejaars studenten van de Willem de Kooning Academie en assistent-projectleiders.

Het Maritiem Museum Rotterdam wil zich de komende jaren meer profileren als ontmoetingsplaats. Dit betekent een museum met een actieve rol in het brede culturele klimaat van de stad, het participeren in culturele initiatieven en het zoeken naar de aansluiting op de belevingswereld van verschillende publieksgroepen. Rotterdam als Europese Jongerenhoofdstad 2009 was directe aanleiding voor het museum om een project voor jongeren op te zetten. Een flinke uitdaging waarmee het museum niet alleen jongeren in contact wil brengen met het instituut museum, maar hen ook een podium wil bieden om hun talent te tonen aan een breed publiek. Deze ambitie resulteerde in het project 'I love de Maas'. Het Maritiem Museum daagde Rotterdamse jongeren tussen 12 en 28 jaar uit om een kunstwerk te maken met als thema 'I love de Maas'. Verschillende expressievormen om de rivier vorm te geven mochten gebruikt worden;

'There's still' door Ansjel van Bellen (23 jaar)



fotografie, schilderkunst, beeldhouwen, maar ook zang, dans en video. Dertig jongeren namen deel aan het project. Hun kunstwerken zijn nu te zien in de tentoonstelling 'I love de Maas'. Een wedstrijdelement werd aan het project toegevoegd met de verkiezing van het beste kunstwerk door een vakjury van professionele kunstenaars. De maker van het beste kunstwerk wint een reis naar een Europese hoofdstad voor twee personen. Mensinga: "Een dergelijke prijs is natuurlijk een geweldige 'trigger' om deelnemers te werven, maar de nadruk van dit project ligt op de kans die we jongeren bieden om hun creativiteit te kunnen laten zien. Zo wordt dat trouwens door de meeste jongeren ook ervaren." Studente Nijland vult aan: "Maar het is goed om er naast het serieuze doel ook iets 'cools' aan toe te voegen."

Mensinga: "Uit oriëntatiegesprekken met andere culturele organisaties kwam naar voren dat het bereiken van jongeren lastig is. Daarnaast realiseerden we ons maar al te goed dat we als museum, een plek waar jongeren over het algemeen weinig te vinden zijn, nog een extra moeilijkheid te overwinnen hadden om dit project te laten slagen. Hoe zorgen we voor voldoende deelnemers? Ik vond het dan ook best spannend hoeveel jongeren zouden deelnemen en een kunstwerk zouden inleveren. De komst van studenten Ashley en Coen sterkte me echter in het geloof dat het wel goed zou komen. Ze stuiterden letterlijk van het enthousiasme en vertrouwen in het project. Dat werkt heel inspirerend" aldus Mensinga.

Ambassadeurs

Het was duidelijk dat we een stevig plan nodig hadden om jongeren te bereiken. We hebben dan ook zogenaamde

Patricia, Ashley en Coen bij het levensgrote campagnebeeld, een schilderij van de hand van Leo van den Berg, technische dienst Maritiem Museum Rotterdam.



‘ambassadeurs’ voor dit project gezocht; kunstenaars die een bepaalde voorbeeldfunctie en status onder jongeren hebben en hen konden motiveren om mee te doen. Drie professionele Rotterdamse kunstenaars, Luuk Bode (beeldend kunstenaar/illustrator), Kas (videomaker) en Eric van Straaten (fotograaf) hebben ‘I love de Maas’ als ambassadeur omarmt. Zij zijn het visitekaartje en tevens inspiratiebron voor jongeren. Zij maakten elk ook een kunstwerk voor de tentoonstelling en vormden de vakjury voor de prijsuitreiking. Mensinga: “Deze kunstenaars hebben ‘I love de Maas’ smoel gegeven, zowel richting de jongeren die aan het project meewerken als aan de deelnemers.” Was het zonder hen niet gelukt? “Dat is altijd moeilijk te zeggen, maar een ding is zeker: zij hebben deelnemers net even dat duwtje in de rug gegeven.”

Ook op mediagebied hebben we ambassadeurs aangetrokken. Radiostation FunX, een van de best beluisterde radiozenders onder jongeren, en cultureel jongerentijdschrift DIMI zijn officiële mediapartners van het project en een belangrijke spil in de communicatiecampagne. De link met Rotterdam Europese Jongerenhoofdstad 2009, het thema de Maas en de overlap qua doelgroep bieden een ‘win-win’ situatie voor beide partijen. De deelname aan het project en de opening van de tentoonstelling is voor de partners een uniek platform voor hun relatiebeheer, zowel zakelijk als voor hun lezers of luisteraars. Voor het museum is het partnerschap van groot belang vanwege de gerichte doelgroepbenadering en voor de profilering van het project. Mede dankzij de bijdrage van deze ambassadeurs is ‘I love de Maas’ door veel jongeren opgepikt en positief ontvangen.

'Maasstad' door Alexander Hokke (18 jaar)



Magazine

#2

Niet alleen voor, maar vooral ook door jongeren Mensinga: “Het was al vanaf het begin duidelijk dat deze tentoonstelling niet alleen voor, maar vooral ook dóór jongeren gemaakt moest worden. Ashley en Coen boden zich spontaan aan om achter de schermen mee te werken aan deze tentoonstelling, een aanbod wat ik met beide handen heb aangenomen. Het maakt het project krachtiger en geloofwaardiger. Je kunt immers proberen de taal van jongeren te spreken, maar wie kunnen dat beter dan zichzelf?”

Tevens hebben we de eerste ideeën en de wervingscampagne van dit project voorgelegd aan het jongerenpanel van het JOS (Jeugd Onderwijs en Samenleving). Dit panel vormt een afspiegeling van de jeugd van Rotterdam en adviseert organisaties als de onze op het gebied van jongerenprojecten. Mensinga: “Het viel goed om onze eerste ideeën bij hen te toetsen.

Bijna alle jongeren waren direct geïnteresseerd en hadden onze posters reeds gezien of de commercials op de radio gehoord. We waren dus goed op weg.”

Ook het ontwerp van het campagnebeeld hebben we overgelaten aan jongeren. Het is ontworpen door twee pas afgestudeerde studenten van de Willem de Kooning Academie. Mensinga: “Wist je dat het campagnebeeld al een kunstwerk op zich is, op ware grootte, en opgebouwd uit karton? Dat ambachtelijke vonden we erg goed passen bij de insteek van het project. We vonden het zelfs zo bijzonder dat het ook terugkomt in de tentoonstelling.”

Samenwerking achter de schermen

Mensinga: “Uiteraard hebben we de vinger aan de pols gehouden bij de uitvoering van de wervingscampagne en bij het ontwerp van de tentoonstelling, maar Ashley en Coen hebben aan de basis gestaan. Kijk alleen al naar



de online Hyvespagina van dit project of de 'brutale' verspreiding van de flyers en posters op scholen en uitgaansgelegenheden." Van der Steen: "We zijn door de stad geraced en hebben op zo veel mogelijk plekken flyers neergelegd en posters opgehangen. We hebben er zelfs een paar ingelijst in frames van andere posters. Wel alleen als die tentoonstelling al voorbij was hoor", haast Nijland zich te zeggen.

Voor Nijland en Van der Steen is hun assistentschap een kans die ze met beide handen hebben aangegrepen. Van der Steen: "We krijgen de kans om met professionals te werken en er staan ons middelen ter beschikking waar we alleen maar van konden dromen. We hebben ons nooit gerealiseerd dat er zoveel bij de ontwikkeling van een tentoonstelling komt kijken, zoals publiciteit, de organisatie van een opening of techniek.

Hoewel we pas over een paar maanden kunnen zeggen of 'I love de Maas' ook daadwerkelijk meer jongeren naar het museum heeft getrokken, concluderen zowel Mensinga als Nijland en Van der Steen nu al dat het project geslaagd is. "Er zijn maar liefst dertig kunstwerken ingeleverd die stuk voor stuk van hoog niveau zijn", zegt Mensinga. Jongeren zijn blijkbaar heel goed enthousiast te krijgen voor een project van een museum. Nijland: "Jongeren zijn gewoon selectief. Als het een leuk project

is en de promotie aansprekend, maakt het niet uit of het een initiatief is van een museum is of van een andere organisatie." Mensinga verwacht dat de tentoonstelling meer jongeren naar het museum brengt, maar heeft niet de illusie dat het Maritiem Museum nu ineens ontdekt is door de jeugd. "Dit is écht een specifiek project voor jongeren. Alleen dan kan het werken, anders niet." Nijland en Van der Steen beamen dit: "I love de Maas' is een directe aanleiding voor jongeren om naar het Maritiem Museum te komen, trouwens ook tijdens de Museumnacht is het een van de leukere plekken om naar toe te gaan, maar daarnaast is het moeilijk jongeren warm te laten lopen voor een museum. Echter, als het lukt om jongeren eens in de zoveel tijd over de museumdrempel te krijgen met een leuke tentoonstelling of evenement, dan doe je het als museum al heel goed."

Ook voor de reguliere bezoeker van het Maritiem Museum is de tentoonstelling 'I love de Maas' boeiend. Mensinga: "Ik denk dat alle bezoekers een warm gevoel krijgen als ze zien hoeveel jong creatief talent er in Rotterdam rondloopt en met hoeveel enthousiasme en inzet er aan deze tentoonstelling is gewerkt."



MARMER EN GOUDEN KRANEN

Wist u dat Nederlanders aan het interieur van de 'Titanic' meewerkten? Waarom laten de rijken der aarde juist in Nederland hun privéjacht bouwen?

Wat zijn enkele van de meest exorbitant luxe elementen aan boord van superjachten? En zeg eens eerlijk: zou u daar ook niet eens naar binnen willen gluren?

Ontdek het antwoord op deze vragen op de tentoonstelling 'Glamour op de golven', die eind maart open. Voor één keer kunt u rondkijken in het superjacht 'Wedge Too', van de Koninklijke luxe proeven aan boord van het privéjacht 'Piet Hein' van prinses Juliana en de weelde ervaren in de eersteklasse hutten van de 'Titanic'. Buitengewoon luxe schepen uit heden en verleden, waar stuk voor stuk Nederlandse vaklui aan hebben meegewerkt. De Nederlandse luxe jachtbouw behoort tot de top tien in de wereld en houdt de naam hoog. De allerbeste vaklieden, het duurste materialen, topontwerpers op interieurgebied. Zo is Feadship - First Export Association of Dutch Shipbuilders – één van de meest vooraanstaande namen in de wereld van de custom-made privéjachten, zeker in Amerika. Het luxe jacht 'Wedge Too' is door Feadship gebouwd. Het bevat maar liefst 32 verblijven, waaronder 19 slaapkamers en 10 badkamers die allemaal ingericht



C AND SS TITANIC

LUXE CABIN DUTCH RENAISSANCE

zijn met marmeren wanden en wastafels. Zelfs een achtpersoons whirlpool aan dek ontbreekt niet. De wereldberoemde ontwerper Philippe Starck heeft het scheepsinterieur vormgegeven. Hij koos hierbij voor een 'simpele klassieke stijl', zoals hij zelf noemt: hout, wit marmer en witte plafonds. En vervolgens vulde hij de ruimtes met een onwaarschijnlijke variëteit van verrassende ontwerpen van tafels, spiegels, stoelen met rijk gekleurde stoffen en stoelpoten met hoge hakken. Dit in combinatie met het vakmanschap van de Nederlandse scheepsbouwers leverde een uniek resultaat op. De Koninklijke Nederlandse Meubelfabriek H.P. Mutters & Zoon mag in het rijtje van top interieurbouwers zeker niet ontbreken. Deze fabriek werd aangetrokken om als enige buitenlander mee te werken aan het interieur van de wereldbegaande 'Titanic'. Het was het eerste schip ooit met een zwembad, Turkse baden, squashbanen én een

fitnessruimte aan boord. Het Haagse bedrijf ontwierp de interieurs van 24 luxe eersteklasse hutten, meubels voor de eersteklasse ontvangstruimtes, het Veranda Café en Palm Court, de eersteklasse rooksalon en de privédekken van de luxe hutten. De kwaliteitsstandaard van de meubelfabriek is in die dagen ongekend hoog, de ontwerpstyl grotendeels klassiek. Zes generaties Mutters – allen Herman Pieter genaamd – zorgen gedurende bijna twee eeuwen voor de faam van de meubelfabriek en als ontwerp bureau. Handgemaakte houten meubels, exclusieve stofferingen, lambrisering en kunstschilderwerk: Mutters kan het allemaal. In de werkplaatsen te Den Haag kwamen de fraaiste ontwerpen tot leven door het ambachtelijk werk van de vakmensen. De kabinetmakers vervaardigden met nauwelijks meer dan een schaaf en draaibank prachtige kasten en tafels en de aparte 'stoelmakerij' zorgde voor het zitmeubilair.



Nederlandse scheepsbouwers

Het Nederlandse Feadship, gevestigd te Haarlem, (First Export Association of Dutch Shipbuilders) is wereldwijd de belangrijkste ontwerper en bouwer van luxe motorjachten. Deze samenwerking van scheepswerven Royal van Lent en Koninklijke De Vries Scheepsbouw, en maritiem architectenbureau De Voogt Naval Architects maakt hoogwaardige superjachten van 35 meter tot meer dan 80 meter.

Koninklijke Nederlandse Meubelfabriek H.P. Mutters & Zoon werd opgericht in 1795 en was gevestigd te Den Haag. Op zijn hoogtepunt had het zo'n 200 medewerkers in dienst. Het bedrijf voorzag meer dan 200 cruiseschepen van betimmering en leverde onder

andere 25 hutten voor de 'Titanic'.

Begin jaren 70 neemt **De Klerk Binnenbouw B.V.** (Nieuwerkerk aan den IJssel), opgericht in 1873 en vanaf 1968 actief in de betimmering van onder andere cruise- en ferryschepen, de Koninklijke Meubelfabriek H.P. Mutters & Zoon over. In 1978 komt het bedrijf in contact met Feadship, waarmee een nieuwe periode wordt ingeluid.

Royal Huisman Shipyard te Vollenhove is de 'world leading' jachtwerf voor 'custom built' zeil- en motorjachten, opgericht in 1884. Sinds 1984 voert Huisman het predicaat 'koninklijk'.



De stoffeerderij en het naaiatelier maakten handmatig en met behulp van moderne trapnaaimachines vol liefde de meest luxe stoffen en bekledingen die de interieurs van de statige schepen sierden.

Een moderner voorbeeld is het luxe interieur van het cruiseschip 'Rotterdam', mede het werk van beroemde Nederlandse ontwerpers als H.A. Maaskant, C. Elffers, en C.J. Engelen. Het interieur wordt gekenmerkt door tot de verbeelding sprekende luxe; sensationele tapijten en meubels, expressieve schilderijen, kleurrijke mozaïeken, kostbare beelden en spectaculaire glaskunst van ruim 30 gerenommeerde kunstenaars sieren het schip. Het resultaat mag er zijn: de 'Rotterdam' is in elke ruimte weer anders en toont strakke, abstracte en modernistische interieurs naast barokke en expressieve ruimtes.

Deze tentoonstelling laat zien dat luxe scheepsinterieurs niet vanzelfsprekend of gewoon zijn, maar dat daar heel

veel – Nederlands – handwerk en vakmanschap in zit. Daarnaast mogen de saillante details natuurlijk niet ontbreken. Wat zijn dan enkele van de meer bizarre elementen aan boord? John Staluppi, eigenaar van de supersnelle 'Octopussy', liet bijvoorbeeld een speciaal luik onder zijn bed maken voor zijn geweer. En in een jacht dat twee keer zo groot is als het gemiddelde appartement kan men de tv in de kast laten zakken om daar vervolgens een schilderij uit omhoog te laten komen... om ruimte te besparen.


Één ding waar de tentoonstellersmakers niet achtergekomen zijn, zijn de bedragen die met de bouw van dergelijke privéjachten gemoeid zijn: voor de scheepsbouwers een onbespreekbaar onderwerp. Hebben deze jachten nou ook écht de spreekwoordelijke gouden kranen en sprinklers? Het antwoord is te vinden op de tentoonstelling 'Glamour op de Golven'.



DE CANONITUS HEERST!

Het is slecht gesteld met de kennis van de vaderlandse geschiedenis onder Nederlanders. Dat blijkt uit de gepubliceerde Geschiedenismonitor van de Volkskrant, het Historisch Nieuwsblad en het tv-programma *Andere Tijden*. Slechts 54% van de Nederlanders kan vertellen welke eeuw bekend staat als de Gouden Eeuw. Nog minder Nederlanders zullen zich realiseren dat de scheepvaart een essentiële rol speelde in de Gouden Eeuw en in de gehele ontwikkeling van ons land.

De geschiedenis van de scheepvaart ligt ten grondslag aan de maatschappelijke en economische ontwikkeling van ons land. Het Maritiem Museum koestert dit maritieme erfgoed en stelt zich ten doel deze over te dragen aan een breed publiek en toekomstige generaties, en in het bijzonder via het onderwijs. Vanuit deze missie initieerde Jeroen ter Brugge, Hoofd Collecties van het museum, geheel volgens de formule van de 'Canon van Nederland' de samenstelling van de 'Maritieme Canon': een overzicht van 50 kenmerkende thema's in de Nederlandse maritieme geschiedenis van de prehistorie tot nu. Onder leiding van Ter Brugge stelde een commissie van maritiem-historici, hoogleraren van de Universiteit Leiden, Vrije Universiteit, Erasmus Universiteit en de Zuid Deense Universiteit, en het Nederlands Scheepvaartmuseum Amsterdam de 'Maritieme Canon' samen.



Prof. dr. James Kennedy

tijdens het inhoudelijke debat.

Magazine

Ook Vrienden, historici, canonicritici en de onderwijswereld hebben hun steentje bijgedragen aan de samenstelling van de 'Maritieme Canon'. Tijdens een inhoudelijk debat, dat eind oktober 2008 werd gehouden in het Maritiem Museum, legden zij de Maritieme Canoncommissie het vuur aan de schenen. Zij pleitten voor een betere vertegenwoordiging van de binnenvaart, scheepsbouw en de handelsvaart. Maar ook de onmiskenbare rol van de dames van lichte zeden voor de zeelieden mocht volgens hen in dit overzicht van de Nederlandse maritieme geschiedenis niet ontbreken. Onder leiding van prof. dr. James Kennedy, Amerikaanse geschiedkundige en momenteel hoogleraar in de geschiedenis van Nederland aan de universiteit van Amsterdam, vroeg het publiek zich af hoe de selectie van de 50 thema's tot stand is gekomen. "Nederlanders houden niet van keuzes, want als je voor het een kiest, laat

je het ander onbelicht. De maritieme geschiedenis van Nederland willen samenvatten in 50 thema's lijkt daarom een utopie," aldus Kennedy. De commissie heeft zich na dit debat en de vele reacties die ook per e-mail volgden, beraad op het commentaar, de aanvullingen en benodigde wijzigingen en heeft de 'Maritieme Canon' vervolgens vastgesteld.

Vanaf 26 juni presenteert het Maritiem Museum een tentoonstelling die gebaseerd is op deze canon, waarna ook een publicatie van de Maritieme Canon volgt, die in de boekhandel te koop zal zijn. Bovendien gaat er een interactieve website live met onder andere een forum en ruimte voor aanvullingen door de websitebezoeker.



EEN NIEUWE MANIER VAN VERZAMELEN

Het Maritiem Museum heeft een nieuw Collectiebeleidsplan. Daarin beschrijft het wat het niet, maar vooral ook wat het wél wil verzamelen. Er zijn enkele opvallende verschillen aan te wijzen met het oude plan, dat tot 2007 liep; verschillen die flinke gevolgen hebben voor het verzamelen, de huidige collectie en de werkwijze van de conservatoren.



'Saipem 7000'

Magazine

Dat het nieuwe collectiebeidsplan tot 2020 loopt, betekent niet dat het een statisch stuk is. Iedere drie jaar worden er speerpuntplannen gemaakt, waarin wordt aangegeven waar we ons op richten in het actieve verzamelbeleid. De thema's voor deze speerpuntplannen worden door de specialisten op dit gebied, de conservatoren onder leiding van hoofd collecties Jeroen ter Brugge, bepaald.

Er zijn eigenlijk drie grote veranderingen aan te wijzen. Twee daarvan betreffen wetenschappelijk onderzoek en de toekomstige rol van de bibliotheek, waarover in een volgende editie van het Magazine meer. Nu beperken we ons tot de verzameling van het museum. Wist u trouwens dat die internationaal, samen met de collecties van het Nederlands Scheepvaartmuseum Amsterdam en het National Maritime Museum te Greenwich, tot de top

drie van de wereld gerekend wordt? Maar dat terzijde. Het grote verschil met voorheen, eigenlijk gerekend vanaf de oprichting van het museum, dit voorjaar precies 135 jaar geleden, is dat niet langer verzameld wordt om lacunes in de verzameling op te vullen zoals een postzegelverzamelaar dat doet. Er gaat verzameld worden om verhalen te kunnen vertellen. Verhalen over de ontwikkeling van de Nederlandse maritieme wereld, door de eeuwen heen.

Dat gebeurt niet uit de losse pols. De tien hoofdlijnen van de door het Maritiem Museum ontwikkelde 'Maritieme Canon' vormen het brede raamwerk van dit beleid. We kijken dus niet meer wat we wel of niet binnen, bijvoorbeeld, de collectie schilderijen, scheepsmodellen, of cartografie hebben, maar wat we per thema hebben of missen, dwars door de verschillende deelcollecties heen.



Dat is een logischer manier van verzamelen, omdat een museum tentoonstellingen maakt en deze nu eenmaal meestal over thema's en niet over deelcollecties gaan.

Twee voorbeelden van recent aangekochte schilderijen, eentje van de zeventiende eeuwse Abraham De Verwer en een van de Rotterdamse kunstenaar Sasja Hagens (1973), maken een en ander wellicht duidelijk. Zeventiende eeuwse scheepsbouw was in onze collectie een onderbelicht thema. Scheepsbouwschilderijen zijn in het algemeen gesproken uiterst zeldzaam. Het paneel van Abraham de Verwer uit 1631 laat de werkzaamheden op de werf zien: op de voorgrond wordt geteerd, daarachter sjouwt men balken naar een flink koopvaardijship in aanbouw en links in de hoek ligt een waterschip op de langshelling ter reparatie. Dit schilderij vertelt gedetailleerd over de inrichting van een nieuwbouw- en

reparatiewerf. Een prachtige aanwinst; een verhaal in olieverf.

Niet omdat het een acrylschilderij betreft, maar wel omdat het een eigentijds verhaal over de offshore-industrie vertelt in een pakkende setting, is de reden geweest voor de aankoop van het grote schilderij 'Saipem 7000' van Sasja Hagens. De collectie met betrekking tot de offshore industrie is hier en daar gedateerd. Recente ontwikkelingen zijn ondervertegenwoordigd. Thematisch gedacht is het dus een logische aankoop.

Binnen de thema's wordt er nu, dwars door meerdere deelcollecties heen, gekeken wat we hebben en of dat voldoende is. Dat houdt ook in dat de conservatoren zich niet alleen in hun eentje met deelcollecties in hun persoonlijke takenpakket bezighouden, maar gezamenlijk als conservatorenteam binnen een thema samenwerken.

Scheepswerfschilderij van de Amsterdamse schilder Abraham de Verwer (1585-1650). Dit unieke schilderij is voor een groot deel bekostigd door een legaat uit de nalatenschap van mevrouw C. Zegers te Rotterdam en bijdragen van o.a. de stichting Bevordering van Volkskracht, het Elise Mathilde Fonds en het Instituut voor Scheepvaart en Scheepsbouw (NISS).

Het Maritiem Museum heeft een historisch gegroeide collectie, die ook de historie van het museum vertelt. Nu gaan we kijken of er dubbelingen zijn en of een bepaalde deelcollectie wellicht beter in een ander museum past. Daarom is ook een hoofdstuk ontzamen in het plan opgenomen, waarin beschreven wordt hoe objecten, die niet meer in de collectie passen, actief afgestoten worden. Als richtlijn wordt de 'Leidraad voor het afstoten van museale objecten' (of: Lamo) van het 'Instituut Collectie Nederland' gehanteerd, waarbij het uitgangspunt is, dat een object de bestemming krijgt die er het beste bij aansluit.

Een belangrijk doel van een collectie is deze aan het publiek te tonen, maar dat betekent niet dat het de rest van de tijd nutteloos in het depot staat. Voor mensen binnen en buiten het museum zijn de objecten belangrijk

studiemateriaal en een bron van historische kennis. De collectie die het Maritiem Museum beheert, staat niet op zich. Zo heeft het Nederlands Scheepvaartmuseum Amsterdam een parallelle collectie. Het is belangrijk daarmee te vergelijken en dwarsverbanden te leggen. Uiteindelijk moet dit resulteren in een wetenschapsbeleid, waarvan we dit jaar de mogelijkheden verder onderzoeken. Een recentelijk voorbeeld is het natuurwetenschappelijk en historisch onderzoek naar het wereldberoemde Mataró-model. Daardoor zijn wij meer te weten gekomen over onder andere het materiaalgebruik, de ouderdom en de vaareigenschappen van het model; kennis die in de permanente tentoonstelling gedeeld wordt met het publiek.



maritiem museum backstage

OUDSTE SCHEEPSMODEL BIJNA EEUW OUDER DAN GEDACHT

Het Mataró-model is hét topstuk uit de collectie van het Maritiem Museum Rotterdam. Wat maakt dit wereldberoemde scheepsmodel, dat vermoedelijk een kapel sierde in het Catalaanse Mataró, zo bijzonder? “Het Mataró-model dateert uit het begin van 15de eeuw en is daarmee veruit het oudste scheepsmodel van West-Europa”, vertelt Jeroen ter Brugge. “Door zijn driedimensionale vorm vertelt het meer dan een tekening of schilderij ooit zal kunnen. Je kunt het model daarom zien als een tijds capsule; het verschaft zeer waardevolle inzichten in de scheepsbouw van de late middeleeuwen.”

Het onderzoek van de afgelopen jaren naar de betekenis en herkomst van het Mataró-model is uniek. Het gebeurt zelden dat een museumstuk aan zulk diepgaand natuurwetenschappelijk onderzoek onderworpen wordt. Om de ouderdom te bepalen is de zogenaamde ‘C14 methode’ toegepast die is gebaseerd op de aanwezigheid van koolstof in levend materiaal. Ter Brugge: “Een onderdeel van koolstof is het C14-isotoop, dat radioactief is en waarvan de hoeveelheid afneemt zodra het te onderzoeken materiaal afsterft. Op basis van de hoeveelheid radioactiviteit kunnen we daarom berekenen hoe oud een voorwerp ongeveer is. In het museum is heel voorzichtig een heel klein stukje hout – net groot genoeg voor een betrouwbare meting - uit de kielbalk geboord. Na onderzoek is het model tussen 1388 en 1449 gedateerd, bijna een eeuw ouder dan eerder werd aangenomen. Deze datering is natuurlijk niet absoluut,



al is het alleen al omdat het model - lang nadat de oorspronkelijke boom geveld is - gebouwd kan zijn. Maar met enige voorzichtigheid kunnen we aannemen dat het model vroeg 15de-eeuws is.”

De ouderdom is maar een van de geheimen die het model in onderzoek prijs gaf. Er is bijvoorbeeld langere tijd gedacht dat het Mataró-model gebouwd is van kurkeik. Tijdens specialistisch houtonderzoek zijn op verschillende plaatsen flinterdunne plakjes hout van het model afgesneden. Kurkeik is niet aangetroffen, maar wel moerbeï, wilg, grove den en populier. Deze eerste soort komt juist veel voor in het Middellandse zeegebied. Langzaam worden alle geheimen van het Mataró-model ontrafeld. “Het interessante is dat elke oplossing weer nieuwe onderzoeksvragen oplevert” aldus Ter Brugge. Die zijn van dusdanig belang dat het museum elk jaar geld

vrij maakt in de begroting om nieuwe onderzoeken te bekostigen.

Het Mataró-model heeft weer een vaste plaats in het museum. Het staat op een mooie en opvallende plek in een geklimatiseerde vitrine. Het Mataró-model is niet alleen bijzonder en van internationaal belang, het staat ook symbool als vertrekpunt voor de grote en belangwekkende collectie scheepsmodellen. Bezoekers die meer willen weten, kunnen terecht op een digitaal scherm waar dieper op de achtergronden van het model en de resultaten van het onderzoek wordt ingaan. Ter Brugge: “Met de terugkeer in het museum krijgt het Mataró-model weer de aandacht die het verdient.”

KAPLAARZEN SYMBOOL VOOR ROTTERDAM

De winnende inzending van de kunstwedstrijd 'I love de Maas' is het paar beschilderde kaplaarzen van de 23-jarige Debby Bosman, student illustratie aan de Willem de Kooning Academie. "Kaplaarzen associeer ik met hardwerkende havenarbeiders en met water. Twee dingen die voor mij symbool staan voor het Rotterdam van vroeger en nu", vertelt Bosman over haar inzending. "De vrolijke tekeningen staan voor de Rotterdamse jeugd die toch de toekomst heeft."

Toen ze van het project hoorde wist ze meteen dat ze mee wilde doen én dat ze een paar kleurrijk beschilderde laarzen ging maken met typisch Rotterdamse uitspraken en beelden erop. Bosman: "Rotterdam roept bij veel mensen negatieve associaties op; oorlog, bombardement en criminaliteit. Ik wilde met deze vrolijke laarzen bewust de positieve kant van Rotterdam laten zien. Debby is zelf geboren en getogen in Rotterdam en is een Feyenoordfan in hart en nieren. Elementen uit het clublied zoals 'Hand in hand kameraden' en de wapenspreuk van Rotterdam 'Sterker door strijd' die de strijd tegen het water symboliseert, ontbreken dan ook niet op haar gedetailleerd beschilderde kunstwerk. "Het zijn uitspraken uit vroegere tijden, maar ik wil laten zien dat ze ook vandaag de dag nog actueel zijn."

Net als bij vele andere deelnemers van 'I love de Maas' is ook Debby door een 'ambassadeur' van het project over de streep gehaald om mee te doen. "Via een poster op school was ik al op de hoogte, maar een van de leraren op school gaf net even het laatste zetje. Ook de medewerking de kunstenaar Luuk Bode vond ik een interessant gegeven." Debby is niet van tevoren gaan kijken naar het kunstwerk dat hij voor de tentoonstelling maakte. "Ik wilde me niet laten afleiden door zijn idee en vormgeving en vooral niet iets maken wat de jury sowieso leuk vindt, maar mijn eigen pad bewandelen".

"In eerste instantie schatte ik mijn kansen niet zo hoog in, want ik zag hele goede kunstwerken van andere deelnemers. Om het winnen van hoofdprijs ging het Debby in eerste instantie ook zeker niet. "Ik vond het leuk om eindelijk iets te maken dat echt Rotterdams is en het is natuurlijk te gek dat ik mijn werk kan exposeren in een museum." Mocht het museum volgend jaar weer een kunstwedstrijd voor jongeren organiseren, dan doet ze zeker weer mee. "Ik denk dat er dan nog veel meer jongeren meedoen die dit jaar nog even de kat uit de boom gekeken hebben, maar achteraf spijt hebben dat ze niet hebben meegedaan."

'Rotterdam sterker door strijd'

door Debby Bosman (23 jaar)

Oordeel van de vakjury: De kaplaarzen zijn een treffend symbool voor Rotterdam als werkstad aan de rivier de Maas. Zeer geslaagd is de wisselwerking tussen de oer-Hollandse kaplaarzen en de hedendaagse tekenstijl. Het idee is erg origineel en professioneel uitgevoerd, waardoor het een werk is dat bij iedereen direct in het oog springt.





Elsa de Winter

Arie Aalbers (l) en voorzitter van de Vrienden Vereniging René Eichelsheim (r) in het museumdepot tijdens de welkomstborrel voor nieuwe Vrienden begin 2009. Naar aanleiding van de ledenwervingsactie uit de novembereditie van het Maritiem Museum Magazine werd speciaal voor introducés een exclusieve 'VIP' avond georganiseerd. Zij werden met een hapje en een drankje gefêteerd in de expositie MainPort Live, geïntroduceerd in de wereld van de Vrienden en kregen een unieke rondleiding door het depot van Frits Loomeijer en Jeroen ter Brugge. We hebben mede door deze avond de afgelopen maanden 35 nieuwe Vrienden mogen verwelkomen, een trend die we het komende jaar hopen voort te mogen zetten.

DE KOMENDE VROU

Niet dat Arie Aalbers het na drie termijnen welletjes vindt, maar statutair moet hij nu eenmaal vertrekken; zijn tijd als bestuurslid van de Vereniging van Vrienden van het Maritiem Museum zit er op. Zijn enthousiaste opvolgster is Elsa de Winter, opgegroeid aan de waterkant en door en door bekend met de Rotterdamse maritieme wereld.

Als klein meisje ging ze al met school naar het Maritiem Museum Prins Hendrik, zoals het toen nog heette, aan het Burgemeester 's Jacobplein. Ze woonde aan de Rijdsdijk, het grensgebied tussen Rotterdam en Rhoon. Toen daar de Eemhaven gegraven werd, moest het gezin De Winter verhuizen. "Verschrikkelijk vond ik dat", vertelt ze. Aalbers begint instemmend te knikken wanneer hij dat hoort. "Goh, daar woonde een neefje van mij. Ja, de aanleg van de Eemhaven herinner ik me ook nog heel goed. Ik ging trouwens ook als klein jongetje al naar het Maritiem Museum. Wij woonden op de Heyplaat. Voor een dubbeltje ging ik met het heen-en-weer-bootje naar de stad en vervolgens liep ik dan naar het Burgemeester 's Jacobplein. Ik werd vooral getrokken door de contemporaine techniek in de vleugel die door het NISS (Nationaal Instituut voor Scheepvaart en Scheepsbouw) was ingericht. Geweldig vond ik dat."



Sindsdien zijn de tijden behoorlijk veranderd. Het NISS heeft zijn collectie aan het Maritiem Museum geschonken en is nu een maritiem fonds. Arie Aalbers, die ooit als vrijetijdskapitein in vrijwilligersdienst van het Maritiem Museum kwam, neemt nu afscheid als bestuurder. Hij vervolgt zijn verhaal: “De stoomsleepboot Dockyard II kwam als museumschip in beheer van het Maritiem Museum. Later is de vloot overgegaan naar het Havenmuseum. Ik had wat met die boot, want mijn vader was er jaren kapitein op geweest. Maar goed, op die manier kwam ik in aanraking met de Vereniging van Vrienden. Vele jaren later werd ik gevraagd om Sjoerd Hengst op te volgen als lid van het algemeen bestuur. Ik was toen hoogleraar maritieme techniek geworden aan de TU Delft en trad, als vertegenwoordiger van de TU in het bestuur, in de voetsporen van Hengst. Na de bestuurlijke reorganisatie van de Vrienden, een paar jaar geleden, ben

ik toegetreden tot het nieuwe, verkleinde bestuur.”
Wat zou je Elsa de Winter mee willen geven als jouw opvolger? “Ach, ieder doet het op zijn eigen manier, maar ik zou het toch erg goed vinden wanneer er blijvend affiniteit met de maritieme techniek in het Vriendenbestuur te vinden is en daarmee in het museum”, antwoordt Arie Aalbers.

Is Elsa de Winter een maritiem-technische dame? “Maritiem zeker, maar technisch...?” lacht ze. Elsa ziet vooral een rol voor zichzelf weggelegd in het benaderen van nieuwe doelgroepen voor het museum en het toegankelijker te maken voor een breed publiek. “Het museum is niet uitsluitend voor ‘maritimo’s’. Het Maritiem Museum is zoveel meer dan een verzameling scheepsmodellen en is dit oude imago inmiddels ver vooruit. Het is een dynamisch museum met een lage

drempel dat bovendien onlosmakelijk verbonden is met de stad Rotterdam. De collectie wordt op een goede manier toegankelijk gemaakt voor de leek. Daarmee is het een museum voor iedereen.” De verschuiving van bestuur lijkt daarmee de daadwerkelijke problematiek van het museum te weerspiegelen. Zonder deze ‘maritimo’s’ uit het oog te verliezen, wordt er immers aangestuurd op een brede doelgroepprogrammering met als doel een breed publiek aan te trekken.

Hoe kijkt Arie terug op de drie afgelopen bestuurstermijnen? “Ik heb vele activiteiten van de vereniging en het museum meegemaakt, maar de presentatie van de Corpus Christi kaarten was voor mij het absolute hoogtepunt”, mijmert Aalbers. Het spanningsveld tussen de vereniging en het bestuur van het museum heb ik de afgelopen jaren als plezierig ervaren; we hebben elkaar weten te versterken en dat is een mooie gedachte. Ik blijf natuurlijk betrokken bij het museum, maar ik draag het stokje met een gerust hart over – verlies alleen die contemporaine techniek niet uit het oog”, haast hij zich nogmaals te zeggen.

Elsa is welbekend in de maritieme wereld maar voor wie haar niet kent, stellen we haar toch nog graag even voor. Ze is steun en toeverlaat van het bestuur van de Koninklijke Roei- en Zeilvereniging de Maas

in Rotterdam, waar zij activiteiten voor de leden organiseert en het secretariaat runt. Naast deze baan is zij directiesecretaris bij Stadsherstel Historisch Rotterdam, waar zij onder andere de financiën, aandelenemissies en public relations in haar portefeuille heeft. Zij is tot voor kort 11 jaar penningmeester geweest in het bestuur van Stichting Veerhaven Rotterdam en zet zich nu, met anderen, in als fundraiser voor de scholingskosten van arts-assistenten ten behoeve van kankeronderzoek. Toch zag ze naast deze werkzaamheden nog voldoende tijd in haar agenda om directeur Frits Loomeijer tijdens de opening van de tentoonstelling Macht & Glorie aan te bieden of ze wellicht iets voor het museum kon betekenen. En zo geschiedde.

Meer weten over de Vrienden
van het Maritiem Museum?
Zie www.maritiemmuseum.nl

"Magazine" is een uitgave van
het Maritiem Museum Rotterdam en
de Vereniging Vrienden van
het Maritiem Museum Rotterdam.

Redactie:
Maritiem Museum Rotterdam
Vormgeving:
Maritiem Museum Rotterdam
Fotografie:
Fred Ernst, Jean Korff

Redactieadres:
Postbus 988,
3000 AZ Rotterdam
Tel. (010) 413 26 80

E-mail:
voorlichting@maritiemmuseum.nl

ISSN 1877-3486

