

“Mensen willen als ze thuiskomen een verhaal te vertellen hebben”

Charlotte Zwemmer

De leden van de ANWB verkozen het Zuiderzeemuseum in 2011 tot ‘Leukste uitje van Noord-Holland’. Een gesprek met Guido van Woerkom, directeur van de ANWB.



Guido van Woerkom



Sinds wanneer houdt de ANWB de verkiezing van het 'Leukste uitje'?

“We hebben altijd wel gepeild naar de mening van onze leden, maar nu hebben we er voor het eerst een prijsvraag aan gekoppeld. Op basis van de voorkeur van de leden hebben we het leukste uitje per provincie en later het leukste uitje van het land gekozen. Daarvoor hadden we wel allerlei contacten, maar dat was minder gestructureerd. Nu hebben we het voor het eerst met een prijsvraag gestructureerd onderzocht.”

Waarom kiest de ANWB om hier een podium voor te zijn?

“We merkten een stijgende behoefte aan een antwoord op de vraag: wat gaan we vandaag doen? Mensen willen op ideeën gebracht worden en daarin een goede keuze maken. Het is onze taak als ANWB om onze leden daarbij te helpen. Onze officiële naam is: Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB. Dat toerisme, die recreatie, dat zit er al in. We moeten daar ook aandacht aan besteden. We leven in een tijd van social media, die het mogelijk maken dat mensen hun mening kenbaar maken. Autoriteiten hebben niet langer het alleenrecht op kennis en inzicht. Daarom zeggen wij: gebruik die input van de leden om ze met elkaar in contact te brengen. Dat kan door middel van die aanbevelingen voor een leuk uitje. De respons van de leden was heel positief. Je ziet dat terug op de website Land van ANWB: dat is een van de meest populaire websites geworden voor de oriëntatie van vrijetijdsbesteding. We staan nummer twee en we hebben de ambitie om nummer één te worden!”



Waarom denkt u dat het Zuiderzeemuseum de prijs van ‘Leukste uitje van Noord-Holland’ gewonnen heeft?

“Als je iets wilt doen in Noord-Holland, dan is er alle reden om naar Enkhuizen te gaan. Leden schreven dat ze het echt de moeite waard vonden, dat ze het leuk vonden. Het Zuiderzeemuseum is echt op de goede weg: het is verrassend, spannend, fris, eigentijds. Het maakt het verleden op een eigentijdse manier zichtbaar. De combinatie van doen en beleven, zien en herkennen, dat blijven mensen leuk vinden. Dat is voor alle groepen natuurlijk anders. Ouderen grijpen terug naar de herkenning van het verleden, naar iets wat ze zelf al hebben meegemaakt. Jongeren willen graag iets doen, die beleven het op die manier. Dat biedt het Zuiderzeemuseum en daar moet het in blijven investeren. Daarnaast is het belangrijk dat het museum in zijn totaliteit voor het gebied opkomt, zodat mensen die in de regio zijn, makkelijk denken: ‘Kom, we gaan even naar het Zuiderzeemuseum’. De volgende stap is dat de regio op zichzelf zo sterk is dat je mensen ernaartoe trekt en dat die vervolgens een bezoek brengen aan het Zuiderzeemuseum.”

Ziet u het bezoek aan musea groeien in de toekomst?

18 “De sector zelf kan ervoor zorgen dat er een positief gevoel is rond museumbezoek. De bioscopen trokken vorig jaar een recordaantal bezoekers, onder andere door de hoge kwaliteit van de films en de komst van 3D. Daar merk je dat een afkalvende sector zich dankzij product vernieuwing kan heruitvinden. We zien ook dat de tweede of derde vakantie onder druk staat. In plaats van een reis naar het buitenland willen mensen iets leuks in Nederland doen, maar de platte recreatie is een beetje uit. Dat zie je ook in de vakanties, waar Spanje en Griekenland het moeilijk hebben. Als het alleen maar strand is, vinden mensen het niet meer leuk. Vroeger was dat meer, maar nu moet er iets te doen zijn. Die trend zet zich nog wel even door. Daarom is het interessant om als gebied iets te doen. Mensen vinden het prima om een huisje te huren in Bergen, maar als er verder niets te doen is, dan gaan ze er niet meer naartoe. Daarom moet het museum partnerships sluiten met activiteiten in de omgeving en zijn maatschappelijke rol in West-Friesland laten zien.”

Wat is de reden om kinderen als ‘museuminspecteur’ op pad te sturen?

“Enerzijds zijn kinderen voor een heleboel mensen de reden om ergens naartoe te gaan. Je wilt ze als ouder iets meegeven. Anderzijds vinden wij het belangrijk dat kinderen op jonge leeftijd waardering krijgen voor het verleden. Voor musea is het interessant om op structurele wijze in contact te komen met kinderen. De museuminspecteurs zijn een makkelijke manier om de ogen van je toekomstige bezoekers aangereikt te krijgen. We realiseren ons niet altijd hoe kinderen naar dingen kijken. Om toekomstkansen te hebben, moet een museum altijd aansluiting bij jongeren blijven vinden. Er zijn maar een paar musea voor wie dat automatisch geldt. De *Nachtwacht* werkt generaties door en zal over vijftig jaar ook nog wel bezoekers trekken. Maar dat geldt niet voor alle musea die er nu zijn. Die moeten het toch hebben van hearsay en een leuk, actueel aanbod. Daarom moet een museum zich in toenemende mate afvragen wat mensen en jongeren willen.“

Welke tip geeft u mee aan musea in het algemeen en het Zuiderzeemuseum in het bijzonder?

“Veel musea ontwikkelen al een actiever aanbod van hun collectie. Daar moeten ze vooral mee doorgaan: goed luisteren naar wat mensen interessant vinden, niet alleen denken vanuit het eigen perspectief en proberen relevant te zijn. Mensen willen als ze thuis komen een verhaal te vertellen hebben. Ze willen met andere mensen bespreken wat ze meegemaakt hebben. Dat vinden mensen leuk en boeiend. Dat kun je doortrekken naar het hele gebied: wat wil de regio vertellen? Kun je als museum een onderdeel van de regio zijn en een deel van het verhaal invullen? Die ontwikkeling in museumland is nu gaande en daar heeft het Zuiderzeemuseum met zijn prachtige historie zeker een mooie bijdrage aan te leveren. Dat geldt ook voor andere musea. Ga in dat soort nieuwe dingen mee, experimenteer daarmee en zoek samenwerking. Over de gehele linie zou ik zeggen: ga zo door, onze leden komen er graag.”

