

Rijksmuseum van Oudheden

€ **2.758.878**

geadviseerd
subsidiebedrag

€ **3.929.531**

gevraagd
subsidiebedrag

Stichting Rijksmuseum van Oudheden (hierna: RMO) beheert circa 180.000 objecten uit de oudheid en de archeologie. De vier verzamelgebieden zijn Egypte, klassieke oudheid, Oude Nabije Oosten en Nederland. Het RMO is het grootste oudheidkundige museum in Nederland.

Het museum profileert zich als het centrale podium in Nederland voor de presentatie van de archeologie en de oudheid, ook buiten de muren van het museum. Het zoekt verbinding met (inter)nationale musea en culturele instellingen, werkt multidisciplinair en onderhoudt contacten met de veldarcheologie, om met dit samenspel van factoren nieuwe en bestaande doelgroepen te bedienen. Het museum profileert zich ook als leeromgeving. Het wil vanuit de wetenschappelijke kennis over culturen uit de oudheid en de archeologie reflecteren op de actualiteit en omgekeerd.

De aanvraag is gebaseerd op artikel 3.26 van de Subsidieregeling culturele basisinfrastructuur 2017 – 2020.

Subsidieadvies

De Raad voor Cultuur adviseert Stichting Rijksmuseum van Oudheden een subsidiebedrag toe te kennen van € 2.758.878, op voorwaarde dat de instelling een aangepaste, sluitende begroting indient met een daarop aangepast activiteitenplan. Dit bedrag is conform de indeling in categorie 2.

Het RMO heeft zich de afgelopen jaren goed geprofileerd als podium van de oudheid en archeologie. Het heeft aantrekkelijke tentoonstellingen georganiseerd en daarmee veel publiek weten te bereiken. Het activiteitenplan voor de komende periode toont veel ambitie. Het museum richt zich niet alleen op het samenstellen van populaire tentoonstellingen, maar blijft ook oog houden voor de meer specifieke programmering. De raad is positief over het verbinden van de collectie met de actualiteit, met name op het gebied van vluchtelingenstromen en op het gebied van de vernietiging van erfgoed. Wel kan het museum meer doen om het archeologische veld in Nederland te betrekken bij zijn activiteiten. Het educatieprogramma is veelbelovend en richt zich op vrijwel alle vormen van onderwijs. De plannen voor publieksbereik zijn wat aan de behoudende kant. Het museum hanteert een klassieke manier van ondernemen door in te zetten op het vermarkten van expertise.

Beoordeling

Kwaliteit

Het RMO is er de afgelopen jaren goed in geslaagd zich te profileren. Grote succesvolle blockbuster-tentoonstellingen hebben de naamsbekendheid van het museum vergroot en hebben veel bezoekers naar Leiden getrokken. Met name de tentoonstellingen 'Petra. Wonder in de woestijn' en 'Carthago' zijn in dit licht opgevallen.

De raad vindt het activiteitenplan van het RMO duidelijk en inzichtelijk. Het museum heeft drie hoofddoelen geformuleerd: centraal podium voor de presentatie van de archeologie en de oudheid; oudheid versus actualiteit en receptiegeschiedenis; functioneren als leeromgeving. Deze hoofddoelen keren allemaal terug in het tentoonstellingsprogramma.

De raad vindt de samenwerkingsverbanden die het museum omschrijft binnen de hoofddoelen goed uitgewerkt. Zo gaat het museum binnen het hoofddoel 'centraal podium' samenwerkingsrelaties aan met (archeologische) musea in het land op het gebied van bruikleen, onderzoek en publieke verantwoording. De raad is positief over de

verantwoordelijkheid die het museum hiermee neemt. Binnen het hoofddoel 'oudheid versus actualiteit en receptiegeschiedenis' springt de (voorgenomen) samenwerking met toneel-, opera- en muziekgezelschappen en conservatoria in het oog. De raad vindt deze vorm van interdisciplinariteit interessant, omdat het de collectie op een andere wijze toont. Binnen het hoofddoel 'functioneren als leeromgeving' is onder meer aandacht voor de wetenschappelijke functie van het RMO. De instelling werkt daarbij nauw samen met universiteiten en wetenschappelijke instellingen.

Het plan presenteert een goede mix van grote en kleine tentoonstellingen die voor brede en meer specifieke doelgroepen interessant zijn. De raad vindt het belangrijk dat het museum iedere tentoonstelling benadert vanuit de eigen collectie. Bij grote tentoonstellingen die vanuit het buitenland worden aangekocht, is het volgens de raad van belang dat de thematiek nauw aansluit bij de collectie van het museum. Ook hecht de raad eraan dat het museum objecten uit de eigen collectie in aangekochte tentoonstellingen opneemt, om zo een verbinding hiermee te leggen.

Het is de raad onvoldoende duidelijk hoe het Nederlandse, enigszins versnipperde, archeologische veld betrokken wordt bij het museum. Het RMO kan daarin een voortrekkersrol nemen om zo kennis en expertise bijeen te brengen.

Het museum wil vanuit de wetenschappelijke kennis over culturen uit de oudheid en de archeologie een bijdrage leveren aan het debat over hedendaagse kwesties als vluchtelingstromen en de vernietiging van erfgoed. De raad vindt deze plannen goed onderbouwd en inspirerend.

Educatie en participatie

Het RMO heeft in 2013 bijna 19.000, in 2014 bijna 23.000 en in 2015 ruim 15.000 leerlingen uit het primair en voortgezet onderwijs weten te bereiken. De komende periode maakt educatie deel uit van het hoofddoel 'functioneren als leeromgeving'. Het museum zet in op een bereik van 25.000 leerlingen uit het primair en voortgezet onderwijs en 6.000 studenten uit het hoger onderwijs. De raad waardeert het dat het museum programma's aanbiedt voor alle onderwijsniveaus, zowel binnen als buiten de museummuren. Het realiseren van een gipsatelier is passend en aansprekend in het educatieaanbod. De raad prijst het RMO voor de programma's ten behoeve van de profielkeuze over beroepen in het oude Egypte om leerlingen van roc's en het vmbo te bereiken. Ook het bijscholen van docenten (inclusief pabostudenten) vindt de raad een goed initiatief.

Maatschappelijke waarde

Publieksbereik

De raad is onder de indruk van de stijging van het aantal bezoekers in de afgelopen jaren, met als hoogtepunt 2014, waarin het museum bijna 208.000 bezoekers ontving. Eerder verwelkomde het museum ruim 142.000 bezoekers in 2012 en circa 173.000 bezoekers in 2013. In 2015 was het museum door een verbouwing slechts vijf maanden open en ontving het toch nog bijna 121.000 bezoekers. De koers die het museum vaart met het centraal stellen van antieke steden is interessant, omdat dat een brede publieksgroep aanspreekt. Een voorbeeld hiervan is de tentoonstelling 'Petra. Wonder in de woestijn'.

De komende periode zet het RMO in op jaarlijks 181.000 bezoekers, volgens de raad een realistisch aantal. Het museum ziet het als zijn taak specifieke tentoonstellingen in te richten, waarbij niet direct een groot publiek wordt verwacht. De raad onderschrijft het belang van inhoudelijke verdieping en aandacht voor nicheonderwerpen.

De raad is positief over de inspanningen van het museum om nieuwe doelgroepen te bereiken. Met name het plan om Syrische vluchtelingen uit te nodigen om kennis te maken met de Syrische en Nederlandse collectie, vindt de raad een aansprekend idee dat goed inspeelt op de actualiteit.

Ondernemerschap

Het RMO heeft de marketing en pr in de afgelopen periode goed op orde gekregen. Het museum heeft zich meer naar buiten toe gepresenteerd en de naamsbekendheid vergroot. Bovendien heeft het door de toegenomen bezoekersaantallen meer inkomsten kunnen genereren. Daarbij wijst het museum er wel op dat 2014 een buitengewoon goed jaar was door de blockbuster-tentoonstellingen 'Petra. Wonder in de woestijn' en 'Carthago'. Voor de nieuwe periode begroot het RMO de bezoekersaantallen dan ook iets voorzigtiger. De raad vindt de visie op de bedrijfsvoering gedegen. Zo richt het museum zich op het vermarkten van expertise, door bijvoorbeeld tentoonstellingen te verkopen.

Het RMO licht zijn personeelsbeleid helder toe. Het museum werkt met een zogenaamde platte organisatiestructuur die rechtstreeks door de directeur wordt aangestuurd. Het totale personeelsbestand bestaat de komende periode uit 53 fte, vast en tijdelijk. De komende vier jaar worden 5 tijdelijke fte omgezet in vaste. De reden hiervoor wordt niet toegelicht. De Governance Code Cultuur wordt toegepast, al wordt in de aanvraag slechts summier toegelicht hoe de organisatie ermee omgaat.