

UPGRADE

"GEEF RUIMTE VOOR EXPERIMENTEN, VOOR CREATIVITEIT"



ACHTERGROND

Na een tijdelijke expositie of bij een ingrijpende herinrichting gooien veel musea vrijwel alle elementen weg: wanden, vitrines, glas, verlichting en soms ook balies. Voor een volgende tentoonstelling wordt alles vaak nieuw aangeschaft.

Uit onderzoek van de Museumvereniging blijkt dat in Nederland elke week gemiddeld veertig wisseltentoonstellingen worden vervangen. De verspilling is dus enorm. Navraag onder museumdirecteuren leert dat de weggooicultuur zeker wordt onderkend; verandering is echter moeilijk. Belangrijke uitdaging: elementen die in de toekomst wellicht herbruikbaar zijn, moeten tot die tijd worden opgeslagen. Musea hebben daarvoor maar zeer beperkt ruimte; opslag van kunstwerken heeft prioriteit. Bovendien is opslag duur.

Eerder bracht de website Museumplaats vraag en aanbod van gebruikte tentoonstellingsmaterialen in kaart. Opslag en transport werd echter aan de musea zelf overgelaten. Vooral daardoor was deze digitale marktplaats niet succesvol en is Museumplaats inmiddels opgeheven.

Discover! toetste het animo voor Upgrade – een platform dat verspilling van tentoonstellingsmaterialen moet tegengaan – tijdens de landelijke Museumvakdagen in 2015. De respons was positief. Ook werd het idee geadopteerd door het Landelijk Contact van Museumconsulenten. Dit leverde de nodige publiciteit op. Discover! kreeg subsidie van het Toekomstfonds Amersfoort om samen met een aantal musea uit deze

regio een pilot voor Upgrade te starten. Ook het Nationaal Museum Fonds ondersteunt inmiddels het platform.

Hans van Helden is initiatiefnemer van Upgrade. Hij werkt samen met een team van drie personen waarin expertise op verschillende gebieden voorhanden is.

CASE

Uit 38 geïnteresseerde musea vormde Upgrade een kopgroep van twintig waar veel wisseltentoonstellingen plaatsvinden. Soms is het museumbestuur de trekker voor deelname, soms zijn dat mensen op de werkvloer. In nauwe samenspraak met de koplopers is een digitale omgeving gebouwd voor vraag en aanbod van gebruikt expositiemateriaal.

"Ga op zoek naar verwante processen, naar mogelijke kruisbestuiving. Die kan zorgen voor een belangrijke versnelling."

Opdrachtgever

Stichting Discover! Amersfoort

Gesprekspartner

Hans van Helden, tentoonstellingsmaker en initiatiefnemer van Upgrade

Contact

hvhelden@euronet.nl

Circulaire component

Inrichting

Grote organisaties en musea treden op als donor, bijvoorbeeld het Rijksmuseum, Openluchtmuseum Arnhem, de Academie voor Bouwkunst en de Archeologische Dienst van de Provincie Noord-Holland. Zij stellen overbodig tentoonstellingsmateriaal om niet ter beschikking.

Veel componenten zijn niet zonder meer herbruikbaar. Ze moeten worden opgeknapt of de afmetingen moeten worden aangepast. Hiervoor schakelt Upgrade specialisten in op het gebied van bijvoorbeeld hout, metaal, stof of audiovisuele apparatuur. Er zijn twaalf partners geselecteerd, verspreid over Nederland. Daaronder veel bedrijven waar mensen werken met afstand tot de arbeidsmarkt.

Opslag en transport zijn cruciaal voor het succes van Upgrade. Pot Art Logistics participeert in het initiatief en neemt deze aspecten voor haar rekening. Het Amersfoortse bedrijf heeft veel musea als klant en beschikt over gespecialiseerde vrachtwagens.



Met ingang van februari 2018 wordt participatie in de filosofie achter Upgrade door de deelnemende musea gecommuniceerd aan hun bezoekers.

Het Toekomstfonds Amersfoort heeft de aanloop van Upgrade gefinancierd. De huidige fase wordt mogelijk gemaakt door het Nationaal Museum Fonds dat het initiatief ook publicitair van harte ondersteunt. Recent heeft ook het Mondriaanfonds besloten het project financieel te ondersteunen. Hiermee moet – in fasen – vanaf medio 2018 opgeschaald worden van twintig koplopers naar uiteindelijk 150 musea in 2019. Zij nemen op abonnementsbasis deel. Bruikbaar donormateriaal wordt kosteloos ter beschikking gesteld, musea betalen een fee voor opslag, transport en de eventueel noodzakelijke upcycling. Met 150 musea is Upgrade kostendekkend zonder subsidie.

Als niet beoogd bijeffect kwam de vraag vanuit de twintig koplopers of Upgrade ook kan fungeren als gezamenlijk inkoopplatform. Een pilot daarvoor startte per 1 januari 2018.

LEERERVARINGEN

De drijfveer van Upgrade en de oplossing die het platform biedt, zijn eenvoudig inzichtelijk te maken. Het concept past op de achterkant van een bierviltje. Dat blijkt een groot voordeel bij het enthousiasmeren van musea en andere stakeholders.

De noodzakelijke schaalgrootte is aanvankelijk onderschat. Upgrade startte kleinschalig met een aantal musea in en om Amersfoort plus enige zzp'ers die de gebruikte materialen zouden opknappen. Al snel werd duidelijk dat omvang cruciaal is. Ook zijn veel verschillende disciplines en partners nodig. Upgrade wordt een grote operatie met een enorme potentie.

Er is de nodige weerstand tegen het initiatief bij sommige ontwerp bureaus die werkzaam zijn voor musea. Zij zien Upgrade als een

bedreiging voor hun activiteiten en omzet. De stapsgewijze aanpak waarbij na een kopgroep met deelnemers vervolgens wordt opgeschaald, werkt goed. De twintig musea vormen een overzichtelijk aantal gemotiveerde ambassadeurs die Upgrade volop ondersteunen. Via regelmatige netwerkbijeenkomsten worden ervaringen uitgewisseld.

De hotelsector zet al volop gebruikte, geupcycled elementen in. Door gespecialiseerde toeleveranciers van deze branche bij Upgrade te betrekken, hoeft het wiel niet opnieuw te worden uitgevonden. De ervaring daar zorgt voor een versnelling.

Er is een spanningsveld tussen duurzaamheid, prijs en kwaliteit. Hergebruik na noodzakelijke upcycling of aanpassing is niet per se goedkoper dan de aanschaf van nieuwe tentoonstellingsmaterialen. Sommige componenten zijn goedkoop verkrijgbaar in Oost-Europa. Streven van Upgrade is dat de materialen door upcycling weer als nieuw worden. De vraag is of musea en samenstellers van tentoonstellingen accepteren dat dit niet in alle gevallen lukt.

Upgrade is een platform waar vraag en aanbod voor een specifieke doelgroep samenkomen. In combinatie met de beoogde rol als inkoopcombinatie en de potentiële schaalgrootte maakt dit het initiatief tot een interessante partij voor bedrijven om in te participeren en te investeren. Op dit moment bestaat echter geen zekerheid of garantie als het gaat om concrete opdrachten. Voor grote bedrijven vormt dit minder een belemmering dan voor kleinere toeleveranciers.

Het Toekomstfonds Amersfoort en het Nationaal Museum Fonds tonen vertrouwen in het commitment en de creativiteit van de Upgrade-kartrekkers. Dat biedt ruimte om onbevangen op zoek te gaan naar oplossingen en te anticiperen op onverwachte kansen als die zich voordoen – zoals het gezamenlijke inkoopplatform.

AANBEVELINGEN

Wanden zijn het meest milieubelastende element bij de inrichting van tentoonstellingen. Vanuit circulair oogpunt is hier veel winst te behalen. Het is een complex product waaraan hoge eisen worden gesteld. Een tentoonstellingswand moet heel stevig zijn, maar tegelijkertijd verrijdbaar en flexibel. Upgrade-partner Weder is een in circulariteit gespecialiseerd ontwerp bureau. Het bedrijf berekende dat de ontwikkeling van een prototype voor een circulaire museumwand van herbruikbaar materiaal € 150.000 kost. Een forse investering maar de potentiële impact is enorm. Het verdient aanbeveling bij de brainstorm over en ontwikkeling van zo'n wand partijen te betrekken uit andere sectoren, bijvoorbeeld de bouw.

In het verlengde hiervan: sta open voor ontwikkelingen in andere branches. Ga op zoek naar verwante processen, naar mogelijke kruisbestuiving. Die kan zorgen voor een belangrijke versnelling en zelfs een doorbraak opleveren.

Subsidieverstrekkers zoals gemeenten kunnen eisen stellen aan musea voor wat betreft hun inspanningen op het gebied van duurzaamheid en circulariteit. Koppel een concrete doelstelling aan de hoogte van de subsidie.

Zelfs al zijn het beoogde doel en de mogelijke impact helder – zoals bij Upgrade het geval is – de weg ernaartoe staat bij de meeste circulaire initiatieven vooraf niet vast. Geef daarom bij de ontwikkeling en bevordering ervan ruimte voor experimenten, voor creativiteit. Oplossingen komen soms uit onverwachte hoek, trajecten duren vrijwel altijd langer dan verwacht. Als financiers een stringente voortgangsrapportage en gedetailleerde verantwoording eisen, kan dat het proces vertragen en frustreren.

Upgrade is begonnen als initiatief van 1 persoon. Als centrale spil is het niet altijd eenvoudig om zaken los te laten, om aandachtsvelden over te dragen aan andere partijen. Dat is wel een voorwaarde om te kunnen opschalen. De deelnemende musea zien Upgrade inmiddels echt als "hun" platform. Discover! faciliteert en zorgt voor een transparant inzicht in de kosten. Maar het is aan de gebruikers om het platform tot een succes te maken.

Bij elke inkoopvraag zou de afweging voor een museum allereerst moeten zijn: heb ik dit echt nodig? Bij een bevestigend antwoord biedt het Upgrade-platform toegang tot alles wat hergebruikt beschikbaar is. Pas als dat niet lukt, is de "groene" aanschaf van nieuwe elementen aan de orde. Daarbij kunnen musea profiteren van de gecombineerde inkoopkracht van Upgrade.