MUSEUM
JEUGD
UNIVERSITEIT

# Jaarverslag 2021

# Inhoud


| | |
|---|---|
| **Wat is de MJU?** | **03** |
| **Inleiding** | **05** |
| **Activiteiten** | **06** |
| **Resultaten** | **07** |
| **Project *MJU Onderzoekt!*** | **11** |
| **Marketing- en communicatie** | **22** |
| **Financiën** | **27** |
| **Organisatie** | **30** |

# Wat is de MJU?

**De MuseumJeugdUniversiteit (MJU) speelt in op de nieuwsgierigheid van kinderen en biedt twee keer per jaar collegereeksen aan over de collectie of tentoonstellingen van meer dan vijftig musea in Nederland. De colleges zijn van hoge kwaliteit en worden gegeven door wetenschappers en experts; inspirerende vakmensen die veel over hun onderwerp weten en daar goed over kunnen vertellen. De collegereeksen bestaan uit drie tot vijf colleges en worden in twee semesters aangeboden, zowel in het voorjaar als in het najaar. Alle nieuwsgierige kinderen van 8 tot en met 12 jaar zijn onze studenten en kunnen deelnemen aan ons buitenschoolse programma. Ze volgen een reguliere reeks (Mixed 8-12 jaar), een Bachelor (8-10 jaar) of een Master (10-12 jaar) en halen aan het eind van de reeks hun MJU-diploma. Ouders gaan niet mee de collegezaal in, want zonder ouders stellen kinderen makkelijker vragen en voelen ze zich serieus genomen. Zo maken we samen met de deelnemende musea wetenschap, kunst en cultuur voor kinderen toegankelijk in heel Nederland.**

De MJU koestert en stimuleert de nieuwsgierigheid die van nature aanwezig is bij kinderen in de basisschoolleeftijd. Het buitenschoolse programma neemt de vragen die bij kinderen leven als uitgangspunt en laat op laagdrempelige wijze zien wat musea doen en wat wetenschap is. Kinderen ervaren dat ze van nieuwsgierigheid hun beroep kunnen maken. Tevens draagt de MJU bij aan de ontplooiing van de doelgroep tot initiatiefrijke, kritisch denkende en wetenschapswijze kinderen.

De MJU is in 2008 ontstaan als een samenwerking van vier musea in Leiden, maar groeide al na een jaar uit tot een landelijke organisatie. De MJU is sinds 2009 een groot en breed gedragen programma. Het is een uniek, langdurig, duurzaam en landelijk samenwerkingsverband op het gebied van museum- en wetenschapseducatie. In 2016 is de MJU een stichting geworden, onder leiding van een projectleider en een bestuur.

De MJU verbindt musea, kinderen en wetenschappers met elkaar in een toegankelijk en inhoudelijk programma. In bijna twaalf jaar hebben ruim 30.500 kinderen deelgenomen aan 2.843 colleges. Gemiddeld geven per jaar vijftig musea college aan 2.500 kinderen. Musea bouwen een band op met de kinderen door het herhaalbezoek; ze worden meer en meer de plek waar je in je vrije tijd verder kan ontdekken en leren. Wetenschappers doen door middel van de MJU aan valorisatie van hun onderzoek en ontdekken de vragen die over hun onderzoek leven bij kinderen. Daarnaast werken wetenschappers samen met musea: educatoren, communicatiemedewerkers en onderzoekers leren van elkaar door ervaringen te delen. De MJU is er voor alle soorten musea en wetenschapsdisciplines. Naast de meer traditionele wetenschapsmusea zoals natuur- en techniekmusea, geven ook kunst-, design-, cultuur- en historische musea colleges. Hoewel we al een eind op weg zijn, zet de MJU zich in om de geografische en thematische spreiding van de musea te vergroten.

De MJU is dus niet alleen een platform waarop kindercolleges worden aangeboden, maar ook een samenwerking tussen ruim zestig musea. Kennisdeling is hierbij belangrijk. Door onze gezamenlijkheid kan de MJU zaken onderzoeken, organiseren of bewerkstelligen wat een museum alleen niet kan. Tijdens thematische deelnemersbijeenkomsten wordt kennis gedeeld, ervaringen uitgewisseld en een netwerk gebouwd. Het geheel is meer dan de som der delen.

***Missie***

De MJU verbindt musea, kinderen en wetenschappers met elkaar in een toegankelijk en inhoudelijk programma.

***Visie***

Vergroten van de diversiteit van zowel de achtergrond van studenten als het type locaties en wetenschappers door de kwaliteit van het format te verhogen en het merk MJU te verstevigen en toegankelijker te maken.

# Inleiding

**Net als in de hele culturele sector was ook 2021, het tweede jaar in de covid-19-pandemie, een spannend en onrustig jaar voor de MJU. Wederom zijn er verschillende collegereeksen geannuleerd of verplaatst en zorgde de situatie voor teleurstellingen bij ons publiek, de musea en de sprekers. De steeds veranderende maatregelen en eisen vroegen om grote flexibiliteit van de betrokken musea en het projectbureau.**
**We hebben niet alles kunnen uitvoeren zoals vooraf bedacht, maar de crisis heeft de weerbaarheid en vindingrijkheid van de musea, wetenschappers en onze samenwerkingspartners laten zien. Het is ongelofelijk hoeveel er toch nog is georganiseerd binnen alle beperkingen en hoeveel kinderen we hebben weten te bereiken. Meerdere musea boden de colleges via een livestream aan, kennis- en inspiratiebijeenkomsten met de deelnemende musea gingen door via Zoom. Via nieuwsbrieven, e-mails en social media hield de MJU contact met haar publiek. En daar is de MJU ontzettend trots op.**

We ondervonden ook de nodige hobbels tijdens het tweede projectjaar van *MJU Onderzoekt!*, een belangrijk project dat de MJU in 2020 is gestart in haar missie om zoveel mogelijk kinderen met een diverse achtergrond te bereiken. Hiermee onderzoeken we uitgebreid ons eigen format in verschillende casestudies met behulp van jongeren van het MBO, onder begeleiding van Studio Moio. Zij gaan met de brongroep (kinderen van 8 t/m 12 jaar) in gesprek en vragen waarom ze wel of niet naar de MJU komen, en wat er beter zou kunnen. We laten de kinderen ons vertellen hoe het moet, in plaats van het zelf te bedenken achter ons bureau en proberen hun suggesties vervolgens uit.

Door covid-19 hebben we ook dit projectjaar anders ingericht dan verwacht, maar hebben toch ook een heleboel kunnen doen. Al in 2020 bracht covid-19 allerlei maatschappelijke problemen aan het licht, waaronder de brede kenniskloof tussen kinderen die thuis niet goed in staat zijn het thuisonderwijs te volgen, en kinderen die wel goede begeleiding krijgen. Studio Moio heeft in de twee casestudies die dit jaar zijn uitgevoerd daarop geanticipeerd en naast de doelstellingen die aan de casestudies ten grondslag lagen, ook deze kenniskloof te versmallen. Daarnaast heeft de Diversiteitsmakelaar de musea ondersteunt in hun zoektocht naar een diverse en inclusieve MJU in hun eigen museum. Dat was gezien de aandacht die de pandemie van de musea vroeg niet altijd gemakkelijk, maar de MJU is erin geslaagd mee te denken met de musea, en samen te kijken wat er wél mogelijk was.

Naast diversiteit en inclusie is het verbeteren van de kwaliteit van de colleges een belangrijke pijler van dit project. We zijn er trots op dat ook dit jaar veel musea gebruik hebben gemaakt van de zogenaamde wetenschapsmakelaar, die musea helpt met het vinden van geschikte wetenschappers en experts voor de kinderlezingen. Daarnaast hebben we ondanks de pandemie een groot aantal wetenschappers kunnen trainen, zodat hun lezing en aanpak resoneert bij de doelgroep van de MJU. Juist in deze tijd werd die mogelijkheid flink gewaardeerd.

In dit moeilijke coronajaar is de MJU een stabiele factor gebleken voor musea, wetenschappers en kinderen die met veel plezier – al dan niet online – bij de lezingen aanwezig waren. En we hebben ons ingezet om het project *MJU Onderzoekt!* zo goed als mogelijk voort te zetten. Zo hebben we onze missie ook in 2021 kunnen uitvoeren: zoveel mogelijk kinderen kennis laten maken met wetenschap en musea op een toegankelijke manier. In dit jaarverslag vertellen we over de activiteiten van de MJU in 2021.

# Activiteiten

**Het projectbureau van de MuseumJeugdUniversiteit fungeert als centraal aanspreekpunt voor de studenten en deelnemende musea. Het coördineert (de naleving van) de jaaragenda en verzamelt, becommentarieert en communiceert alle programma's. Door de communicatie centraal te laten plaatsvinden, kan meer aandacht voor programma's van de musea gegenereerd worden en zijn de musea samen een sterkere partner voor samenwerking met andere (media)partijen.**

De aangesloten musea dragen zorg voor de invulling van de collegereeksen en trekken daarvoor de juiste experts en wetenschappers aan. Het projectbureau van de MJU ondersteunt hierin door mee te denken over invalshoeken en geschikte sprekers. Dankzij het werk van de wetenschapsmakelaar en de trainingen van de wetenschappers, kunnen we hier steeds meer in betekenen. Ook bewaakt het projectbureau de kwaliteit van de colleges en het karakter van de communicatie om zo het merk MuseumJeugdUniversiteit te waarborgen. Zo zorgt zij voor kwaliteit, vernieuwing en continuïteit. Daarnaast hebben we het afgelopen jaar een nieuwe zakelijke strategie en positionering opgesteld om nog meer musea aan ons te kunnen binden.

Naast de reguliere werkzaamheden rondom de colleges, heeft de MJU veel aandacht aan het project *MJU Onderzoekt!* besteed. Met dit project toont de MJU zich een voortrekker van vernieuwingen op het gebied van diversiteit en inclusie en wetenschap. Niet elk museum heeft – zeker het afgelopen jaar – altijd voldoende tijd en mankracht om deze vernieuwingen alleen door te voeren. De MJU biedt daarin een uitkomst door op te treden als de Research & Development afdeling van alle deelnemende musea. De MJU doet de investering in tijd en geld om gezamenlijk resultaat te halen, waarvan iedereen profiteert en waardoor we samen het verschil kunnen maken. Uiteraard werken we nauw samen met de musea en investeren ook zij tijd, inzet en geven ze input om tot een werkbaar en succesvol eindresultaat te komen.

Kennisdeling is wat een netwerk als de MJU een grote meerwaarde geeft, en ook in 2021 hebben we ondanks de beperkingen daar veel in geïnvesteerd. De deelnemersbijeenkomsten voor de educatiemedewerkers van de musea zijn online doorgegaan en werden goed bezocht. We boden telkens een inhoudelijk interessant programma over onze belangrijke pijlers van 2021: Diversiteit en Inclusie en Wetenschappelijke fundering.

# Resultaten

## Collegereeksen

De MuseumJeugdUniversiteit bereikt met het landelijke programma doorgaans een groot publiek.
In 2021 organiseerde de MJU twee collegereeksen; één in het voorjaar (februari t/m juni) en één in het najaar (september t/m december). In het voorjaar ontvingen 34 wetenschappers in 8 musea 466 studenten tijdens 11 collegereeksen. In het najaar waren dat 32 collegereeksen in 26 musea, 102 wetenschappers en 907 studenten. In heel 2021 hebben 1373 kinderen iets geleerd over wetenschap en de museumcollectie van het betreffende museum.

Helaas hebben we door covid-19 nog steeds te maken met een flinke daling van het aantal deelnemende musea en studenten ten opzichte van 2019, de periode vóór covid-19, toen we 2205 studenten mochten ontvangen. Deze daling is vrijwel volledig toe te wijzen aan de lange lockdown die al in het najaar van 2021 begon en voor de musea doorliep tot 5 juni. De volledige voorjaarsreeks viel in het water door de maatregelen.
Het grootste deel van de musea hebben hun reeksen verplaatst naar het najaar van 2021. Een aantal musea hebben van de fysieke colleges een online versie aangeboden. Slechts 11 van de geplande 27 collegereeksen vonden (online weliswaar) doorgang. De deelnemende musea verheugden zich zeer op de najaarscolleges, want de covid-situatie zag er rooskleurig uit. Maarliefst 27 musea planden hun najaarsreeks, een duidelijke stijging ten opzichte van het aantal tijdens het voorjaar. De aanmeldingen hielden niet gelijke tred met het enthousiasme van de musea. Wellicht waren de kinderen en ouders nog niet toe aan buitenschoolse activiteiten? Toch kwamen er ruim 1000 studenten tijdens het najaar, vrijwel de helft van het laatste 'gewone' jaar 2019. De tweede lockdown van 2021 begon op 19 december en gelukkig hadden de meeste musea hun diploma-uitreiking op 12 december al gevierd. Een aantal laatste colleges werden verplaatst, als livestream gegeven of geannuleerd. In het laatste geval zijn de diploma's desondanks naar de studenten gemaild.

*Zie onderstaande tabel met het aantal studenten per reeks van de afgelopen 5 jaar:*

| Jaar | Aantal studenten |
|---|---|
| 2017 | 2427 |
| 2018 | 2533 |
| 2019 | 2205 |
| 2020 | 1340 |
| 2021 | 1373 |

Desondanks ging de voorbereiding van de colleges onverminderd en met goede moed door. Het projectbureau heeft de reeksen aan een kwalitatieve controle onderworpen. Vooraf is met verschillende musea overleg geweest over het thema van de collegereeks en de ideeën voor sprekers. We dachten mee over invalshoeken en onderwerpen, lazen aandachtig mee en gaven feedback op de ingediende programma's. De sprekers werden vervolgens steekproefsgewijs gecontroleerd op hun deskundigheid, en er werd altijd tekstredactie toegepast om ervoor te zorgen dat alle collegetitels een spannende vraag waren en dat de begeleidende teksten dezelfde, aansprekende toon hadden.

## Deelnemende musea

In 2021 organiseerden de volgende musea een collegereeks bij de MJU:

Airborne Museum Hartenstein
Allard Pierson Museum
Beeld en Geluid Den Haag
Cosmos Sterrenwacht
De Museumfabriek
Discovery Museum
Fries Museum
Hortus Botanicus Leiden
Huis van Hilde
Kasteel Doorwerth
Kunsthal Kade
Limburgs Museum
Natuurhistorisch Museum Maastricht
Natuurhistorisch Museum Rotterdam
Nederlands Openluchtmuseum
Mondriaanhuis
Museon
Move Mobility Experience
Museumfabriek
Museum Flehite
Museum Gouda
Museum Prinsenhof Delft
Museum 't Houten Huis
Nationaal Onderwijsmuseum
Natura Docet Wonderryck Twente
Naturalis
Nederlands Watermuseum
NEMO Science Museum
Oyfo Techniekmuseum
Rijksmuseum Boerhaave
Rijksmuseum van Oudheden
SieboldHuis
Sonnenborgh Museum en Sterrenwacht
Tresoar
Universiteitsmuseum Utrecht
Van 't Lindenhoutmuseum
Zeeuws Maritiem MuZEEUm

De collecties van deze musea hebben uiteenlopende aandachtsgebieden en bieden kinderen de mogelijkheid zich in tal van onderwerpen te verdiepen. Er is een behoorlijke inhoudelijke diversiteit tussen de verschillende musea: zo zijn er kastelen, kunstmusea en natuurhistorische collecties vertegenwoordigd. Bovendien is er een grote geografische spreiding door het land.

### *Nieuwe musea*

Zoals elk jaar mochten we ook in 2021 een nieuwe deelnemer verwelkomen die voor het eerst een collegereeks organiseerde bij de MJU: het Discovery Museum Kerkrade. Daarnaast hebben we ook met meerdere musea gesproken die zeer geïnteresseerd waren in het programma, maar door externe omstandigheden nog niet hebben deelgenomen.

De MJU is bij uitstek een programma waar kleine en middelgrote musea veel voordeel mee kunnen behalen. Ze kunnen relatief eenvoudig instappen in een beproefd concept, en hoeven zo niet zelf het wiel helemaal uit te vinden. Bovendien kan de MJU de vaak kleine educatiestaf goed ondersteunen bij het samenstellen van de reeks, door te adviseren over de sprekers of het schrijven van de teksten. Daarnaast biedt de communicatiekracht van de MJU voor dergelijke musea natuurlijk grote voordelen. Daarom is er in 2021 gekozen om ons qua positionering en werving van nieuwe musea te richten op het kleine en middelgrote museum. Daarvoor is een nieuwe strategie geschreven, hebben we de deelnemersbijdrage gedifferentieerd naar kleine en grote musea – zodat deelname voor de kleinere musea betaalbaar blijft en geen drempel vormt, en zijn er nieuwe middelen ontwikkelt om die musea te bereiken.

## Videocontent

Normaal gesproken onderhoudt de MJU een dynamisch YouTube kanaal met geregeld nieuwe content in de vorm van collegevideo's en vlogs van MJU Junior-vloggers. Maar door de restricties van covid-19 bleek dat dit jaar een opgave.

### *Collegevideo's*

Er zijn dit jaar geen nieuwe collegevideo's opgenomen, maar begin 2021 zijn wel vier video's gepubliceerd die in 2020 zijn opgenomen. Die collegevideo's zijn gemaakt met steun van de Nederlandse Museumvereniging, en uitgezonden via Parmando, een zender voor on-demand cultuurtv. Daarnaast promoten we de video's op onze eigen kanalen (website en social) en op de website van Museumkids van de Nederlandse Museumvereniging. De video's zijn gepubliceerd op de website, het MJU-YouTubekanaal en Facebook en hebben een redelijk bereik.

De video's zijn te bekijken op www.museumjeugduniversiteit.nl/overzicht/collegevideos/

### *Vlogs*

De MJU heeft in 2021 met veel enthousiasme vier juniorvloggers aangetrokken om de colleges van de MJU vast te leggen. Met de selectie van de vloggers hebben we gekozen voor een cultureel diverse groep van vloggers die verspreid over Nederland wonen. De collegevideo's zijn informatief en bieden kinderen die niet naar de colleges (kunnen) komen een MJU-op-de-bank. Het idee was dat de vloggers het hele land doorgingen om verslag te leggen van de colleges. Door covid-19 heeft helaas maar één vlogger een vlog kunnen maken. Jonathan bezocht een college over scheepswrakken in Museum Gouda. Door de lockdowns gingen veel colleges waar gevlogt zou worden niet door en was het moeilijk anticiperen met de steeds veranderende data van de colleges. Bovendien was het inhalen van schoolwerk terecht belangrijker dan vloggen voor de MJU.

De vlog is gepubliceerd op de website, het MJU-YouTubekanaal, Facebook en Instagram.
De vlog is te bekijken op www.museumjeugduniversiteit.nl/overzicht/vlogs

## Deelnemersbijeenkomst

Door corona kregen veel musea ineens interesse in het organiseren van online colleges. Maar bijna niemand had dit al eerder gedaan en de MJU kreeg veel vragen over hoe dit het beste aan te pakken. Daarom heeft de MJU een online bijeenkomst georganiseerd over de Tips & Tricks van de Livestream. Museum Boerhaave heeft veel ervaring in het verzorgen van livestreams en gaf een presentatie over de praktische zaken waar je aan moet denken. Met deze bijeenkomst hielpen we musea op weg die een livestream overwogen en introduceerden anderen met het idee.

Na afloop is de opname van de bijeenkomst en een hand-out met de belangrijkste tips & tricks met de musea gedeeld.

## Plannen maken 2023-2025

Hoewel de MJU nog volop bezig is met het project *MJU Onderzoekt!* (zie het volgende hoofdstuk) zijn we ontzettend enthousiast om het pad dat we met dit project zijn opgegaan in de toekomst voort te zetten. Daarom hebben we in 2021 tijd en ruimte gereserveerd om na te denken over nieuwe plannen. Tegelijkertijd benaderde freelance educator Enzo Vredengoor de MJU met een mooi idee voor een educatief programma in de wijk. Het projectbureau heeft samen met het bestuur, Enzo Vredengoor en Studio Moio zijn idee als basis genomen voor de ontwikkeling van een nieuw breed gedragen MJU educatieproject in 2023-2025: *MJU Stadsverkenners*.

# Project *MJU Onderzoekt!*

**Het doel van het project *MJU Onderzoekt!* is de kwaliteit en de toegankelijkheid van het MJU-programma te verhogen. Dit willen we op twee manieren bereiken. Ten eerste door de experimenten op gebied van diversiteit verder uit te bouwen, het format van de MJU uitgebreid te onderzoeken en concrete aanpassingen aan te dragen die tot een diverser publiek en een inclusieve MJU leiden. Ten tweede geloven we dat als we het aanbod van de colleges kwalitatief verbeteren, we vanzelf een interessanter product zijn voor een breder publiek. Daarom investeren we tijdens *MJU Onderzoekt!* in een sterkere band tussen de deelnemende musea en wetenschappers. Daarnaast vergroten we het palet van soorten wetenschappers en trainen we hen om kindercolleges van hoogwaardige kwaliteit te geven.**

Het project *MJU Onderzoekt!* valt dus in tweeën uiteen:

**Diversiteit**

A. Het verbreden en verdiepen van de experimenten uit 2018
B. Het format van de MJU onderzoeken met de brongroep*

**Wetenschap**

A. Verbindingen leggen tussen musea en wetenschappers

* Omdat we niet alleen inclusiviteit nastreven tijdens onze colleges, maar ook op de weg ernaartoe, spreken we niet van doelgroep, maar brongroep. We maken de colleges voor de kinderen en **mét** hen zoeken we naar de weg om inclusiever te worden. Zij zijn dus onze bron.

## Doelstellingen MJU Onderzoekt!:

- Het verbreden van het bereik met nieuwe groepen kinderen, meer locaties en meer inhoudelijk verrassende combinaties van wetenschap en musea;
- De deelnemende musea zo goed mogelijk faciliteren bij het bereiken van een diverser publiek;
- Vier casestudies uitvoeren onder begeleiding van Studio Moio in samenwerking met de brongroep, MBO-studenten en het museum;
- De deelnemende musea zo goed mogelijk faciliteren bij het samenstellen van een kwalitatieve collegereeks, met inbreng van met name jonge onderzoekers uit verschillende disciplines;
- In het eerste jaar tien wetenschappers trainen en koppelen aan musea en in het tweede jaar minstens vijftien;
- De MJU positioneren als de plek voor álle nieuwsgierige kinderen;
- De MJU neerzetten als Research & Development afdeling van de gezamenlijke deelnemende musea op het gebied van diversiteit en wetenschap. De kennis die we samen opdoen is breed toepasbaar in de museumwereld en wordt als zodanig gedeeld.

We zijn in februari 2020 gestart met de voorbereidingen van het project, maar nog voor de officiële kick-off werd door covid-19 duidelijk dat we het project een half jaar moesten uitstellen. In plaats van een tweejarig werd MJU Onderzoekt! een driejarig project, met als einddatum 31 augustus 2022. In 2021 hebben we ondanks de beperkingen door covid-19 gelukkig toch veel kunnen doen om de doelstellingen te behalen. Hieronder volgt een korte weergave van die activiteiten.

## Diversiteit

*A. Het verbreden en verdiepen van de experimenten uit 2018*

Dankzij de langdurige lockdowns had het begeleiden van de experimenten uit 2018 aan het begin en midden van het jaar weinig zin, en daarom is er gekozen om te werken aan een alternatief: het in kaart brengen van de lokale ambassadeurs en organisaties die musea kunnen helpen bij het inclusiever maken van hun colleges. We geloven dat musea het meeste resultaat zullen boeken wanneer zij lokaal te werk gaan en relaties aangaan met organisaties in de buurt die de kinderen die nog niet meedoen met de MJU wél weten te bereiken. Maar die organisaties blijken voor musea niet altijd makkelijk te vinden, en bovendien durven veel musea niet direct op ze af te stappen. De diversiteitsmakelaar Khadija Azahaf en Nathalie Lecina van Studio Moio hebben daarom vanuit hun eigen netwerk een Inclusie Netwerk in kaart gebracht voor een aantal steden waar de MJU vertegenwoordigd is.

Maar vanaf de zomer kon er weer meer en het zag ernaar uit dat de collegereeksen in het najaar door zouden gaan. Daarom is de diversiteitsmakelaar Mirjam van Balkom begonnen met het opzetten en begeleiden van de experimenten:

### *Contact met musea*

Tijdens het najaar hebben we contact opgenomen met nagenoeg alle musea die deel zouden nemen aan de voorjaarsreeks van 2022 om te bespreken of ze mee willen doen met één van de experimenten, welke het best zou passen en hoe ze dat aan zouden kunnen pakken. Daarbij hebben we aangegeven dat de MJU uren ter beschikking heeft om mee te denken, maar ook om actief mee te werken, bijvoorbeeld door geschikte partners te vinden en de contacteren om zo musea werk uit handen te nemen.

Het was helaas in deze roerige tijden moeilijk om hierover in gesprek te raken met de musea. Er kwam minimale reactie via de email en door corona was het ook moeilijk de medewerkers telefonisch aan de lijn te krijgen, die veelal thuis aan het werk waren. De reacties van de musea op dit voorstel valt in drie groepen te verdelen. Er zijn musea die niet mee willen doen, omdat ze zelf al diversiteitsprojecten hebben lopen. Andere musea willen wel en hebben ook wel ideeën en gaan zelf aan de slag. Een laatste groep wil wel meedoen, maar heeft geen idee waar te beginnen of het er tot nu toe geen tijd voor gehad. Voor die groep heeft de MJU dit project opgezet.

### *De experimenten*

Uiteindelijk zijn zeven musea echt aan de slag gegaan om vijf verschillende experimenten op te zetten. Het basisexperiment 'zoek de brongroep actief op' was daar altijd onderdeel van. Helaas is de uitkomst van de experimenten minimaal: de meeste experimenten zijn ondanks grote inzet van de betrokkenen onvoldoende van de grond gekomen of zelfs mislukt. Maar de experimenten die wel zijn geslaagd, hebben toch ook tot mooie resultaten geleid.

### *1. Experiment: Afschaffen van het collegegeld: gratis collegekaarten*

De MJU stelt vijftien gratis collegekaarten per reeks ter beschikking voor kinderen die uit zichzelf niet naar de MJU komen. De MJU betaalt het museum wat de student normaal gesproken betaalt voor een collegekaart. Voorwaarde: benader de doelgroep actief. Musea die snel uitverkopen kunnen hier niet aan mee doen.

Het Stedelijk Museum Breda, Museum Speelklok en het Rijksmuseum van Oudheden deden mee met wisselend succes. Bij het Stedelijk Museum Breda en Museum Speelklok is het niet gelukt om de kaarten weg te geven. De betrokken partnerscholen gaven aan dat de colleges te talig waren voor hun leerlingen en met name ook voor hun ouders, die de uiteindelijke praktische stap moeten maken. Een contactpersoon heeft van zeker dertig kinderen hun ouders gebeld. Maar het blijkt dat zelfs met gratis vervoer de drempel te hoog is. Ze kreeg het idee dat het vooral te maken had met het feit dat de ouders het museum niet kennen en niet goed begrijpen wat de MJU is en daarom niet weten waar ze hun kind naartoe sturen.
Het Rijksmuseum van Oudheden heeft verschillende gesprekken gevoerd met twee cultuurcoaches uit Leiden. Via dit contact zijn tot nu toe (de reeks moet op moment van schrijven nog beginnen) één aanmelding via een lokale partner en vijf via de Brede School binnengekomen.

### *2. Experiment: Samenwerking met de lokale Voedselbank*

Verspreid flyers/bonnen met korting of gratis collegekaarten via de Voedselbank.

Het Fries Museum heeft met hulp van de MJU tijdens de kerstperiode een flyeractie georganiseerd bij de Voedselbank Leeuwarden. Alle gezinnen met kinderen tussen de 8-12 jaar kregen bij de Voedselbank Leeuwarden een flyer om gratis te mogen meedoen aan de voorjaarsreeks 2022. Bovendien kregen ze ook nog een gratis museumticket voor volwassenen (kinderen mogen altijd gratis naar binnen) om ze te stimuleren het museum te bezoeken. Helaas is dit project niet geslaagd; niemand heeft zich aangemeld en ook niemand heeft gebruik gemaakt van de gratis entreetickets.

### *3. Experiment: Promoot de reeks op scholen in de buurt*

Veel scholen zouden hier graag van willen weten, en leraren kunnen het promoten in de klas. Neem contact op met een school in de buurt en vraag of een poster en/of flyers verspreid kunnen worden.

Het Discovery Museum heeft in het najaar van 2021 een mailing over hun colleges verstuurd naar scholen en leerkrachten. Direct daarna (binnen enkele dagen) ontvingen ze inschrijvingen voor de collegereeks waarbij de aanmelders aangaven dat ze de MJU kennen via een mailing van school. Het was daarbij opvallend dat er relatief veel kinderen met een niet-Nederlandse achternaam bij zaten en er op deze wijze een diverser publiek dan voorheen werd bereikt.

### *4. Strippenkaart voor meerdere musea i.p.v. één*

De collegekaart geeft toegang tot vijf verschillende colleges van vijf verschillende musea. Het is drempelverhogend om vijf keer naar hetzelfde museum te komen en hiermee kunnen ze terecht bij de musea die aan het experiment mee doen.

Het Openluchtmuseum organiseerde in het najaar 2021 samen met andere Arnhemse musea collegereeks, waarbij het college steeds op een andere locatie plaatsvindt. De afwisseling van de musea zorgt er zeker voor dat kinderen die bekend zijn met het Openluchtmuseum nu ook eens een keer in het kunstmuseum komen. Maar het museum ziet nog geen diverser publiek in de zin van culturele of economische diversiteit.

### *5. Gebruik een andere werkvorm dan een hoorcollege*

Maak het college interactiever en maak er een rondleiding, werkcollege, veldwerk of expeditie van. Hierbij is een inhoudelijke inleiding door een expert nog steeds belangrijk. Deze mogelijkheid zit al in de website. Het Nationaal Onderwijsmuseum Dordrecht heeft in 2021 een praktische collegereeks ontwikkeld: “Schrijf je eigen boek”. Deze werkcolleges ontvangen heel makkelijk veel deelnemers. Behalve dat het werkcolleges zijn, bestrijken ze ook een meer creatief onderwerp, wat bij de MJU niet zo vaak voorkomt. Het museum merkt dat de kinderen van verder weg komen dan normaal gesproken bij een reguliere collegevorm. Dit zou te maken kunnen hebben met het feit dat de experts bekende schrijvers en illustratoren zijn. Het museum ziet niet direct een heel ander publiek.

### *6. Experiment: Geef het format een andere naam*

Promoot je eigen reeks via je eigen kanalen niet als de MuseumJeugdUniversiteit, maar met een andere naam, zonder ‘Museum’ of ‘Universiteit’. De inschrijving kan nog steeds via de website van de MJU verlopen, maar de eerste drempel met twee moeilijke begrippen wordt dan weggenomen.

Dit experiment is door geen van de musea uitgevoerd, maar was wel onderwerp van vele gesprekken met musea. Ze lopen er tegenaan dat de naam MuseumJeugdUniversiteit te elitair is, en verschillende drempels in zich heeft door de moeilijke begrippen ‘Museum’ en ‘Universiteit’. Een concrete naamsverandering van de MJU is een moeilijk dilemma; het zou bijdragen aan een inclusievere MJU, maar brengt aan de andere kant veel kosten met zich mee en het zou het opgeven van een bekend en verankerd merk betekenen. Het zijn kosten en energie waarvan we tijdens de moeilijke coronaperiode hebben besloten deze op andere wijze in te zetten. Maar we houden het experiment in gedachten om wellicht op een later moment uit te proberen.

### *Conclusies*

Hoewel het belang van diversiteit bij de MJU-colleges door alle deelnemende musea onderkent wordt, stond niet iedereen open om daadwerkelijk mee te doen aan een van de experimenten. Dit is wederom grotendeels te verklaren door covid-19, waardoor de musea al genoeg te doen hebben om het museum draaiende te houden en hun publiek te bereiken. De musea die mee willen doen, hebben beperkte slagvaardigheid.
Het organiseren van de experimenten vraagt om inzet en energie, die zelfs met behulp van de MJU, in deze tijd moeilijk is om vrij te maken. Bovendien blijkt het lastig passende partners te vinden om de experimenten tot een succes te maken.
Sommige partners die de MJU als geschikte partners zagen, bleken dat toch niet te zijn. De ouders die bij de Voedselbank komen, hebben bijvoorbeeld zoveel prangende zaken aan hun hoofd, dat er geen tijd en ruimte is voor colleges van de MJU. Zelfs als ze gratis zijn en passend bij hun kind. De drempel van de fysieke reis, de afstand, de planning van de agenda, is te groot. Voor kinderen van vluchtelingen is de taligheid van de colleges een te grote drempel. Zelfs als de kinderen al goed Nederlands praten, is de Nederlandse informatie niet toegankelijk voor de ouders, die uiteindelijk de beslissing moeten nemen.

Experimenten kunnen slagen of mislukken, en ook als ze mislukken kunnen er waardevolle lessen uitgetrokken worden. Evaluerend op 2021 zijn we tot de conclusie gekomen dat de MJU het over een andere boeg moet gooien. We gaan in 2022 de musea die willen, aanbieden om de juiste lokale partners te zoeken en de contacten te leggen, zodat er een laagdrempelige verbinding ontstaat tussen museum en organisaties die de kinderen al bereiken. Vanuit daar kunnen dan experimenten op maat worden gemaakt en georganiseerd, waardoor we de slagingskans van de experimenten aanzienlijk verhogen. Hiervoor zullen we gebruikmaken van het eerder genoemde Inclusie Netwerk. Daarnaast gaan we één van de experimenten in 2022 uitvoeren tijdens twee casestudies: *Maak een collegereeks met de doelgroep*. We hebben de verwachting dat de combinatie van experiment en casestudie tot betere resultaten zal leiden dan de experimenten die in 2021 zijn uitgevoerd.

### *B. Het format van de MJU onderzoeken met de brongroep*

Bij de start van de casestudies dachten we dat migratie-achtergrond een belangrijke rol zou spelen bij het wel of niet deelnemen aan de colleges, maar tijdens de eerste casestudie bij het Rijksmuseum van Oudheden in 2020 bleek dat dit meeviel. De kinderen die deelnamen aan de colleges waren redelijk cultureel divers, maar dit betekent nog niet dat de collegereeks inclusief was: deze kinderen waren allemaal van hoogopgeleide ouders. De casestudie heeft uitgewezen dat niet kleur, maar de sociaaleconomische status de grootste verdeler is. Het kennisniveau van de ouders speelt hierbij een grote rol. Degene die niet van de kansen afweten (de kennis daarover niet hebben), pakken deze ook niet, terwijl de kennisrijken steeds meer kennis krijgen, omdat zij die kansen wel pakken. Die kenniskloof doorbreken is een belangrijk doel geworden van de twee casestudies die Studio Moio in 2021 heeft uitgevoerd bij Sonneborgh Sterrenwacht in Utrecht en het Nationaal Onderwijsmuseum in Dordrecht.

### *Aanpak*

De kern van de aanpak zit in het werken met jongeren die als kind niet naar de MJU zijn gegaan, maar dit wel hadden gewild – als ze van het bestaan hadden geweten. Studio Moio zet jongeren van het MBO, dan wel jongeren die op school zijn uitgevallen in als co-onderzoeker. Zij gaan met kinderen in gesprek en denken mee over hoe het voor hen wel of niet had kunnen werken, vroeger als kind, dan wel hoe zij het nu werkend voor zich zien voor hun broertjes of zusjes. Deze jongeren begrijpen waarom bepaalde kinderen niet komen en kunnen een brug slaan naar die kinderen. Studio Moio selecteert jongeren die qua leeftijd dichter bij de kinderen staan dan volwassenen en bij voorkeur broertjes of zusjes hebben in de leeftijdscategorie 8 t/m 12 jaar. De jongeren zijn de verbinding tussen kind en volwassene. De jongeren gaan in gesprek met kinderen om samen met hen tot nieuwe voorstellen voor interventies te komen.

De oorspronkelijke aanpak is uitgedacht vóór covid-19. Inmiddels is gebleken dat de pandemie invloed heeft gehad op het onderzoek: de beschikbaarheid en mogelijkheden van mbo-studenten, de sluiting van basisscholen, cafés (om af te kunnen spreken) en musea bemoeilijkte de uitvoering van de casestudies.

#### *Casestudie Nationaal Onderwijsmuseum, Dordrecht*

Doel van de casestudie was om verbinding te maken met multiculturele wijken in de buurt van het museum, waarvan werd verondersteld dat zij minder kennis van het museum en de MJU-lezingen aldaar hebben.
Het doel was om kinderen uit de wijken Crabbehof, Oud Crispijn en Sterreburg bekend met en enthousiast over MJU te maken. De jongeren zijn de wijken ingetrokken om kinderen aan te spreken over de MJU, en er ontstond een mooie samenwerking met kinderen van de NT2-school. Op basis hiervan zijn verschillende tests bedacht om uit te voeren: een zogenaamde taalstraat in de Jacob Marisstraat in Dordrecht. Daarnaast zijn er miniboekjes verspreid met hapklare informatie over de lezing in verschillende talen, zodat ook kinderen die het Nederlands niet goed machtig zijn van de lezingen kennis kunnen nemen. Dit bleek een goeie methode om de kinderen direct te bereiken. Het plaatsen van posters op borden aan hekken en lantaarnpalen in de wijken (guerillastijl) was gewaagder en minder succesvol: hoewel de borden helaas vrij snel weer verwijderd zijn, zijn de QR-codes vaak gescand.
Het maken van educatief materiaal ter voorbereiding en marketing van de lezingen past goed bij het Nationaal Onderwijsmuseum. Daarnaast is het betrekken van een NT2-school een warme aanbeveling.
Veel kinderen spraken hun waardering uit over de verbinding met dit soort locaties.

*Casestudie Sonnenborgh Museum & Sterrenwacht, Utrecht*

Ook bij deze casestudie draaide het om verbinding leggen met kinderen in drie cultureel diverse wijken in de buurt, en hen bekend te maken met de MJU. Dit keer werd ervoor gekozen om direct contact te leggen met scholen en om makerschap als methode te hanteren. In de wijken Overvecht (migrantenwijk met een gemiddeld lager inkomen), Lombok (gemixte wijk, ook hoger opgeleid cultureel divers) en Sterrenwijk (volkse 'witte' wijk) is een relatie gelegd met scholen en een lessenserie ontwikkeld om interesse voor de MJU te kweken. We werkten met twee basisscholen en één middelbare school, te weten de Internationale Schakelklas. Hier zitten kinderen die als vluchteling, of door expatouders als nieuwkomer in Nederland starten. Hoewel deze kinderen iets ouder zijn dan de beoogde doelgroep, is het waardevol om deze groep erbij te betrekken om te leren wat voor nieuwkomers nodig is. De leerlingen worden uitgenodigd om naar de lezingen te kijken (via video) en om gezamenlijk te bouwen aan een openluchtexpositie over de collegereeks voor Sonnenborgh Museum & Sterrenwacht. De expositie moet helpen om aandacht te generen voor het museum, en ook de toevallige passant kan leren over het museum en het lezingenaanbod.

Uit de onderzoeken en workshops bleek dat het in gesprek gaan met kinderen het beste werkt. Kinderen gaven overwegend simpel advies: meer promotie over de MJU op scholen. En geef de kinderen een rol, ze werken heel graag mee. Zo kunnen het geweldige ambassadeurs zijn voor andere kinderen. Ook willen kinderen graag meedenken over de inhoud van de lezingen, en gaven sommigen aan dat de kosten een obstakel vormen. Daarnaast weten met name kinderen van de Internationale Schakelklas überhaupt niet dat er culturele activiteiten zijn in de stad, door taalbarrières of ouders die er niet mee bezig zijn. Daarom zouden de posters en flyers van de MJU toegankelijker moeten worden op het gebied van taal.

Op basis van de conclusies en aanbevelingen van deze twee casestudies zullen de casestudies in 2022 zich focussen op het betrekken van kinderen bij de inhoud van de lezingen, en het promoten van de MJU op scholen.

## Bijeenkomsten

In het kader van diversiteit zijn in 2021 twee bijeenkomsten georganiseerd:

### Diversiteit is doen

**22 april 2021, 15.00 – 17.00 uur via Zoom**

Het project *MJU Onderzoekt!* is al een paar maanden onderweg. Op donderdag 22 april vertelden we de deelnemende musea waar we nu staan op het gebied van Diversiteit en Inclusie. Musea zijn van ons allemaal, toch komt nog niet iedereen. Wat is er nodig om musea en de MJU-lezingen inclusief te maken? Wat moeten we nog leren? En moeten we misschien ook iets afleren? Tijdens deze bijeenkomst kwamen drie verschillende experts aan het woord die vanuit hun expertise ingingen op de verschillende aspecten van Diversiteit en Inclusie.

**Programma**

| | |
|---|---|
| 15.00 – 15.05 u | Welkom en introductie – Bibi Heuvelink |
| 15.05 – 15.20 u | Diversiteit en Inclusie binnen MJU Onderzoekt! – Khadija Azahaf |
| 15.20 – 15.50 u | Taal doet ertoe! - Zoë Papaikonomou onderzoeksjournalist, mediadocent, podcaster en onderzoeker |
| 15.50 – 16.20 u | Inclusie, hoe doe je dit? - Halil Karaaslan, Programmamanager Diversiteit en Inclusie |
| 16.20 – 16.50 u | Casestudie: Van Gogh verbindt - Ghyslane Tromp coördinator Beeldbrekers |
| 16.50 – 17.00 u | Korte recap en afsluiting – Khadija Azahaf |

Met ruim zestig deelnemers was de bijeenkomst zeer goed bezocht. Er waren educatie-, publieks-, programma-, HR-, marketing- en communicatiemedewerkers en directeuren van musea aanwezig en er werden veel vragen gesteld en onderling discussies gevoerd. De bijeenkomst is opgenomen en de video is na afloop verspreid onder de deelnemers. Van deze mogelijkheid is veel gebruik gemaakt en musea koppelden terug dat ze dit erg waardeerden en de bijeenkomst zeer nuttig en inspirerend vonden.

## Kennisbijeenkomst VSC-MJU: Werken aan diversiteit en inclusie

**20 mei 2021, 14.00 – 15.00 uur via Zoom**

Samen met de VSC organiseerden we een kennisbijeenkomst over werken aan diversiteit en inclusie. Deelnemers aan Samen Inclusief van VSC en *MJU Onderzoekt!* van MuseumJeugdUniversiteit deelden hun aanpak en ervaringen tot nu toe in beide projecten. We startten met een korte introductie van de projecten en een aantal praktijkvoorbeelden.

**Programma**

| | |
|---|---|
| 14.00 - 14.05 u | Introductie op MJU Onderzoekt! door Bibi Heuvelink (MJU) |
| 14.05 - 14.15 u | Aanpak en lessen van de casestudies van Studio Moio (MJU) |
| 14.15 - 14.20 u | Introductie op Samen Inclusief door Sanne den Adel (VSC) |
| 14.20 - 14.30 u | Flitspresentaties van een aantal deelnemers aan Samen Inclusief (VSC) |
| 14.30 - 15.00 u | Inclusion Clinic |

De deelnemers waren gevraagd om voor de Inclusion Clinic eigen inclusievraagstukken en uitdagingen mee te nemen. Er waren zo'n 35 personen aanwezig tijdens de sessie en de reacties waren zeer goed. De musea gaven aan dat het waardevol was om van elkaars projecten op de hoogte te zijn, en elkaars ervaringen, lessen en valkuilen te horen. Bovenal was het een inspirerende sessie voor iedereen om verder met dit onderwerp aan de slag te gaan.

# Wetenschap

A. Verbindingen leggen tussen musea en wetenschappers

## *Makelaar Wetenschap*

De wetenschapsmakelaar heeft in 2021 op drie manieren bijgedragen aan de MJU:

1. Door directe bijdrage aan MJU-reeksen via het brainstormen met educatoren en het actief koppelen van wetenschappers aan musea
2. Door het organiseren van trainingen 'wetenschapscommunicatie voor kinderen', gegeven door Marieke Hohnen
3. Door het organiseren van een deelnemersbijeenkomst 'Wetenschap en Publiek' op 17 juni 2021

### *1. Brainstormen en actief koppelen van wetenschappers*

Makelaar wetenschap Marianne Benning hielp verschillende musea door mee te denken over verrassende en nieuwe invalshoeken voor de collegereeksen van musea en het concreet aandragen van (mogelijke) nieuwe wetenschappers die colleges konden geven. In 2021 hebben negen musea contact opgenomen met de makelaar wetenschap, waarna zij passend bij hun vraag verder zijn geholpen met brainstormen en/of het werven van wetenschappers en experts. Zo koppelde ze bijvoorbeeld Amber Yacub (ErasmusMC) en Krista van den Heuvel (NIOO) aan Het Natuurhistorisch Museum Rotterdam voor 'Blijft je brein het altijd goed doen' en 'Wat maakt een dier slim?'. Wetenschapper Daniël Lakens (TUE) werd gekoppeld aan het Textielmuseum voor een college over kleur. En Museum Gouda werd bijvoorbeeld geholpen door het werven van experts Claudia Wieners (UU) en Martijn Manders (UL) voor twee lezingen in de reeks 'coole wateren'.

### *2. Training wetenschappers*

Er zijn op twee momenten in het jaar, in januari en september, trainingen wetenschapscommunicatie aangeboden, met als doel de lezingen van wetenschappers in kwaliteit te verhogen en beter te laten aansluiten bij de doelgroep. Expert wetenschapscommunicatie Marieke Hohnen nam wetenschappers en andere experts die een MJU-lezing gaan geven mee in de basisbeginselen van wetenschapscommunicatie voor kinderen en hielp met praktische tips en tricks. De interactieve webinars duurden elk 2,5 uur. De wetenschappers die aan de training deelnamen, hebben ook onderling kennis, ervaringen en ideeën uitgewisseld. Meer informatie vind je hier. De makelaar wetenschap verzorgde de afstemming over data, aanmeldformulieren en had contact over praktische zaken met Marieke Hohnen.

In totaal hebben acht wetenschappers de training gevolgd in 2021. Op dinsdag 26 januari volgden vijf wetenschappers de training, op 3 september namen drie mensen deel aan de training (er waren helaas twee last minute afzeggingen). Ook hier gooide covid-19 roet in het eten, mede daarom was het animo wat lager dan we verwacht hadden. De trainingen van januari 2022, waarvoor we eind 2021 promotie hebben gemaakt, zijn beiden al aanmerkelijk drukker bezocht met totaal twaalf aanwezigen verspreid over twee dagen. We zijn blij met positieve reacties van wetenschappers die de training hebben gevolgd.

### *3. Bijeenkomst 'wetenschap en publiek'*

In het kader van Wetenschap werd er in 2021 één deelnemersbijeenkomst georganiseerd:

## Themabijeenkomst Wetenschap en publiek, 17 juni 15.00-17.00 uur via Zoom.

Dit was een kennisbijeenkomst waarbij de wetenschap(per) centraal stond. Hoe en waarom doen wetenschappers aan wetenschapscommunicatie? Hoe kunnen we het netwerk tussen musea en wetenschappers verbeteren? Hoe laten we beiden partijen elkaars waarde inzien? En wat hebben wetenschappers en musea van elkaar nodig om een MJU-lezing tot een succes te maken voor het museum, de wetenschapper en de kinderen?

Tijdens deze bijeenkomst kwamen drie verschillende sprekers aan het woord die vanuit hun expertise ingingen op dit onderwerp. Er waren zo'n vijftien mensen aanwezig van de MJU en de VSC. De bijeenkomst werd minder druk bezocht dan gehoopt, maar degenen die aanwezig waren, gaven aan veel nuttige tips te hebben gekregen en waardevolle inzichten te hebben opgedaan. De bijeenkomst is opgenomen en later met de musea gedeeld.

**Programma**

| | |
|---|---|
| 15.00 - 15.10 u | Welkom en introductie door Bibi Heuvelink (MJU) en Marianne Benning (VSC) |
| 15.10 - 15.40 u | Wetenschap(per) en samenleving; veranderingen in de sector door Dr. Mariette Oosterwegel (KNAW) |
| 15.40 - 16.10 u | Persoonlijke ervaringen van een MJU-wetenschapper door Dr. Martijn Manders (programmaleider Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed en hoofddocent Universiteit Leiden) |
| 16.10 - 16.20 u | Korte pauze |
| 15.20 - 16.50 u | Training wetenschapscommunicatie voor kinderen door Marieke Hohnen (freelancer op gebied van wetenschapscommnicatie- en educatie) |
| 16.50 - 17.00 u | Afsluiting door Marianne Benning |

### *Evaluerend*

We merken dat het bestaan van de makelaar wetenschap voor potentiele deelnemers van de MJU erg interessant is, met name onder de kleinere musea die minder mankracht hebben. Dus dit is zeker iets dat we willen voortzetten. Tot dusver zocht de makelaar wetenschap actief naar wetenschappers, op basis van de hulpvragen van musea. We bespraken dat het ook interessant kan zijn om het model om te draaien en vanuit de bril van de wetenschappers te zoeken naar een museumpodium dat bij hen past. Na overleg met de KNAW werd hier in 2021 al een eerste concrete stap gezet, met een oproep aan de wetenschappers van 'Faces of Science. Vijf wetenschappers reageerden direct zeer enthousiast en drie daarvan zijn daadwerkelijk aan een museum gekoppeld voor een lezing (in de toekomst).

We zullen in 2022 verder met de VSC en de KNAW nadenken over hoe we de pro-actieve rol van de makelaar wetenschap ook de komende jaren kunnen ontwikkelen.

## Kennisdeling

Een belangrijke pijler van het project *MJU Onderzoekt!* is kennisdeling. We hebben hier goeddeels gehoor aan kunnen geven door het organiseren van deelnemersbijeenkomsten voor de musea, maar we waren ook van plan naar het Museumcongres van de Nederlandse Museumvereniging en de Ecsite Conferentie te gaan en daar zelfs wanneer mogelijk een workshop of sessie over de voortgang van ons project te geven. Door corona gingen beide evenementen niet door zoals gepland en zijn we er niet bij aanwezig geweest. Uiteraard hebben we onze ervaringen en resultaten nauwgezet genoteerd, zodat we aan het einde van het project een mooie publicatie kunnen maken met geleerde lessen, tips & tricks, valkuilen en 'gouden inzichten'.

# Marketing- en communicatie

**De MJU heeft een trouwe achterban, die bereikt wordt door middel van een nieuwsbrief die naar zo'n 15.000 abonnees wordt verstuurd wanneer de inschrijvingen voor de nieuwe collegereeksen opengaan. Daarnaast is de MJU actief op Facebook en Instagram, omdat hier bij uitstek de ouders van de brongroep te bereiken zijn. Door samenwerkingen met Kidsweek, Kidsproof, Museumkids en Museumvereniging bereikten we ook in kennis en cultuur geïnteresseerde ouders en kinderen die de MJU nog niet kenden. Door het slim inzetten van de Google Grants bereikten we een nog breder potentieel van de doelgroep online. De marketingcampagne heeft jaarlijks twee pieken bij de opening van de inschrijvingen voor de nieuwe collegereeksen.**

## Marketingcommunicatiedoelstellingen

1. Verhogen van de merkbekendheid van de MuseumJeugdUniversiteit
2. Verhogen van het aantal studenten bij de colleges
3. Nieuwe doelgroepen aanspreken: kinderen van 8 tot 12 jaar met een niet-westerse en sociaaleconomisch diverse achtergrond en
4. Bekend komen te staan als plek voor álle nieuwsgierige kinderen

## Communicatiedoelgroepen

### Hoofddoelgroep

- Ouders (de beslissers) van nieuwsgierige kinderen van 8 t/m 12 jaar (met een cultureel en sociaal-economisch diverse achtergrond).

### Subdoelgroep

- Nieuwsgierige kinderen van 8 t/m 12 jaar (met een cultureel en sociaal-economisch diverse achtergrond).

De doelgroep van de MJU zijn kinderen van 8 t/m 12 jaar, maar in de communicatie richten we ons in eerste instantie op de ouders (de beslissers). Alle communicatie is zo vormgegeven en geschreven dat het ook voor kinderen aantrekkelijk is. Zij zullen met hun ouders meekijken en meebeslissen over het al dan niet volgen van een collegereeks.

## Strategie

Om de genoemde marketingdoelstellingen te bereiken, werd er een communicatiecampagne gevoerd op twee niveaus: landelijk door het projectbureau en op lokaal/regionaal door de deelnemende musea. De deelnemende musea kunnen hiervoor materiaal gebruiken dat is ontwikkeld door de Museum-JeugdUniversiteit of zelf producten ontwikkelen met de ingrediënten uit de huisstijl. Landelijk werd er gebruik gemaakt van een crossmediale benadering, met offline (advertenties, evenement, posters en flyers) en online middelen (vlogs, facebook- en instagramposts en advertenties, eigen en externe e-nieuwsbrieven en de website).

## Samenwerkingen

Door samen te werken met andere partijen versterken we elkaar en kunnen we elkaars doelgroepen een toegevoegde waarde bieden. Met Kidsweek hebben we een barterdeal waarbij wij 2 advertenties per jaar in de krant krijgen en 4 berichten in de e-nieuwsbrieven. Door de samenwerking met de Museumvereniging worden de vlogs bij de desbetreffende museumpagina's gepost op de website museumkids.nl en krijgen we regelmatig ruimte in nieuwsbrieven en social media. Met Kidsproof hebben we de afspraak om 4 keer per jaar (tijdens de verzendmomenten van de MJU nieuwsbrief) in elkaars nieuwsbrieven aandacht te geven aan elkaar.

## Online campagne

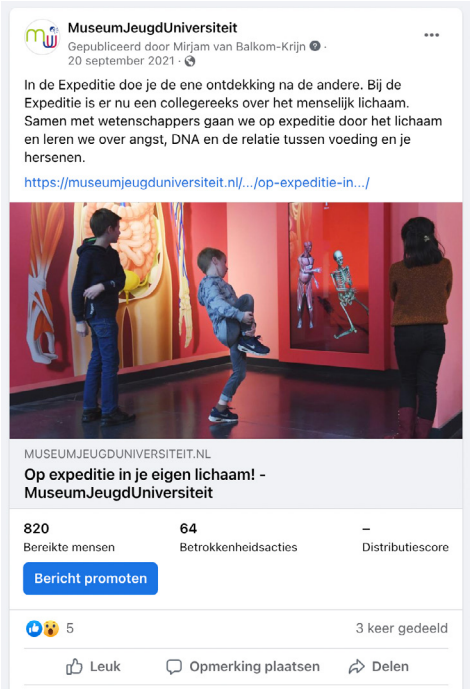
Via social media zetten we gericht in op de hoofddoelgroep ouders. Via deze kanalen wordt het publiek geïnformeerd over de start van de activiteiten en binden we het publiek aan het merk MJU. Door unieke content houden we de volgers geboeid. De volgers van Facebook en -vooral- Instagram stijgen gestaag.

### Facebook

- 2198 pagina's-vind-ik-leuks
- In de actieve maanden komen er 10-15 personen bij per maand.
- Nieuwe pagina's-vind-ik-leuks 2021: 85
- Bereik: afhankelijk van het museum/bericht tussen 250 en 2000.
  Onderwerp, museum en goed getagde berichten zorgen voor de verschillen.
- Regelmatig communicatie tussen MJU en FB-gebruikers

### Instagram

- 632 volgers
- In de actieve maanden komen er iets meer dan 30 personen bij per maand.
- Nieuwe volgers 2021: 187



De website heeft een sleutelrol: de site informeert alle potentiële bezoekers over de aankomende reeksen en bundelt het complete aanbod van de musea op overzichtelijke wijze. Inschrijven gebeurt via de website. De website heeft een aantrekkelijke look en feel voor kinderen, zodat ze zich aangesproken voelen wanneer ze met hun ouders het aanbod bekijken.
De website van MJU is het afgelopen jaar 69.900 keer bezocht. Dit is een daling van 16% ten opzichte van 2020. Belangrijk hierbij is het feit dat 2021 een volledig coronajaar was en 2020 zeer voorspoedig van start ging. Extra van belang is erop te wijzen dat 2021, ondanks corona, een groeiend website-bezoek laat zien ten opzichte van 2018 en 2019.

Google Adds Via Google Adds werden potentiële bezoekers naar de website geleid. Voor elke vlog, video, en collegereeks werd een advertentie aangemaakt. Bureau INTK beheert de gratis in te zetten advertenties waar we via Google Grants over beschikken. De resultaten van 2021 waren boven verwachting, zeker gezien de pandemie: met 35% van het totaal aantal online bezoeken is de Google Ad Grants het belangrijkste kanaal voor online bezoeken aan de website van de MJU. Dat komt neer op 24.530 online bezoekers! De beste maand in 2021 was augustus met 11.437 bezoeken.
Via de Google Ads krijgen we gemiddeld 2.177 bezoeken per maand. Met 335.665 impressies, 26.122 bezoeken en een gemiddelde CTR van 8%, hebben de Google Adds hun waarde meer dan bewezen.

De periodieke digitale nieuwsbrief (4x per jaar) informeert de achterban van zo'n 15.000 nieuwsbrief-abonnees dat de inschrijvingen geopend zijn en later dat de inschrijvingen bijna sluiten.

## Aandacht voorjaarsreeks 2022

### Nieuwsbriefitems/redactionele aandacht

- Kidsproof nieuwsbriefitem
- Wild van Freek nieuwsbriefitem
- National Geographic nieuwsbriefitem
- Kidsweek nieuwsbriefitem
- Aandacht op Kidsproof website
- 10 verschillende regio-pagina's op Kidsproof

### Advertenties

- Kidsweek

# Financiën

## REALISATIE MJU 2021

**Regulier + Project**
MJU 2021
bedragen incl. BTW

**Project MJU Onderzoekt loopt van 1 april 2020 t/m 31 augustus 2022**
**PROJECTJAAR 2 van 3**
**2021**

| Dekking reguliere organisatie & project | status | BEGROTING 2021 | REALISATIE 2021 | REALISATIE 2020 |
|---|---|---|---|---|
| Inkomsten musea | schatting | € 23.910,63 | € 16.175,50 | € 15.713,40 |
| Schenking Fries Museum (in kind) | toegekend | € 2.541,00 | € 2.541,00 | € 2.541,00 |
| Nederlandse Museumvereniging | ingetrokken | | € - | € 15.000,00 |
| Hendrik Muller Fonds | toegekend | € 10.000,00 | € 10.000,00 | € - |
| Overige fondsen | | € 5.000,00 | - | - |
| Mondriaan Fonds | toegekend | € 32.000,00 | € 32.000,00 | € 12.000,00 |
| Kidsweek | in kind (barter) | € 12.596,10 | € 14.340,00 | € 12.596,10 |
| VSB Fonds | toegekend | € 23.000,00 | € 23.000,00 | € 10.000,00 |
| Schenking/kwijtschelding RMO | | | | € 3.334,00 |
| Af: niet ontvangen debiteuren | | | | € -843,00 |
| SUBTOTAAL | | € 109.047,73 | € 98.056,50 | € 70.341,50 |

| KOSTEN REGULIERE ORGANISATIE | | BEGROOT | REALISATIE | REALISATIE |
|---|---|---|---|---|
| **Personeel** | | **€ 23.513,97** | **€ 21.334,01** | **€ 17.390,91** |
| Projectleiding (0,175 fte freelance á € 66,55 per uur ) | € 12.260,97 | | 11.648,01 | |
| Communicatiemedewerker (0,1 fte freelance á € 48,40 per uur ) | € 8.712,00 | | 7.145,00 | |
| Secretariële ondersteuning (0,05 fte à €36,30- per uur) (in kind) | € 2.541,00 | | 2.541,00 | |
| **Collegereeksen** | | **€ 2.400,00** | **€ 2.687,66** | **€ 2.286,17** |
| Drukwerk collegekaarten en diploma's | € 2.400,00 | | | |
| **Bureau** | | **€ 550,00** | **€ 399,20** | **€ 853,26** |
| Kantoorkosten | € 400,00 | | 399,20 | |
| Reiskosten | € 150,00 | | - | |
| Lening Rijksmuseum van Oudheden (2/3) | | **€ -** | **€ -** | **€ -** |
| **Communicatie** | | **€ 1.786,50** | **€ 1.096,82** | **€ 3.494,94** |
| Onderhoud en hosting website | € 786,50 | | 404,75 | |
| Nieuwsbrief credits Mailchimp | € 1.000,00 | | 692,07 | |
| SUBTOTAAL | | € 28.250,47 | € 25.517,69 | € 24.025,28 |

| KOSTEN PROJECT | | BEGROOT | REALISATIE | REALISATIE |
|---|---|---|---|---|
| **Personeel** | | **€ 15.639,25** | **€ 19.003,95** | **€ 4.591,95** |
| Projectleiding (0,125 fte freelance á € 66,55 per uur ) | € 15.639,25 | | 19.003,95 | |
| **Onderzoek en uitvoering** | | **€ 34.500,00** | **€ 28.708,18** | **€ 9.077,28** |
| Makelaar Diversiteit | € 11.300,00 | | 8.705,35 | |
| Makelaar Wetenschap | € 8.500,00 | | 5.302,83 | |
| Onderzoek Studio Moio | € 14.700,00 | | 14.700,00 | |
| **Uitvoering experimenten** | | **€ 1.500,00** | **€ 1.438,09** | **€ 1.438,09** |
| afschaffing collegeld twv € 25,- | € 500,00 | | - | |
| drukwerk /promotie | - | | 638,09 | |
| overig | € 1.000,00 | | 800,00 | |
| **Bureau** | | **€ 1.450,00** | **€ 1.431,92** | **€ 1.431,92** |
| Kantoorkosten | € 250,00 | | 725,72 | |
| Reiskosten | € 500,00 | | 83,76 | |
| Boekhouding | € 700,00 | | 622,44 | |
| **Netwerk** | | **€ 1.500,00** | **€ 1.186,34** | **€ 1.186,34** |
| Deelnemersbijeenkomsten (2x per jaar) | € 1.000,00 | | 1.186,34 | |
| Inspriratiebijeenkomsten VSC (2x per jaar) | € 500,00 | | - | |
| **Kennisdeling** | | **€ 600,00** | **€ -** | **€ -** |
| Museumcongres (entree, reis- en verblijfkosten) | € 600,00 | | - | |
| Ecsite Conferentie (entree, reis- en verblijfkosten) | - | | - | |
| Publicatie (schrijven en vormgeving) | - | | - | |
| **Communicatie** | | **€ 28.080,90** | **€ 22.940,61** | **€ 17.626,44** |
| Aanpassingen website | € 1.500,00 | | 536,50 | |
| Vloggers (reiskosten, perskaarten, editing) | € 3.500,00 | | 139,15 | |
| Adwords begeleiding INTK | € 3.484,80 | | 3.484,80 | |
| Nieuwe middelen nav onderzoek | € 5.000,00 | | 3.326,75 | |
| Marketing via Kidsweek | € 12.596,10 | | 14.340,00 | |
| Overig | € 2.000,00 | | 1.113,41 | |
| Onvoorzien | | **€ 980,79** | **€ 445,82** | **€ 605,00** |
| SUBTOTAAL | | € 84.250,94 | € 75.154,91 | € 35.957,02 |

**BEGROOT**

| | | | |
|---|---|---|---|
| TOTAAL DEKKING REGULIER + PROJECT | € 109.047,73 | € 98.056,50 | € 70.341,50 |
| TOTAAL KOSTEN REGULIER + PROJECT | € 112.501,41 | € 100.672,60 | € 59.982,30 |
| SALDO | € (3.453,68) | € (2.616,10) | € 10.359,20 |

| **Balans per 31 december** | 31.12.2021 | 31.12.2020 |
|---|---|---|
| | € | € |
| **Activa:** | | |
| Debiteuren | 1.879 | 764 |
| Vooruitbetaalde kosten | 3.485 | 3.485 |
| Liquide middelen | 53.170 | 101.545 |
| Totale activa | 58.534 | 105.794 |
| | | |
| **Passiva:** | | |
| Reserves en fondsen | 13.061 | 15.677 |
| Kortlopende schulden: | | |
| Crediteuren | 16.673 | 6.317 |
| Vooruitontvangen subsidie | 28.800 | 83.800 |
| Totale passiva | 58.534 | 105.794 |

| | 31.12.2021 | 31.12.2020 |
|---|---|---|
| | € | € |
| **Debiteuren:** | | |
| - Stichting Natura Docet | 213 | - |
| - Nationaal Onderwijsmuseum | 558 | - |
| - Nemo | 231 | |
| - Prinsenhof | 367 | |
| - Museumfabriek Twente | 199 | |
| - Beeld en Geluid | 311 | |
| - MOVE | - | 440 |
| - Markiezenhof | - | 324 |
| | 1.879 | 764 |
| **Vooruitbetaalde kosten** | | |
| - Google Ads beheer 2021 | 3.485 | 3.485 |
| | | |
| **Liquide middelen** | | |
| - Triodos | 53.170 | 101.545 |

| | 2021 | 2020 |
|---|---|---|
| | € | € |
| **Reserves en fondsen** | | |
| Stand 1 januari van het verslagjaar | 15.677 | 1.261 |
| Resultaat boekjaar | -2.616 | 14.416 |
| Stand 31 december van het verslagjaar | 13.061 | 15.677 |

| | 31.12.2021 | 31.12.2020 |
|---|---|---|
| | € | € |
| **Crediteuren** | | |
| - M. Krijn, 2021MJU05/1 4e kwartaal | 5.000 | - |
| - Azahaf Advies & Training, wzh diversiteitsmakelaar 2021 | 4.959 | - |
| - B. Heuvelink, projectleiding november en december | 4.259 | 3.860 |
| - Studio Moio, Materiaalkosten en meerwerk experimenten | 1.284 | - |
| - M.Krijn, 2021MJU01/2 | 1.128 | - |
| - Bankkosten Triodos Q4 2020 | 43 | 41 |
| - C. Sohilait, editen vlog december | | 85 |
| - Roos Verkleij. Publiekshistoricus, meerwerk opnems collegevideos | | 605 |
| - VSC, wetenschapsmusea en science centre, wetenschapsmakelaar 2020 | | 1.727 |
| | 16.673 | 6.318 |

| **Vooruitontvangen subsidies** | | | Oorspronkelijke max. bijdrage | Titel | Datum toekenning |
|---|---|---|---|---|---|
| - Mondriaan Fonds | 16.800 | 48.800 | 64.000 | *Samenwerking Musea MJU Onderzoekt!* | 20-12-2019 |
| - VSB Fonds | 12.000 | 35.000 | 45.000 | *MJU Onderzoekt!* | 20-01-2020 |
| | 28.800 | 83.800 | 109.000 | | |

## Toelichting

Door de pandemie en de verschillende lockdowns zijn er minder musea die een collegereeks hebben georganiseerd dan verwacht. Daarnaast hebben er ook minder kinderen deelgenomen dan verwacht. De deelnemende musea betalen per semester een deelname fee om de organisatie van de colleges en de marketing daarvan mogelijk te maken, en de kinderen betalen per collegereeks een bedrag. De eigen inkomsten zijn dus een stuk lager dan aanvankelijk begroot. Bovendien heeft de Nederlandse Museumvereniging de steun aan de MJU met € 15.000,- per jaar opgezegd, en hebben we dat met ingang van 2021 niet meer ontvangen. Gelukkig hebben we voor de ondersteuning van de reguliere organisatie een mooie bijdrage van het Hendrik Muller Fonds mogen ontvangen. Het project *MJU Onderzoekt!* wordt mogelijk gemaakt door het Mondriaan Fonds en het VSBfonds.

### *Deelnemersbijdrage musea*

Per collegereeks geldt een starttarief van € 150,-, ongeacht hoeveel reeksen (bijvoorbeeld een Bachelor en een Master) er worden georganiseerd in één semester. Daarnaast betalen de musea € 1,50 per student per college en € 1,- per student voor een set van diploma en collegekaart. Sinds 1 januari 2019 mogen de musea binnen een bandbreedte van € 5,00 – 7,50 per college zelf bepalen hoeveel ze de studenten in rekening brengen.

# Organisatie

## Bestuur

Kris Callens, directeur Fries Museum en Keramiekmuseum Princessehof, voorzitter
Marja van der Putten, directeur KNAW Wetenschapsfondsen Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen, vice-voorzitter
Yuri Matteman, Hoofd Educatie bij Naturalis, secretaris
Marc de Beyer, directeur van Museum Gouda, penningmeester

Wim Weijland, directeur Rijksmuseum van Oudheden, heeft per 1 februari 2021 het bestuur verlaten. Daarom is ook het vestigingsadres aangepast van Leiden naar Leeuwarden (Fries Museum):

Wilhelminaplein 92
8911 BS Leeuwarden

Postadres:
Postbus 1239
8900 CE Leeuwarden

Alle bestuursleden staan ingeschreven bij de Kamer van Koophandel. Het bestuur heeft in 2021 een bestuursaansprakelijkheidsverzekering afgesloten.

## Projectbureau

Bibi Heuvelink, De Nieuwe Collectie, projectleider
Elisabeth van der Sluijs, Fries Museum - medewerker Partners & Relaties, bij de MJU secretarieel medewerker
Mirjam van Balkom, communicatiemedewerker
Chantal Sohilait, De Nieuwe Collectie, ontwerper en montage vlogs

## Medewerkers project *MJU Onderzoekt!*

Nathalie Lecina, Studio Moio, projectleider casestudies diversiteit
Khadija Azahaf, diversiteitsmakelaar (ivm persoonlijke omstandigheden later vervangen door Mirjam van Balkom)
Marianne Benning, VSC, wetenschapsmakelaar

## Partners

VSC – Vereniging Science Centra
KNAW – Koninklijke Akademie voor Wetenschappen
Nederlandse Museumvereniging / Museumkids
Kidsweek
Kidsproof

## Deelnemende musea

De MJU streeft naar een zo groot mogelijke diversiteit in musea. Zowel wat betreft museumcollecties als geografische locatie. Recente deelnemers zijn onder meer:

Airborne Museum Hartenstein, Allard Pierson Museum, Beeld en Geluid Den Haag, Cosmos Sterrenwacht, De Museumfabriek, Discovery Museum, Fries Museum, Hortus Botanicus Leiden, Huis van Hilde, Kasteel Doorwerth, Kunsthal Kade, Limburgs Museum, Natuurhistorisch Museum Maastricht, Natuurhistorisch Museum Rotterdam, Nederlands Openluchtmuseum, Mondriaanhuis, Museon, Move Mobility Experience, Museumfabriek, Museum Flehite, Museum Gouda, Museum Prinsenhof Delft, Museum 't Houten Huis, Nationaal Onderwijsmuseum, Natura Docet Wonderryck Twente, Naturalis, Nederlands Watermuseum, NEMO Science Museum, Oyfo Techniekmuseum, Rijksmuseum Boerhaave, Rijksmuseum van Oudheden, SieboldHuis, Sonnenborgh Museum en Sterrenwacht, Tresoar, Universiteitsmuseum Utrecht, Van 't Lindenhoutmuseum en Zeeuws Maritiem MuZEEUm.

## Governance Code Cultuur 2021

**De negen principes van Governance Code Cultuur bij de MuseumJeugdUniversiteit**

### *1. Het bestuur is verantwoordelijk voor het in acht nemen van Code.*

- Het bestuur van de Museumjeugduniversiteit past de Governance Code Cultuur sinds 2017 toe en maakt dit kenbaar in het jaarverslag en op de website.
- De toepassing van de principes van deze code sluit aan bij de doelstelling, aard en omvang van de stichting Museumjeuduniversiteit. Soms wordt afgeweken van een praktijkaanbeveling. Aard en omvang van de organisatie of aanwezige kennis en ervaring leveren hiervoor de motieven.
- Het bestuur agendeert de code jaarlijks en bekijkt of verbeteringen wenselijk zijn.

### *2. Het bestuur kiest het besturingsmodel van de organisatie bewust.*

- De stichting hanteert het bestuur-model, vastgelegd in de statuten van 15 januari 2016 en handhaaft dit besturingsmodel bewust.
- Op de ANBI-pagina op de site wordt het bestuur-model toegelicht.

### 3. *De directeur-bestuurder is verantwoordelijk voor de organisatie en is in- en extern duidelijk over de taken, bevoegdheden en werkwijze.*

- De stichting kent geen directeur-bestuurder en heeft één medewerker die als zelfstandige facturen voor verleende diensten stuurt. Er is derhalve geen directiereglement vastgesteld
- Deze medewerker heeft vier keer per jaar een vergadering met het bestuur. Dit is in 2021 gebeurd.
- De belangrijkste uitvoerende en strategische beslissingen worden in de notulen van het bestuur vastgelegd waarbij er aandacht is voor met het onderkennen en beheersen van risico's.
- In de herziene en op 13 juli 2021 vastgestelde nieuwe statuten van de stichting Museumjeugduniversiteit is benoemd welke besluiten in ieder geval aan het bestuur worden voorgelegd.
- Nieuwe relevante wet- en regelgeving, bijvoorbeeld op het gebied van de ANBI-status worden nageleefd en toegepast.

### 4. *Het bestuur stelt rechtspositie en bezoldiging van de medewerker(s) van de Stichting Museumjeugduniversiteit zorgvuldig vast en is hierover zo open mogelijk.*

- Over honorering wordt besloten na het indienen van een offerte door de medewerker(s), vergezeld van een plan van aanpak en een urenindicatie.
- Het bestuur beslist over benoeming, beoordeling, bezoldiging, schorsing en ontslag van de medewerker(s).

### 5. *Het bestuur legt zijn taken, verantwoordelijkheden en werkwijze vast en handelt daarnaar.*

- Een verslag van het bestuur maakt deel uit van dit jaarverslag. Het bestuur vergaderde in 2019 vier keer en liet zich leiden door het culturele, economische en maatschappelijke belang van de stichting Museumjeugduniversiteit.
- Er is nog geen bestuursreglement vastgesteld waarin de onderlinge portefeuilleverdeling, de werkwijze van het bestuur, de omgang met de medewerker(s) en hoe om te gaan met eventuele tegenstrijdige belangen zijn opgenomen.
- Het bestuur heeft zijn functioneren niet besproken in de vorm van een schriftelijk evaluatie.
- Jaarlijks bespreekt de voorzitter van het bestuur het functioneren van de medewerker(s) en brengt verslag uit in de vergadering.
- De medewerker heeft naast de vergaderingen regelmatig contact met de individuele leden van het bestuur, die haar op actieve, anticiperende en reflecterende wijze adviezen verstrekken. Dit is gebeurd, vooral in relatie tot het voorbereiden van subsidieaanvragen.
- Het bestuur kent een vast aantal onderwerpen dat tot het besturen behoort, zoals realisatie van doelstellingen van de Stichting, strategie, risicobeheer, financieel beleid en fondsenwerving.

## 6. *Het bestuur is verantwoordelijk voor zijn samenstelling: hij waarborgt deskundigheid, diversiteit en onafhankelijkheid.*

- De samenstelling van het bestuur is als volgt:

| | Kris Callens (1973) | Marja van der Putten (1956) | Yuri Matteman (1975) | Marc de Beyer (1971) |
|---|---|---|---|---|
| **Functie in bestuur** | Voorzitter | Vice-voorzitter | Secretaris | Penningmeester |
| **Functie in samenleving** | Directeur-bestuurder Fries Museum en Keramiekmuseum Princessehof | Directeur KNAW Wetenschapsfondsen | Hoofd Educatie Naturalis | Directeur Museum Gouda |
| **Datum aantreden** | 01/2016 | 06/2016 | 02/2021 | 02/2021 |
| **Einde 1e termijn** | 01/2020 | 06/2020 | 12/2021 | 02/2024 |
| **Einde 2de termijn** | 01/2024 | 06/2024 | geen | 02/2028 |
| **Compententie 1** | Directievoering Musea | Wetenschaps-communicatie | Educatie, Fondsen-werving, Netwerk | |
| **Relevante nevenfuncties** | Lid Raad van Advies Kolleksjesintrum Fryslân, Lid DOLCI (Directie-Overleg Leeuwarder Culturele Instellingen), Bestuurslid Wassenbergh-Clarijs-Fontein Stichting, Secretaris Stichting Hora Siccama van de Harkstede, Bestuurslid Club Diplomatique Fryslân, Lid stakeholdersgroep Noordelijk Cultuurfonds VNO-NCW, Lid Friesch Kabinet, Lid Raad van Advies Vliegbasis Leeuwarden, Lid bestuur Binnenstadsmanagement Leeuwarden | geen | Voorzitter Stichting EEFA, Bestuurslid Plein C, Penningmeester Stichting Nederlandse Natuurhis-torische Collecties (SNNC). | Commissielid Monitoringscommissie Musea, Raad voor Cultuur en Presentator Nu te Zien!, AVROTROS. |

- Het bestuur bestaat uit drie leden, statutair mogen dit er 3 of meer zijn. De zittingstermijn voor de leden is tweemaal een periode van vier jaar. Er is een gefaseerd openbaar rooster van aftreden.
- Bij iedere benoeming wordt de profielschets van het nieuwe lid van het bestuur besproken. Dit is in 2020 gebeurd bij een profielschets voor een nieuw lid, te benoemen in 2021.
- Elk lid kan het beleid op hoofdlijnen beoordelen en heeft daarnaast enkele specifieke competenties en/of netwerken.
- Herbenoeming van een lid vindt plaats na overweging, gelet op actuele omstandigheden en op de profielschets. Van herbenoeming was in 2021 geen sprake.

### 7. *Het bestuur geeft tevoren aan welke inzet van de leden wordt verwacht en welke eventuele vergoeding daar tegenover staat.*

- Ieder lid heeft voldoende tijd voor de vervulling van zijn functie. Er is geen frequente afwezigheid geconstateerd.
- Er is geen vergoeding voor de leden van het bestuur, ook niet voor reiskosten.
- De voorzitter bereidt met de medewerker de agenda voor, leidt de vergaderingen, zorgt voor de juiste informatievoorziening en voor zorgvuldige besluitvorming en ziet toe op het functioneren van het bestuur.
- De medewerker maakt de notulen van de bestuursvergadering.

### 8. *Bestuurders vermijden elke vorm van belangenverstrengeling. Het bestuur ziet hierop toe.*

- De stichting verstrekt aan leden van het bestuur en aan de medewerker(s) geen persoonlijke leningen en garanties. In deze jaarrekening worden de drie belangrijkste relevante neven-functies van de leden van het bestuur opgenomen. De overige nevenactiviteiten zijn zichtbaar via de publieke LinkedIn-profielen van de leden van het bestuur.
- Ieder lid heeft een onafhankelijke en kritische bijdrage aan de besluitvorming. Het bestuur heeft zich vergewist van de onafhankelijkheid van zijn leden. Het bestuur is verantwoordelijk voor de besluitvorming over hoe de instelling met tegenstrijdige belangen om gaat.
- De voorzitter van de Stichting is in het dagelijks leven directeur van het Fries Museum. Zijn secretariaat vervult op onbezoldigde basis de navolgende taken: het voeren van de financiële en reguliere administratie. Bij afwezigheid medewerker is zij de achterwacht. Hier is geen sprake van belangenverstrengeling.
- Lid Van der Putten werkt in het dagelijks leven bij de KNAW. Hier is geen sprake van belangenverstrengeling.
- Lid Matteman is in het dagelijks leven hoofd educatie van Naturalis. Hier is geen sprake van belangenverstrengeling.
- Lid De Beyer is in het dagelijks leven directeur van Museum Gouda. Hier is geen sprake van belangenverstrengeling.

### 9. *Het bestuur is verantwoordelijk voor het financieel beleid en het risicobeheer.*

- De medewerker en – namens het bestuur – de penningmeester zijn verantwoordelijk voor de opgemaakte financiële verslagen en de interne procedures. Het bestuur ziet erop toe dat dit volgens de afgesproken normen gebeurt.
- Het bestuur heeft een accountant benoemt voor controle op de jaarrekening. Dit is Volkert Renes van AAB Finance.