

MUSEUM DORESTAD VERHUIST!

6 redenen om bij te dragen aan een nieuwe vaste tentoonstelling voor Museum Dorestad en een 'Dorestad Experience'

1 - Het unieke verhaal van Dorestad: wereldhaven in de middeleeuwen

Dorestad

Het verhaal van de handelsplaats Dorestad is uniek. Dorestad was van het einde van de 7e tot het midden van de 9e eeuw een van de belangrijkste en succesvolste internationale handelsplaatsen in Noordwest-Europa. Dat grote succes is deels terug te voeren naar de strategische ligging van de stad: bij een splitsing van rivieren (verschillende takken van de Rijn) en bij de overblijfselen van een voormalig Romeins castellum. Tegenwoordig ligt hier de plaats Wijk bij Duurstede. Een goede ligging is een belangrijke voorwaarde maar daarmee is nog niet een florerende handelsstad gegarandeerd. Dorestad verwierf zijn opmerkelijke positie doordat er zowel langeafstands- als regionale handel en productie plaatsvond. Dáár moest je als handelaar en koopman zijn. Ook bijzonder: hier kwamen de christelijke Franken en de niet-christelijke noordelijke gebieden met elkaar in aanraking. Niet voor niets bezocht Bonifatius in 716 Dorestad om de Friezen en Saksen te bekeren! Tot begin 8e eeuw was de stad vaak de inzet in de oorlog tussen de Friezen en de Franken. Rond 719 kwam Dorestad definitief in Frankische handen. Dorestad kende een bloeitijd tijdens het bewind van de Frankische koning Karel de Grote (768-814 na Chr.). Rond 840 droeg zijn kleinzoon de stad over aan de Deense broers Rorik en Harald. Rond het midden van de 9e eeuw raakte Dorestad in verval.

Nederlands DNA en de 1e Gouden Eeuw

Handel – en dan met name over water – zit in het Nederlandse DNA. De bloeitijd van Dorestad wordt wel beschouwd als de 1e Gouden Eeuw van Nederland. De Hanzetijd als de 2e en de VOC-tijd als de 3e. De Gouden Eeuw van Dorestad duurde het langst van deze drie 'Gouden Eeuwen'.

Dezelfde status als Rotterdam ...

Dorestad vervulde in haar tijd dezelfde functie als Rotterdam heden ten dage. Het was een opslag-overslag- en doorvoerhaven. In de toen bekende wereld was Dorestad de grootste en bedrijvigste handelshaven van Noordwest-Europa, met recht een wereldhaven in de middeleeuwen.

... en groter dan Amsterdam

Het geschatte inwoneraantal van Nederland in die tijd lag rond de 25.000 inwoners. Het inwonertal van Dorestad tijdens haar bloeitijd wordt op 2500 tot 3000 geschat. Rond de 10 procent van de hele Nederlandse bevolking woonde dus in Dorestad! Ter vergelijking: in 2019 woont 'slechts' 5 procent van de inwoners van Nederland in Amsterdam. Wat een metropool moet Dorestad in de vroege middeleeuwen zijn geweest. Ook nog eens omdat het aandeel 'buitenlanders' heel hoog moet zijn geweest.

Het Troje en Atlantis van de Nederlandse archeologie

Met 200 jaar Dorestad in de bodem, een enorm bodemoppervlak aan onderzocht gebied en meer dan 150 jaar opgravingsgeschiedenis wordt Dorestad wel beschouwd als het Troje van de archeologische sites in Noordwest-Europa. Een aanzienlijk deel van de vondsten in het depot van het Rijksmuseum van Oudheden in Leiden komt uit Dorestad.

Dorestad was onder Nederlandse historici en archeologen lange tijd een mythe. Het bestaan van de stad was uit geschreven historische bronnen bekend, maar waar lag Dorestad nou precies? Fysiek bewijs was er niet. Tot in 1846 in een veld buiten Wijk bij Duurstede grote hoeveelheden dierenbotten en andere voedselresten werden gevonden. Na bestudering stelden archeologen

vast dat dit de plek is waar eens het mythische Dorestad heeft gelegen en gefloreerd. Het Nederlandse Atlantis was ontdekt!

De Fibula van Dorestad: een topstuk van de Nederlandse archeologie



De Nederlandse archeologie kent een aantal topstukken die exemplarisch zijn voor een bepaald tijdvak. Het topstuk van de vroege middeleeuwen komt uit Dorestad: een fibula of mantelspeld van goud, versierd met cloisonnéwerk en ingelegd met verschillende kleuren glas, almandijn en parels. Elke Nederlandse archeoloog zal op zijn toptienlijst van de mooiste en meest kenmerkende stukken uit de Nederlandse archeologie deze fibula van Dorestad noemen. Bij het 200-jarig bestaan van het Rijks Museum voor Oudheden (het RMO) in 2018 is de fibula zelfs uitgekozen als illustratie in de herdenkingszegel. Het verhaal van de fibula (en de relatie van Museum Dorestad met het RMO) krijgen een belangrijke plaats in het museum.

En dan ook nog de Vikingen!

Mensen kennen Dorestad gewoonlijk niet van Karel de Grote of Bonifatius, de 1e Gouden Eeuw of als het Nederlandse Troje of Atlantis. Dorestad staat beter bekend als plaats die verwoest is door



de Vikingen. De historische schoolplaat van Isings *De Noormannen voor Dorestad* is daar in belangrijke mate debet aan. Al is de ondergang van Dorestad niet alleen te wijten aan invallen door de Vikingen, het neemt niet weg dat het (cliché)beeld van de plunderende en moordende Vikingen heel geschikt is om bezoekers naar het vernieuwde Museum Dorestad te lokken. Om vervolgens daar het échte verhaal van de opkomst en ondergang van Dorestad te vertellen.

Brandpunt van het Tijdvak van Monniken en Ridders

Museum Dorestad is dé plek om te vertellen over het 3^e tijdvak van de Nederlandse geschiedenis: het Tijdvak van Monniken en Ridders (500-1000 na Chr.). Alle vondsten en verhalen uit die tijd zijn samengebond in het verhaal van Dorestad zoals bijvoorbeeld de verspreiding van het Christendom of de opkomst van de Islam. Museum Dorestad is toe aan een nieuwe vaste tentoonstelling waar het verhaal van dit tijdvak op een moderne en aansprekende manier wordt verteld.

2 - Continuïteit door samenwerking met de VVV

Naast de intentieverklaring van het gemeentebestuur voor langdurige exploitatie-ondersteuning (bijlage 3a) biedt de samenwerking met de VVV op de nieuwe locatie het museum meer continuïteit op de lange termijn, en uiteenlopende kosten- en samenwerkingsvoordelen. Zo krijgen de VVV en het museum één gezamenlijke balie. De vrijwilligers van de balie worden samengevoegd, waardoor de openstellingsuren van zowel het museum als de VVV verruimd kunnen worden. Bovendien is er te putten uit een grotere groep vrijwilligers, waardoor de openstelling meer bedrijfszekerheid biedt. De coördinator van de VVV verzorgt de werving en training van de medewerkers en de gezamenlijke balie van museum en VVV. De frisse, nieuwe uitstraling van het gebouw en de prettiger werkomstandigheden zal de werving van nieuwe vrijwilligers vergemakkelijken. De museum- en de VVV-winkel worden samengevoegd en krijgen een gezamenlijk kassasysteem. De verwachting is dat met name het museum hiervan zal

profiteren. De verkoop van boeken over de geschiedenis van Wijk bij Duurstede zal naar verwachting een impuls krijgen.

De pr-medewerker van de VVV zal de pr en marketing voor het museum op zich nemen. Daarmee zijn twee kerntaken van het museum – ontvangst van bezoekers en de marketing en communicatie – geregeld en veiliggesteld.

3 - Het verhaal van Museum Dorestad: actieve, betrokken en deskundige burgers

De collectie: inhoud, beheer, presentatie en educatie

Een belangrijk aandachtspunt is of er nu en in de toekomst voldoende deskundigheid is om het inhoudelijke verhaal van het museum (de vroege middeleeuwen en in het bijzonder de handelsplaats Dorestad) te vertellen, de collectie te beheren en een professionele presentatie en educatie te kunnen geven. Museum Dorestad is zich daarvan bewust en heeft daartoe een aantal acties genomen die de kwaliteit van het museum voor langere tijd garanderen.

Inhoud en beheer: prijswinnende conservator

Museum Dorestad prijst zich gelukkig met de zeer deskundig en betrokken conservator Luit van der Tuuk, die zich belangeloos voor het museum inzet. Hij wordt door vakgenoten dermate hooggeacht dat hij in 2013 de W.A. van Es-prijs in ontvangst heeft genomen voor zijn publicatie: 'De eerste Gouden Eeuw. Handel en scheepvaart in de vroege middeleeuwen'. Deze jaarlijkse prijs van de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed gaat naar (jong) onderzoekstalent in de Nederlandse archeologie. De lijst publicaties van Van der Tuuk over Dorestad en de vroege middeleeuwen groeit gestaag. Zijn boeken zijn bestsellers in de museumwinkel. Onze conservator beschouwt zich als 'cultureel ondernemer' en bestaat van de opbrengst van zijn boeken.

Presentatie en educatie: prijswinnende partner

Inhoudelijke deskundigheid gaat vanzelfsprekend hand in hand met een goede publieksoverdracht. Daarom gaat Museum Dorestad voor de nieuwe vaste tentoonstelling en de bijbehorende educatieve onderdelen in zee met bureau Podium. Dit ontwerpbureau heeft een aansprekend en vernieuwend tentoonstellingsplan voor Museum Dorestad gemaakt (zie bijlage 4a en 4b). Nieuwe vaste museale tentoonstellingen van Podium krijgen regelmatig een nominatie voor de ANWB-verkiezing het *Leukste uitje van ...* Podium ontvangt regelmatig een Comenius EduMedia Award of Zegel voor hun educatieve programma's. (Zie www.podiumvooronderwijs.nl zoek op prijzenkast).

Presentatie en educatie: nieuwe doelgroepen en nieuwe middelen

Met een nieuwe inrichting op een nieuwe locatie wil Museum Dorestad naast de bestaande doelgroepen – Museumkaarthouders, 50-plussers en gezinnen met kinderen – ook nieuwe doelgroepen bereiken. Naast een moderne en aansprekende vaste tentoonstelling waarin het verhaal van Dorestad wordt verteld komt er daarom een 'Dorestad Experience' en komen er extra tentoonstellingsonderdelen zoals interactieve games (bijlage 4b).

Met de Dorestad Experience op de zolder van de nieuwe locatie en de interactieve games in de nieuwe tentoonstelling spelen we in op verjonging en verbreding van de (bestaande) doelgroepen. De experience is een (multi)mediapresentatie in een historisch decor waarbij bezoekers met een schip in Dorestad aankomen. De ervaring moet bezoekers uitlokken om 'teasers' uit de experience te downloaden op hun smartphone en via sociale media te verspreiden onder familie en vrienden. Bezoekers zijn de beste 'pr-medewerkers' en 'marketeers' van het museum. Andere projecten om nieuwe doelgroepen te bereiken zijn het (succesvolle) Vakantie Doe Boekje en de 'Zaal-voor-Allemaal' (zie elders in deze notitie).

Een museum dat kansen ziet en naar buiten treedt

Het museumbestuur heeft de aangezegde verhuizing als kans gezien om het museum te herpositioneren en moderniseren en de continuïteit te waarborgen. Sinds 2014 draagt een vernieuwd bestuur samen met de conservator het unieke verhaal van Dorestad en (de verhuizing van) het museum uit. Het bestuur laat zien en onderbouwt dat de historie van de stad het Unique Selling Point (USP) van Wijk bij Duurstede is. Hun acties zijn succesvol gebleken. Zie de campagne voor stadspromotie onder het motto *Wijk bij Duurstede: kleine stad, grote geschiedenis* die met inzet van actieve stadsbewoners heeft bijgedragen aan meer museumbezoekers, meer wisseltentoonstellingen en grotere betrokkenheid van scholen bij educatieprogramma's.

Door, voor en met de inwoners

Op de nieuwe locatie zal het nieuwe museum met nog meer enthousiasme de werkzaamheden voortzetten en nog meer actieve burgers betrekken bij de oude en jonge geschiedenis van Wijk bij Duurstede. Dat doet het museum door samen met de inwoners van Wijk bij Duurstede geschiedenistentoonstellingen te maken in de Zaal-voor-Allemaal, door met de VVV, de centrummanager en de stuurgroep stadspromotie en de horecaondernemers en winkeliers te vertellen over de bijzondere geschiedenis van Dorestad.

Trots gemeentebestuur

Het gemeentebestuur – het College en de gemeenteraad – is trots op de bijdrage die het museum levert aan het verbinden van de Wijkse gemeenschap door hen de rijke geschiedenis te tonen. Het gemeentebestuur is zich ervan bewust dat actief burgerschap ruimhartig ondersteund moet worden. Ze doet dat in woord en daad. In daad door een ruimhartig krediet – 1,35 miljoen – voor de verbouwing voor het nieuwe museum (bijlage 3d) en door een intentieverklaring voor langjarige exploitatiesubsidie. Doordat het nieuwe museumgebouw met de investering van de gemeente klimaatneutraal zal zijn zullen de exploitatielasten lager uitvallen, wat bijdraagt aan de continuïteit van het museum op de lange termijn.

4 - De tijd is rijp voor een (ver)nieuw(d) museum

Historie in de stadspromotie

De gemeente Wijk bij Duurstede is volop aan de slag met stadspromotie. Daartoe is een Visie Stadspromotie opgesteld. Kern van die visie is dat historie beschouwd wordt als USP van de binnenstad van Wijk bij Duurstede. Parallel hieraan is de gemeente bezig met het opstellen van een visie Recreatie en Toerisme. Ook hierin zal historie een belangrijk speerpunt zijn. Een en ander is het gevolg van de aandacht die Museum Dorestad de afgelopen jaren heeft gevraagd voor de unieke geschiedenis van Wijk bij Duurstede en de mogelijk aanzuigende werking hiervan op recreanten en toeristen. De stadspromotie is in 2018 gestart.

Van de periferie naar het centrum

Museum Dorestad gaat op voorstel van de gemeente verhuizen van de locatie in de Muntstraat naar de Markt. Het museum verhuist letterlijk van een plek in de periferie naar het sfeervolle en drukbezochte centrum van Wijk bij Duurstede. De Markt is een geweldige nieuwe locatie voor Museum Dorestad.

Sleutelproject

De komst van het museum naar het oude stadhuis op de Markt in Wijk bij Duurstede is een sleutelproject in de binnenstadontwikkeling. De gemeente wil daarom de kostbare restauratie, verbouwing en verduurzaming van 1,35 miljoen euro aan het pand financieren om de komst van

het museum mogelijk te maken. Bij die verbouwing is veel aandacht voor de architectonische kwaliteit en de duurzame exploitatie van het gebouw. De duurzame exploitatie komt tot uitdrukking in de energiezuinigheid van het gebouw en de stimulans voor cultureel ondernemerschap door bijvoorbeeld zaalverhuur voor ontvangsten en vergaderingen. De horecaondernemers en winkeliers in de binnenstad zien met de komst van het museum naar het historisch stadshart kansen voor meer horeca- en winkelbezoek.

Centrummanager

Een actie uit de Visie Stads promotie is de aanstelling van een centrummanager voor een periode van 3 jaar. Van 2018 tot en met 2020 zal de centrummanager, in samenwerking met de Stuurgroep Stads promotie, de VVV en het museum, werken aan de promotie van de binnenstad en de unieke geschiedenis van Dorestad die het museum op een aansprekende en vernieuwende wijze zal presenteren. Een mooi startpunt is dat de binnenstad van Wijk bij Duurstede in juni 2017 op Zoover met 73 procent van de stemmen verkozen is tot 'Meest idyllische binnenstad van Nederland'.

Kleine stad, grote geschiedenis

Door inspanningen van het museum en de Visie Stads promotie zijn inmiddels veel particuliere en maatschappelijke partijen ervan overtuigd dat de historie de binnenstad promotie en centrumontwikkeling ondersteunt en versterkt. De slogan voor de stads promotie *Wijk bij Duurstede: kleine stad, grote geschiedenis* zien velen als een geschikte vlag om gezamenlijk onder te varen. Begin 2018 is de stads promotie van start gegaan. Meer informatie staat op de website www.merkwijkbijduurstede.nl.

Bouw vikingschip

In 2018 is een groep vrijwilligers in een voormalige sporthal (de Vikinghal) begonnen met de bouw van een vikingvrachtschip van 14 meter lang en 3,3 meter breed. Het vrachtschip is een natuurgetrouwe replica van het Skuldelev 3 in het Vikingschipmuseum in Roskilde. Het schip is klaar bij de opening van het nieuwe Museum Dorestad en zal in de haven van Wijk bij Duurstede komen te liggen en van daaruit tochten gaan maken.

5 - Ondertussen actief: organisatieontwikkeling, vernieuwing en initiatieven

Actief in de 'tussentijd'

De oude locatie van Museum Dorestad is op 1 oktober 2017 gesloten. De opening van de nieuwe locatie wordt eind 2020 of begin 2021 verwacht. In de 'tussentijd' ontplooit Museum Dorestad op de tijdelijke locatie een veelheid aan initiatieven en vernieuwingen om als museum zichtbaar te blijven en een vliegende start te maken bij de opening van het nieuwe museum.

Organisatieontwikkeling

Het museum- en het VVV-bestuur hebben vast overleg over de structurele samenwerking en de verdeling van taken. Er worden concrete afspraken gemaakt over de inzet van de coördinator en de marketingmedewerker van de VVV. Daarnaast komen er bijvoorbeeld afspraken over de inrichting van de gezamenlijke winkel en het gezamenlijke kassasysteem. Het museumbestuur heeft al een goede conservator gevonden voor de 'Zaal-voor-Allemaal'.

Vernieuwing: (Vakantie) Doe Boekje

De educatie gaat op de tijdelijke locatie door en is sinds 2018 vernieuwd met het *Vakantie Doe Boekje*. 2000 exemplaren zijn uitgedeeld aan de groepen 5 en 6 van de basisscholen in Wijk bij

Duurstede, Cothen, Langbroek en Odijk. Het boekje is een groot succes en leidt tot meer aanmeldingen voor de educatieprogramma's van Museum Dorestad.

Vernieuwing: Pop-Up museum

In 2019 gaat op Openmonumentendag het Pop-Up Museum open. Op vijf plekken in de historische binnenstad en op de nieuwe locatie van het museum wordt verteld over de Romeinse Limes, de handelsplaats Dorestad, David van Bourgondië en het nieuwe Museum Dorestad. Het Pop-Up Museum is ontwikkeld in samenwerking met de centrummanager, de VVV en de Ondernemersvereniging Binnenstad Wijk bij Duurstede. Een uitgestippelde route voert langs de locaties in de binnenstad. Wanneer het Pop-Up Museum positief wordt ontvangen, zal het blijvend als publiekstrekker voor het nieuwe Museum Dorestad worden ingezet.

Initiatief: 'Zaal-voor-Allemaal'

Met de Zaal-voor-Allemaal richt Museum Dorestad zich op twee lastige doelgroepen: de eigen inwoners en middelbare scholieren. Elk museum worstelt met het verschijnsel dat de eigen bevolking nauwelijks het plaatselijke museum bezoekt. Museum Dorestad wil dit ondervangen door een Zaal-voor-Allemaal. Daar krijgen inwoners uit de gemeente Wijk bij Duurstede en middelbare schoolklassen de gelegenheid om zelf een tentoonstelling te maken over een periode, onderwerp of thema uit de Wijkse geschiedenis. Denk aan de WABO (Werkhovense Autobus Onderneming) of het treintje van Doorn naar Wijk bij Duurstede. Als conservator voor de Zaal-voor-Allemaal zal Wim van Amerongen optreden, een plaatselijke beroemdheid en researcher en publicist over Wijkse geschiedenis. Het museum stelt budget beschikbaar om de gewenste tentoonstelling te maken. De Zaal-voor-Allemaal krijgt aldus een eigen programmering die interessant is voor de inwoners (uit de omgeving) van Wijk bij Duurstede.

Initiatief: 'Dorestad' Lange Afstandswandelpaden

Een opkomende toeristische trend is 'Slow Tourism': het aloude langeafstandswandelen. Museum Dorestad is daarop ingehaakt met de ontwikkeling van een 'Bonifatius Pelgrimspad' van Dorestad naar Dokkum. Een volgende wandelroute wordt het 'Vikingpad' van Wieringen (het Viking Informatie Centrum) via Wijk bij Duurstede naar Asselt (Vikingkamp). Een deel van de wandelaars zal een bezoek aan Museum Dorestad willen brengen.

Initiatief: Naar Santiago di Compostella

Onder 'Slow Tourism' wordt ook pelgrimeren gevat: wandelen of fietsen langs een uitgezette (historische) route. De 'Camino', het pelgrimspad naar Santiago de Compostella, is de meest bekende route. Het Nederlands Genootschap van Sint Jacob wil in Nederland een aanlooproute vanaf de Waddenkust via St Jacobiparochie, Utrecht en Den Bosch naar Wallonië maken, waar een van de routes start. De Camino der Lage Landen krijgt – mede door de lobby van Museum Dorestad – Wijk bij Duurstede als etappeplaats.

Een ondernemend museum

De vernieuwingen en initiatieven komen tot stand door de ondernemende bestuurscultuur van het museum die op een bijzondere en aansprekende manier historie, recreatie, toerisme en economie op lokaal, regionaal en nationaal niveau weet te verbinden en daarmee nieuwe perspectieven voor de stad en het museum laat ontstaan.

6 – Het resultaat: een sprong voorwaarts in de bezoekersaantallen

De nieuwe tentoonstelling – inclusief de Dorestad Experience en de interactieve educatieve games – is alleen te realiseren met een bijdrage van fondsen en andere externe geldgevers. Museum Dorestad beoogt met deze vernieuwingen de bezoekersaantallen en inkomsten sterk te vergroten en de continuïteit van het museum te waarborgen. Naast de inhoudelijke vernieuwing en modernisering van de tentoonstelling zullen de bezoekersaantallen ook stijgen door de nieuwe centrale ligging van het museum in het historische centrum, de vernieuwing van het gezamenlijke onderkomen met de VVV met een verbeterde en aantrekkelijke ingang en de geplande gezamenlijke marketinginspanningen. De marketing en promotie voor Museum Dorestad en de historische binnenstad zal de komende jaren intensief zijn door de campagne voor stads promotie onder het motto *Kleine stad grote geschiedenis*, de inzet van de drie Kromme Rijnstreek-gemeenten met de campagne *Verhalen uit de Kromme Rijnstreek* en de promotie van Wijk bij Duurstede in het Nationaal Park Utrechtse Heuvelrug (jaarlijks 1,8 miljoen overnachtingen).

Een flinke toename van het aantal bezoekers is reëel. Bij de VVV komen jaarlijks nu al meer dan 35.000 mensen over de drempel. De VVV en Museum Dorestad denken samen te groeien naar 45.000 tot 50.000 drempeloverschrijdingen per jaar. Eenmaal binnen bij de VVV ligt een bezoek aan Museum Dorestad voor de hand. VVV en museum verwachten 15.000 tot 17.500 van de VVV-bezoekers te kunnen verleiden tot een museumbezoek. De drempel is relatief laag omdat een groot aantal over een Museumkaart zal beschikken. (Bij Museum Dorestad toont 70 procent van de bezoekers een Museumkaart). 17.500 bezoekers betekent een vervijfvoudiging van het huidige bezoekersaantal. De stijgende aantallen recreanten en toeristen in de provincie Utrecht versterkt het vertrouwen dat dit bezoekersaantal haalbaar is. Ook de jaarlijkse bezoekcijfers van de musea in Utrecht (bron Museumvereniging) geven aanleiding tot optimisme over de interesse voor Museum Dorestad. Deze stijging in bezoekersaantallen en recete uit kaartverkoop is uiteindelijk de beste garantie voor continuïteit.