

Interview met Willem Bijleveld,  
directeur van Het Scheepvaartmuseum

# Een pretpark met inhoud



VEERLE CORSTENS

Twee containerdeuren gaan open. Achter die geribbelde deuren begint op vier schermen een filmprojectie. We zien afmerende schepen, trossen die los worden gegooid, containers die uitgeladen worden en goederen die hun weg vervolgen en uiteindelijk in de schappen van de supermarkt terechtkomen. In Het Scheepvaartmuseum worden nieuwe middelen om bezoekers te raken niet geschuwd. Volgens directeur Willem Bijleveld gaat het om de emotie in een museum, niet alleen om de objecten maar ook om de verhalen erachter.



Het gebouw van Het Scheepvaartmuseum heeft de afgelopen jaren een metamorfose ondergaan. Daar is het niet bij gebleven, want de inhoud van het museum is eveneens volledig veranderd. Het doel van Bijleveld is om nieuwe mensen te trekken, ook mensen die nog nooit in hun leven in een museum zijn geweest. En dat doe je volgens Bijleveld niet met 'moeilijke museale dingen als tekstbordjes'. Achter ieder object dat tentoongesteld wordt zit een emotie, en het is de taak van het museum om die te laten zien. Dus prachtige oude globes worden geëxposeerd en de scheepsschilderkunst wordt getoond, maar er is ook een nieuwe belevenis die 'De Zeereis' heet. Een multimediale *experience* waar je zelf moet meeroeien en je ook midden in een storm terechtkomt.

## EFTELING-BELEVENIS

Dat het museum hiermee een Efteling-

belevenis zal worden ziet Bijleveld niet als kritiek maar juist als een compliment. 'Als we zo'n vorm kunnen bereiken dan is dat geweldig. Met dit verschil dat er bij ons echte verhalen verteld worden in plaats van sprookjes. Het mag qua vorm een pretpark zijn, maar dan met museale inhoud.' Bijleveld, van oorsprong astronoom en voormalig directeur van Madame Tussauds, is niet bang voor entertainment. Tegelijkertijd krijgt hij glimmende ogen als hij vertelt over de zeeslag bij Gibraltar, afgebeeld op een schilderij uit de collectie zeevaartschilderkunst.

Want nieuwe multimediatentoonstellingen ten spijt, natuurlijk draait het in Het Scheepvaartmuseum ook om de prachtige collecties navigatieinstrumenten, globes, scheepsornamenten en bijzondere schilderijen. Daar tussendoor lopend zie je het enthousiasme van Bijleveld groeien. Hij rakelt moeiteloos jaartallen en

historische gebeurtenissen op en is vooral blij dat er nu meer publiek zal komen kijken dan ten tijde van het oude museum. 'Dat was leuk voor de liefhebber, maar saai!'

De vernieuwing is niet zonder grondig marktonderzoek gegaan. Onderzoeksbureau Motivaction onderzocht vele van de tentoonstellingen voordat ze gemaakt werden. 'Zo kwamen we erachter dat de presentatie over de Amsterdamse haven niet alleen een bezoekerscentrum moest worden. Wij wilden een hedendaagse tentoonstelling maken, maar uit het testpanel bleek dat er ook behoefte was om de geschiedenis van de haven te laten zien.' De nieuwe aanpak komt vooral voort uit doelgroepdenken. Het Scheepvaartmuseum had al de aandacht van de maritieme liefhebber, nu komen daar dankzij bijvoorbeeld een kleutertentoonstelling met lichtgevende kwalpenknuffels en een educatieve zaal over de walvis, ook gezinnen bij en bezoekers die überhaupt nog nooit een museum van binnen hebben gezien. Daarom heeft Bijleveld bij zijn begroting ingezet op 300.000 bezoekers per jaar. 'Maar het worden er 400.000', zegt hij zelfverzekerd. Aan overtuiging ontbreekt het de 59-jarige directeur niet. Hij is zichtbaar opgetogen na de vijf openingen die het museum beleefde in het eerste weekend van oktober. Zijn werk is de afgelopen jaren duidelijk niet in 36 uur per week gedaan, toch lijkt het hem gemakkelijk af te gaan. Het enthousiasme spat ervan af. Van de stad Amsterdam kreeg hij dan ook de Frans Banninck Cocq Penning. Bijleveld is er verguld mee dat de stad hem heeft geëerd, volgens hem omdat hij een vergeten museum op de kaart heeft gezet.



---

*Mensen lezen tekstbordjes langer dan dat ze naar een schilderij kijken, dat is toch zonde?*

---

#### GELIJKE HORIZONTEN

Maar niet alleen nieuwe tentoonstellingen zijn geïnstalleerd, ook de presentatie van de reeds aanwezige schilderijen is aangepast. De werken hangen niet allemaal op dezelfde hoogte, maar als je goed kijkt zijn de horizons van de werken wel op één lijn. 'Een kunsthistoricus zou het nooit zo doen, maar het geeft een levendig effect omdat de schilderijen verschillende formaten hebben. Het lijkt te dansen, maar het is stabiel', zegt Bijleveld. Door een zwarte glimmende ondergrond onder de schilderijen wordt het idee van zee gewekt, met een reling als afscheiding tussen wandelpad en kunst. Zo krijgt de bezoeker het gevoel op het land te lopen terwijl de schilderijen als het ware in het water staan. Omdat de vloer ook een beetje ongelijk loopt, lijkt het soms zelfs alsof hij zich op een boot bevindt. Maar dat is geen opzet, het gebouw is simpelweg niet helemaal recht.

Het licht in de zalen is gedimd, zodat de schilderijen nog beter kunnen worden uitgelicht. Volgens Bijleveld zijn er fantastische lichtontwerpers aan de slag geweest: 'Er staan natuurlijk lampen op een schilderij gericht,

maar ook drie kleine spots die de witpartijen uitlichten. Daardoor krijg je veel meer diepte in het schilderij.' De schilderijen glimmen ook allemaal van de verse vernis; tijdens de verbouwing was er alle tijd om de doeken schoon te maken en te restaureren. De tekstbordjes ernaast zijn zo beknopt mogelijk gehouden, Bijleveld legt uit waarom: 'Mensen lezen tekstbordjes langer dan dat ze naar een schilderij kijken, dat is toch zonde?'

Enmaal binnen valt het oog al snel op het grootste maritieme schilderij dat Nederland rijk is, de *Zeeslag bij Gibraltar* van Cornelis Claesz. van Wieringen. Bijleveld brandt direct los: 'Op dit doek is de Hollands-Zeeuwse vloot te zien die de Spaans-Portugese vloot verslaat. Dat heeft geleid tot het Twaalfjarig Bestand, en daarmee de succesvolle ontwikkeling van de VOC. De route naar Indië werd veel beter toegankelijk en dat heeft de VOC vleugels gegeven. Het schilderij is zo mooi opgeknapt, dat je prachtige details veel beter ziet. Kijk bijvoorbeeld eens naar de matroos in de mast links op het doek. Hij is de vlag van het schip van de vice-admiraal aan het strijken, dat was het teken dat de strijd wel zo'n beetje gestre-



den was. Levensgevaarlijk werk, maar wel honderd gulden waard.'

Ernaast hangt het *modello* dat Van Wieringen maakte ter voorbereiding op de definitieve versie, aangekocht mede dankzij de Vereniging Rembrandt (zie over deze aanwinst pp. 20-24). 'Dit is mooi om naast elkaar te hangen, zo zie je de ontwikkeling van een schilderij. Want zo'n groot werk komt natuurlijk niet in één keer tot stand.'

Dat er vaak heel wat vooraf gaat aan het maken van een schilderij wil het museum ook in de vierde zaal met 20ste-eeuwse scheepvaartkunst laten zien. Het gaf de kunstenaar Peter van Dongen opdracht om een nieuw schilderij speciaal voor het museum te maken. In een documentaire die naast zijn werk te zien is, werkt van Dongen aan zijn doek, dat de Afrika-Holland Lijn in beeld brengt.

Hier zien we hoe hij in negen maanden tijd van een 'hatelijk wit doek' tot een voltooid schilderij komt. 'Dit staat model voor alle schilderijen', volgens Bijleveld.

Terug in de eerste zaal zien we een penschilderij van Ludolf Backhuysen dat eveneens door de Vereniging Rembrandt werd gesteund. Voor maritieme schilderijen is deze techniek zeer geschikt, weet Bijleveld. 'Met olieverf wordt de lucht mooi afgebeeld, de inkt kan de details van de schepen goed naar voren laten komen. Dit duurde wel drie keer zo lang, dus vreselijk veel van dit soort schilderijen zijn er niet gemaakt. Dit scheepspret van de Vrijheid is kunsthistorisch interessant omdat het een levendige penschildering is. Daarnaast is het documentair boeiend, want je ziet het maritieme bedrijf van Amsterdam goed in beeld. Als kleine bonus prijkt linksonder 's Lands Zeemagazijn, het

opslaggebouw van de Admiraliteit. Dit is het eerste schilderij waarop ons eigen gebouw te zien is', glimt hij.

De steun van de Vereniging Rembrandt is voor Het Scheepvaartmuseum essentieel. 'Op het moment dat we iets zien waarvan we denken dat het wel eens iets voor de Vereniging zou kunnen zijn, kloppen we daar eerst aan, daarna pas bij andere fondsen. Want als we steun hebben van de Vereniging volgen andere organisaties meestal snel. Zoals je ziet op het bordje bij het schilderij van Backhuysen: veertien namen van andere fondsen.'

Dat Bijleveld enthousiast is over de nieuwe opstelling moge duidelijk zijn, maar aan een kritische blik ontbreekt het hem niet. Een groot scherm waarop je kunt spelen met de details van een schilderij geeft niet de informatie die hij wil: 'Nou, dat moet ik nog even navragen. Hier kunnen



we meer informatie in plaatsen.' En in de derde zaal hangen volgens hem de horizonten nog niet helemaal gelijk. 'Dat moeten we nog bijstellen, ze staan te veel te dansen.'

#### LOGGESLAGEN NEDERLAND

De vernieuwing van het museum was hard nodig volgens Bijleveld. In zijn speech bij de heropening van het museum zegt hij dat Nederland is losgeslagen van zijn ankers. 'De samenhang ontbreekt in ons land en historische musea kunnen een belangrijke rol spelen in het binden van het land', denkt hij. Bijleveld vindt dat de betrokkenheid bij het maritieme verleden van Nederland ernstig is afgenomen en ziet het als de taak van het museum die terug te brengen. 'Niet alleen vroeger was de zeevaart cultuurbepalend voor Nederland, nog steeds is zeehandel belangrijk. Zeventig procent van de in- en export van producten vindt over zee plaats. Daarom moeten we onze eigen geschiedenis niet weggooien. Jammer genoeg is VOC-mentaliteit een haast besmet woord geworden, maar de ondernemersgeest kunnen we wel gebruiken.'

#### WEL VERHUUR, GEEN PARTYCENTRUM

Het Scheepvaartmuseum lijkt zijn tijd vooruit; vele kunstinstanties zijn nu in rep en roer vanwege de recessie

---

*We moeten de  
grootsheid van  
Nederland  
als zeevarende  
natie weer  
ervaren*

---

en de bezuinigingen, terwijl Het Scheepvaartmuseum allang andere manieren van fondsenwerven en het trekken van publiek heeft gevonden. Dat komt omdat er jaren geleden al vele signalen waren dat de overheid geen gespreid bedje meer zou zijn. De verbouwing is weliswaar betaald door de overheid, voor de inrichting zocht én vond het museum geld bij fondsen, bedrijfsleven en particulieren. Het Scheepvaartmuseum zoekt niet alleen nieuwe doelgroepen door de tentoonstelling aan te passen, ook biedt het vernieuwde museum ruimte voor evenementen. Bang dat Het Scheepvaartmuseum daardoor een ordinair partycentrum wordt, is Bijleveld niet. 'Er is altijd de historische context, iedere bijeenkomst is vol in contact met het monument waar het museum in huist. En zo werkt het niet alleen voor ons, elk museum kan volgens mij een manier vinden om midden in de gemeenschap te staan. Voor ons is dit door ons prachtige pand te verhuren, voor het lokale museum in De Rijp zijn er andere mogelijkheden.'

Het draagvlak in de maatschappij heeft hij ook geprobeerd te creëren met Het Compagnie Fonds. Nadat overheid, bedrijven en fondsen al miljoenen bijeen hadden gebracht voor de verbouwing moest er nog vier miljoen euro worden opgehaald.

En waarom niet bij particulieren?

In Het Compagnie Fonds zitten volgens oud VOC-model zeventien kamers. Die kamers worden weer bevolkt door zeventien heren en dames (dat laatste is dan weer niet VOC-gebruik), die allemaal uit liefde voor de Nederlandse scheepvaartgeschiedenis hebben bijgedragen.

Bijleveld zit er niet op te wachten om het PR-instrument van Nederland te worden, toch versterkt het museum het imago van Nederland enorm. 'PR vind ik zo hol, terwijl het me juist om de inhoud gaat. De verhalen zitten erin. Maar natuurlijk is het geen toeval dat een tentoonstelling over de Gouden Eeuw gaat, daar komen veel toeristen op af.' In die presentatie neemt acteur Waldemar Torenstra op levensgroot formaat ons mee met verhalen van een Engelse diplomaat, een globemaker, een zeemansvrouw, een kapitein, een slavin en een visserszoon. Ook in 'De Zeereis' komt er een BN-er aan te pas om het publiek mee te nemen. 'Bekende Nederlanders hebben nu eenmaal een stoppende kracht, een bekend persoon weet het publiek vast te houden en mee te nemen naar het verleden. En dat is wat er moet gebeuren, we moeten de grootsheid van Nederland als zeevarende natie weer ervaren.'

Veerle Corstens is freelance journaliste