

Han Heijmans: Passie

[Alleen Delfts Blauw, Oranje en Vermeer is achterhaald]

"De marketing van Delft teert te veel op oude glorie. Toeristen naar Delft trekken met alleen Delfts Blauw, Oranje en Vermeer is net zo achterhaald als Nederland verkopen met molentjes en klompen. Waarom zouden we helemaal niets doen met onze moderne Technische Universiteit, die internationaal hoog staat aangeschreven? Je hoeft Blauw, Oranje en Vermeer niet weg te gooien, maar techniek verdient wel een zichtbaarder plek als het gaat om de promotie van Delft."

Han Heijmans, directeur van het Techniek Museum Delft, mag zelf tijdens buitenlandse vakanties graag een universiteitswijk bezoeken. "Het is leuk om de sfeer van zo'n wijk te proeven", zegt hij. "Ook in Delft zou je excursies kunnen organiseren, naar faculteiten, de Botanische Tuin en technische bedrijven."

Dat 'techniek' er bij de marketing van Delft bij inschiet, kenmerkt de belangstelling ervoor in het algemeen. "Die is klein", weet de museumdirecteur. "Jammer, want iedereen heeft er wel mee te maken."

"We maken allemaal gebruik van techniek, maar niemand staat daar echt bij stil. Stroom komt uit de muur, net als melk uit een melkpak. Maar zo eenvoudig is het niet. Niemand hoeft van mij de wet van de zwaartekracht uit z'n hoofd te kennen, maar het zou wel goed zijn als meer mensen zich bewust zijn van de techniek die achter veel zaken verborgen zit. Nu hebben veel mensen het gevoel dat techniek hen niet aangaat, laat staan problemen die voortvloeien uit de techniek. Dat versterkt ook het gevoel dat bijvoorbeeld het dreigende energietekort niet hún probleem is, maar dat van een ander. En die mag het vervolgens ook oplossen. Besef van de zin en onzin van techniek helpt om er bewust mee om te gaan en mee te doen aan de discussie over nieuwe technieken, energietekorten en milieuproblemen. Passieve consumenten worden dan actieve meebeslissers en die zijn echt nodig!"

"Volwassenen hebben eigenlijk te lang met hun rug naar techniek toe gestaan. Het is heel moeilijk die houding nog te veranderen; daar is een omslag in het denken voor nodig. Om die omslag echt te realiseren, moet je bij de jeugd beginnen. In het Techniek Museum richten wij ons daarom met tentoonstellingen en workshops vooral op kinderen uit de bovenbouw van de basisschool en de onderbouw van het voortgezet onderwijs. Zij staan nog onbevangen tegenover techniek en open voor nieuwe ontwikkelingen. Als wij eind 2007 intensief gaan samenwerken met de Botanische Tuin, zijn we nog meer in staat via speelse elementen en creatieve ontwerpen de bezoekers onder te dompelen in techniek. Ze moeten het museum verlaten met vragen, niet met antwoorden."

Mijn parool is: niet leren, maar inspireren. Op zo'n manier dat er een generatie opgroeit die van jongs af geleerd heeft na te denken over techniek."

"We kunnen de voortgang van technische ontwikkelingen niet stopzetten. Dat zou een teruggang naar 17de-eeuwse taferelen betekenen. Daar zit niemand op te wachten. Als we door willen gaan op de manier waarop we nu leven, moet er iets worden gedaan aan de groeiende behoefte aan landbouwgrond, energie en grondstoffen, anders - zo is berekend - hebben we over vijftig jaar vier 'werelden' nodig om in onze behoeften te voorzien. Er moet dus iets veranderen. Ik hoop dat door een toenemend bewustzijn, ook onder de volwassen consumenten, een grotere betrokkenheid ontstaat bij technische ontwikkelingen, zodat we in onze behoeften voor de toekomst kunnen blijven voorzien."

tekst: Christine Steenks, foto: Stef Breukel

