

# PILOTFASE BOULEVARD VAN HET ACTUELE VERLEDEN

PLAN VAN AANPAK 6.6.2002

## VOORAF

Dit plan van aanpak beschrijft de pilot voor de Boulevard van het Actuele Verleden. Doel van de pilot is het beproeven van concepten die in de verkenningsfase door een stuurgroep in opdracht van de Minister zijn ontwikkeld.

De Boulevard van het Actuele Verleden verbindt het heden met het verleden, zodat het heden beter begrepen kan worden. Kennis over het verleden wordt toegankelijk gemaakt voor een breed publiek. De Boulevard legt zich toe op presentatie en educatie, gebruikmakend van de historische Collectie Nederland.

Onderdeel van het Boulevard-concept zoals ontwikkeld in de eerste fase is een thuisbasis in Den Haag. Die zal niet eerder dan in 2008 – 2010 gerealiseerd kunnen worden. Enkele concepten van de Boulevard kunnen echter wel worden uitgetest zoals de Virtuele Boulevard (via internet) en de ‘satelliet-programmering’ (de programmering op wisselende locaties in het land).

Het uitvoeren van een pilot wordt om verschillende redenen bepleit:

- Aan de maatschappelijke rol die de Boulevard kan spelen is nu grote behoefte. Juist nu spelen de vraagstukken rondom de Nederlandse identiteit, de Nederlandse samenleving waarin vele culturen elkaar ontmoeten, en de sociale implicaties daarvan.
- Voor de ontwikkeling van het maatschappelijke en politieke draagvlak voor de Boulevard is het nodig het concept aanschouwelijk te maken, tot leven te wekken.
- De Boulevard van het Actuele Verleden moet een netwerkorganisatie worden waarin veel cultuurinstellingen samenwerken. Omdat de ervaring leert dat het ontwikkelen van een dergelijke netwerkorganisatie zeer tijdrovend is, is het verstandig hiermee vast te beginnen.

Voorgesteld wordt de pilot vorm te geven als een project dat betrekkelijk bescheiden van omvang is en tot een snel succes gemaakt kan worden. Het voorgestelde project heeft een looptijd van twee jaar. De pilot-activiteiten vragen een verhoudingsgewijs gering budget, met de mogelijkheid daarop later voort te bouwen als de concepten van de Boulevard blijken aan te slaan.

Aan het Boulevard-initiatief wordt door de vijf oorspronkelijke initiatiefnemers (Nationaal Archief, Koninklijke Bibliotheek, Letterkundig Museum, Centraal Bureau voor Genealogie en Rijksbureau voor Kunsthistorische Documentatie) grote strategische waarde gehecht. Daarom zullen deze vijf naar vermogen aan de pilotfase van de Boulevard uit eigen middelen bijdragen.

## AANPAK

De voorgestelde aanpak bestaat uit de volgende elementen:

1. Aantrekken van een hoofdredacteur
2. Activiteiten onderbrengen in een stichting
3. Inrichten van een bureau voor ondersteunende activiteiten
4. Activiteitenprogramma, bestaande uit: 1) ontwikkelen van de Virtuele Boulevard, en 2) ontwikkelen van de ‘satelliet-programmering’ (de programmering op wisselende locaties in het land).

#### 1. Aantrekken van een hoofdredacteur

De Boulevard heeft een 'trekker' nodig die het project een gezicht geeft, en die de ontwikkeling van de Boulevard inhoudelijk richting kan geven. Deze hoofdredacteur moet weten hoe een breed publiek aan te spreken, en dient een onomstreden persoon te zijn. Andere eisen zijn: bindend vermogen, inhoudelijk gezag en het vermogen om het Boulevard-concept creatief te laten ontwikkelen.

#### 2. Activiteiten onderbrengen in een stichting

Op het moment van schrijven van dit voorstel wordt een stichting opgericht waarin de activiteiten van de Boulevard kunnen worden ondergebracht. In het bestuur van de stichting nemen onder meer plaats directeurs van een aantal betrokken instellingen.

#### 3. Inrichten van een bureau voor ondersteunende activiteiten

Voor aansturing en uitvoering van het onderstaande activiteitenprogramma wordt een bureau opgezet onder leiding van de hoofdredacteur. De Koninklijke Bibliotheek en het Nationaal Archief leveren voor dat bureau de menskracht en de faciliteiten.

#### 4. Activiteitenprogramma

De keuze van de uit te voeren activiteiten wordt sterk bepaald door het beschikbare budget. Mogelijk kunnen op basis van het OCenW-budget nog fondsen zoals het VSB-fonds, Fonds 1818 en de Mondriaanstichting, of commerciële partners zoals omroepen worden geïnteresseerd. Het activiteitenprogramma kan naar voortschrijdend inzicht worden aangepast.

##### 4.1 Ontwikkeling Virtuele Boulevard

In de verkenningsfase zijn met het New Yorkse bureau Thinc Design interactieve presentatieconcepten ontwikkeld waarmee de betekenis van de geschiedenis kan worden overgebracht op een breed publiek.<sup>1</sup> Een aantal van die concepten<sup>2</sup> zijn uitstekend te realiseren via het internet, gecombineerd met bijvoorbeeld gedrukt materiaal voor gebruik in de klas, of met andere publicaties.

Voorgesteld wordt nu een website te ontwikkelen die (ook) binnen Kennisnet beschikbaar wordt gesteld. De inhoudelijke thema's zullen nauw aansluiten bij lesmethoden voor de bovenbouw van het voortgezet onderwijs. Voor de programmering van de Virtuele Boulevard wordt een redactie samengesteld van onder anderen nieuwsredacteurs, televisieprogrammamakers, didactici, historici en conservatoren.

De Virtuele Boulevard zal inhoudelijk aansluiten bij programma's zoals Cultuurwijs (DEN), het Geheugen van Nederland (KB), Integraal Digitaal Archievenoverzicht (DIVA) en de Productiestraat (NWO). Voor de ontwikkeling van de Virtuele Boulevard zal worden samengewerkt in een netwerk van uiteenlopende partners, waaronder die welke al belangstelling in de Boulevard hebben getoond, zoals het televisieprogramma *Andere Tijden*, het Nederlands Audiovisueel Archief en het Internationaal Instituut voor Sociale Geschiedenis.

##### 4.2 Satelliet-programmering

De Boulevard van het Actuele Verleden moet al vrij snel naam maken. Dat kan door evenementen te organiseren (waarvan liefst één evenement jaarlijks), waar bijvoorbeeld een publicatie uit voortkomt, en door activiteiten te ontplooiën op verschillende locaties in Nederland. De regionale historische centra hebben zich al enthousiast getoond om een rol in die programmering te spelen. De openbare bibliotheken bieden eveneens een interessant netwerk van samenwerkingspartners.

---

<sup>1</sup> Zie *Boulevard van het Actuele Verleden, een initiatief tot verbinding van heden en verleden*, p. 25-37.

<sup>2</sup> Gedacht wordt bijvoorbeeld aan de concepten *Beperkte visie; Kluis van het verboden verleden* en *Mijn verleden*.

Mogelijke satelliet-activiteiten zijn:

- Een rondreizende geschiedenispresentatie voor schoolklassen. De presentatie is gebaseerd op één van de concepten die door Thinc Design zijn ontwikkeld, bijvoorbeeld het Hellende Vlak of het Café van de onzekere toekomst.<sup>3</sup> De presentatie kan telkens worden gestationeerd bij bijvoorbeeld één van de regionale historische centra (en wellicht telkens een eigen regionaal accent krijgen).[BD1]
- Toekenning van een jaarlijkse geschiedenisprijs. Deze stimuleringsprijs wordt bijvoorbeeld toegekend aan een auteur, programmamaker of instelling die van bijzondere betekenis is geweest voor de popularisering van de geschiedenis. De toekenning van de prijs wordt gekoppeld aan bijvoorbeeld een publicatie of een televisie-uitzending.
- Een tijdelijke presentatie in Den Haag, in samenwerking met partners als het Rijksmuseum, het Nederlands Audiovisueel Archief en/of het Instituut voor Publiek en Politiek.
- Het concept van de Boulevard bevat het onderdeel *Wie zijn de Nederlanders*. Dat concept zou uitstekend onderdeel kunnen uitmaken van de Nederlandse presentatie op de Expo 2005 in Japan. Een pilot daarvoor kan door de Boulevard worden ontwikkeld, en worden getest op een tijdelijke locatie in Nederland of daarbuiten[BD2].
- Publicaties, bijvoorbeeld in de vorm van een reeks essays over Nederlandse geschiedenis en identiteit.

## ONDERSTEUNING

### a) Marketing en communicatie

- Onafhankelijk van de vraag of bovenstaande of andere activiteiten worden uitgevoerd: de Boulevard moet snel een herkenbare organisatie worden. Er moet een strategie worden uitgezet voor de positionering en branding van de Boulevard, en vervolgens moet de Boulevard zich presenteren met een website (niet zozeer het 'product' Virtuele Boulevard, maar een corporate site met informatie over de Boulevard, deelnemers, etc, misschien aantrekkelijk gemaakt met regelmatig historisch nieuws), met nieuwsbrieven, een jaarverslag, maar ook briefpapier, etc.
- De Boulevard dient snel een breder draagvlak te krijgen in het culturele veld, dat wil zeggen dat het netwerk van partner-instellingen snel moet worden verbreed. Daaraan wordt automatisch gewerkt door activiteiten te ontwikkelen, maar daarnaast zal ook een inspanning geleverd moeten worden door presentaties te geven over het Boulevard-concept, één-op-één gesprekken te voeren, de 'interne communicatie' binnen het netwerk van instellingen te verzorgen, etc.
- Marketingcommunicatie ten behoeve van uit te voeren activiteiten.

### b) Voortgezet locatieonderzoek

Omdat de verkenningsfase van het Boulevard-project nog geen definitieve keuze voor de locatie heeft opgeleverd, is aanvullende locatiestudie nodig. Bij die studie moeten niet alleen twee plaatsen worden onderzocht en de mogelijke architectuur op die locaties, maar ook moet de samenhang worden onderzocht met het concept en het potentiële gebruik. Onderzoek dus bestaande uit conceptuele, marktonderzoeks-, stedenbouwkundige en architectonische componenten.

---

<sup>3</sup> Zie *Boulevard van het Actuele Verleden, een initiatief tot verbinding van heden en verleden*, p. 33.

LASTEN		Hoofd- posten	Sub- posten
<b>1. Hoofdredacteur</b> (maximaal 0,6 fte schaal 16)		<b>85.000</b>	
<b>2. Kosten van het bureau<sup>4</sup></b>		<b>200.670</b>	
zakelijk directeur (maximaal 1,0 fte schaal 12)			99.000
directiesecretariaat/management assistent (0,5 fte schaal 9)			35.175
inhoudelijke expertise (historisch, collecties, presentatie, etc.)			p.m. <sup>5</sup>
beleidsmatige ondersteuning (w.o. secretariaat bestuur en adviesraad)			p.m. <sup>6</sup>
communicatie (w.o. redactie van corporate site, folders, persberichten, kleine publicaties)(0,2 fte schaal 11)			17.640
webmaster (plaatsen van tekst en beeld op website, eenvoudig onderhoud en aanpassingen van structuur, eenvoudige digitalisering) (0,2 fte schaal 8)			12.570
financiële administratie (0,1 fte schaal 8)			6.285
40 m2 kantoorruimte, werkplekinrichting, kantoorbenodigdheden, post, repro, schoonmaak, ICT, webhosting, telecom, technische ondersteuning, beveiliging, receptie, energie.			p.m. <sup>7</sup>
werkbudget voor binnenlandse reizen, congresbezoek, representatie, opleiding en training, klein drukwerk etc.			30.000
<b>3. Activiteitenprogramma</b>			
<b>3.1 Ontwikkeling Virtuele Boulevard</b>		<b>280.000</b>	
conceptontwikkeling			30.000
ontwerp en bouw website; contentmanagementsysteem			125.000
beheer en onderhoud			30.000
redactie			75.000
digitalisering			20.000
<b>3.2 Satelliet-programmering</b>		<b>100.000</b>	
<b>4. Marketing en communicatie</b>		<b>235.000</b>	
advies branding, ontwikkeling huisstijl (logo, stationary, stramien voor nieuwsbrief en publicaties)			60.000
ontwikkelen corporate website			30.000
reclame en publiciteit, layout- en drukkosten van folders, nieuwsbrieven, jaarberichten en publicaties			145.000

<sup>4</sup> De benodigde inzet van hoofdredacteur en bureau-ondersteuning zal sterk afhangen van de hoeveelheid uit te voeren activiteiten, die weer sterk afhangen van de budgetten (fondsenwerving) die beschikbaar komen. Inzet zakelijk directeur mede afhankelijk van beschikbaarheid/inzet van de hoofdredacteur. Kostenraming salarissen op basis van maximum van de schaal.

<sup>5</sup> Deze kosten worden niet in de berekening betrokken.

<sup>6</sup> Deze kosten worden niet in de berekening betrokken.

<sup>7</sup> Deze kosten worden niet in de berekening betrokken.

<b>5. Voortgezet locatieonderzoek</b>		40.000	
stedenbouwkundige en architectonische studies			p.m. <sup>8</sup>
conceptuele en marktonderzoeksstudies			40.000
<b>6. Extern (strategisch, juridisch, communicatie-) advies</b>		60.000	
<b>Totaal</b>		1.000.670	

<b>BATEN</b>			
overschot Boulevard verkenningsfase januari-juni 2002			200.000
bijdrage 'de vijf' (alle kosten voor het bureau, kostenpost 4. De vijf initiatiefnemers zullen bijdragen in natura, dat wil zeggen door beschikking van middelen en formatie)			200.670
geoormerkte projectsubsidies, commerciële bijdragen			p.m. <sup>9</sup>
verkoop van publicaties; entreegelden			p.m. <sup>10</sup>
bijdragen andere (culturele) instellingen			p.m. <sup>11</sup>
gevraagde projectsubsidie OCenW			600.000
<b>Totaal</b>		1.000.670	

<sup>8</sup> Voor rekening van de gemeente Den Haag.

<sup>9</sup> Zie de tekst; er wordt niet op verwerving van deze gelden vooruitgelopen.

<sup>10</sup> Deze inkomsten zullen waarschijnlijk – bij de beoogde schaal van de activiteiten, niet opwegen tegen de te verwachten kosten van administratie, verzending etc.

<sup>11</sup> Naar verwachting gering of nihil, gezien het feit dat bij deelname aan de Boulevard van de instellingen inzet van eigen middelen en personeel gevraagd zal worden.