

# HET NATIONAAL HISTORISCH MUSEUM

## EEN VISIE

Drs. Wim G. van der Weiden

Den Haag, Augustus 2006

# ‘Nationalisme ontstaat bij de gratie van het ontbreken van kennis over de eigen cultuur’

R.C.E. Tszelszky

*(Stelling bij proefschrift ‘De betekenisverandering van  
de Hongaarse kroon in vroegmodern perspectief’  
Groningen 2006)*

## Inhoud

1	Woord vooraf	4
2	Voor wie is het NHM bestemd?	5
3	Wat is er te zien en te doen?	6
4	Eigen collectie of bruiklenen?	10
5	Hoe verhoudt het NHM zich tot bestaande historische instituten en initiatieven?	11
6	Nieuwbouw of oudbouw? Waar staat het gebouw?	13
7	Wordt heel Nederland bereikt?	15
8	Hoe ziet de organisatie eruit?	16
9	Wat kost het NHM?	19
10	Ten besluit	21
<b>BIJLAGEN</b>		
1	Lijst van geïnterviewde personen	22
2	De 10 tijdvakken (Commissie De Rooy)	23
3	De 8 vertellingen (Geert Mak)	24
4	Het gedicht 'Lagen' door Willem van Toorn	25
5	De mobiele telefoon in het NHM	26
6	Bereik door Mediamix	28
7	Ter oriëntatie: 3 Nederlandse en 3 buitenlandse musea, budgetten en organisatie	29
8	CV Drs. Wim G. van der Weiden	30

## 1 WOORD VOORAF

Motie 249 (motie van het lid Verhagen c.s.) is de culminatie van een inmiddels jarenlange discussie over wel of geen Nationaal Historisch Museum (NHM). Voor- en tegenstanders bevonden zich onder alle bevolkingslagen, onder professionals en amateurs.

Het waarom van een dergelijk museum als tegenhanger van het door de regering voorgestelde Centrum voor Geschiedenis en Democratie (CGD) is genoegzaam belicht in het Kamerdebat van 27 juni 2006. De bijna Kamerbrede aanneming van de motie Verhagen betekent het einde van de discussie.

Daarom bevat deze visie geen historisch overzicht van alle tot nu toe genomen initiatieven en de vele naar aanleiding daarvan ingebrachte voors en tegens. De opsteller gaat uit van het gegeven dat er een Nationaal Historisch Museum komt. Met genoeg en overtuiging schetst hij welke de bases voor dat museum zouden moeten zijn.

Al datgene, wat in zijn ogen goed was in vorige of bestaande initiatieven, plannen of samenwerkingsverbanden, is in deze visie verwerkt. Specifiek wordt er overigens niet naar verwezen.

Bewust is wel gesproken met een aantal sleutelfiguren in het historische en museale veld. De gesprekken hebben zijn mening aangescherpt en verduidelijkt. De visie is op persoonlijke titel geschreven en gebaseerd op 35 jaar ervaring, nationaal en internationaal.

## 2 VOOR WIE IS HET NHM BESTEMD?

In principe is het NHM bestemd voor iedereen. Geen enkel museum kan echter alle inwoners van een land en/of alle buitenlandse bezoekers bekoren. Musea hopen dat wel, maar weten hoe weinig realistisch dat is. Vandaar dat (bijna) altijd wordt uitgegaan van een kerndoelgroep. Zo'n kerndoelgroep bepaalt de basis. Van daaruit wordt het aanbod voor andere doelgroepen samengesteld.

De Commissie Ontwikkeling Nederlandse Canon maakt 16 oktober 2006 bekend, wat iedere Nederlander minimaal in zijn bagage moet hebben aan Nederlandse geschiedenis en cultuur, wanneer hij/zij zijn diploma krijgt. Met andere woorden: wat **iedere** schoolverlater **moet** weten ongeacht het eindniveau van de gevolgde opleiding. Dit gegeven vormt het uitgangspunt voor het doelgroepenbeleid van het NHM. In concreto betekent het, dat de hoogste groepen van het basisonderwijs en de lagere klassen van het voortgezet onderwijs, met name het VMBO, de kerndoelgroep vormen. In die schooljaren moet de kennis van de Nederlandse geschiedenis en cultuur worden aangebracht. Het NHM moet en kan daarbij een cruciale rol spelen (fysiek en/of virtueel). Daarom moet het NHM ook extra energie steken in de ondersteuning van de leerkrachten van de betreffende schooltypen. Het NHM vervult aldus een regiefunctie in het implementeren van de Canon.

Overigens is het NHM aantrekkelijk voor alle vormen van onderwijs tot en met het hoger onderwijs door de gelaagdheid van het gebodene, de verscheidenheid van het aanbod en de vrij toegankelijke informatie en documentatie in klassieke en moderne vormen. Samenwerking met alle vormen van onderwijs is geboden.

Ook betekent de keuze van de kerndoelgroep de facto dat het museum zich richt op een breed publiek. Gebleken is dat wat kinderen van deze leeftijdscategorieën bevalt, ook ouderen meestal aanspreekt. Het NHM moet erin slagen zowel mensen met latent historische belangstelling binnen te 'praten' als de van nature geïnteresseerden tevreden te stellen. De juiste verhouding tussen beleving en kennisoverdracht is essentieel om beide groepen te kunnen bedienen. Binnen een gezin moet elk lid zich op zijn eigen manier en niveau kunnen vermaken en kennis opdoen.

Speciale aandacht vraagt de gestaag groeiende bevolkingsgroep van de zogenaamde 50-plussers (in 2010: 6.700.000). Veel vrije tijd en voldoende financiële ruimte kenmerken deze groep. Hun rol als medeopvoeder mag niet onderschat worden, waar het percentage werkende jonge ouders is toegenomen en nog altijd toeneemt. Veel ouderen besteden een deel van hun tijd aan 'informeel leren'. Het NHM moet daar optimale mogelijkheden voor creëren. De door 50-plussers opgedane kennis verhoogt indirect de kennis van de generaties onder hen. In het algemeen hebben musea deze doelgroep niet of nauwelijks in beeld. EU- projecten als EuroEdult (Europe Education Adult) en LLML (Life Long Museum Learning) pogen museumprofessionals daar van bewust te maken.

### 3 WAT IS ER TE ZIEN EN TE DOEN?

#### Criteria voor inhoud en vorm

Museumbezoekers worden door Engelse collegae vaak onderverdeeld in ‘paddlers, swimmers and divers’. In Nederland wordt veelal een onderscheid gemaakt tussen ‘denkers en doeners’.

Kan het NHM aan de behoeften van deze publiekscategorieën tegemoet komen? Het antwoord is ja, mits aan een aantal essentiële criteria wordt voldaan ten aanzien van de inhoud en de wijzen van overdracht van die inhoud.

#### De inhoud

In Nederland bestaat tot op heden geen museum dat de Nederlandse **geschiedenis in samenhang** toont. Overzicht van en inzicht in onze wordingsgeschiedenis moet het NHM bieden, een beeld geven van de Nederlandse maatschappij in zijn volle breedte. De bezoeker krijgt daardoor de gelegenheid zich te realiseren hoe onze samenleving is opgebouwd en gegroeid, en wat de gemeenschappelijke wortels en waarden daarvan zijn. Daarin ligt besloten aandacht voor de democratie in het licht van het maatschappelijk debat over andere culturen, integratie, en als substantieel onderdeel van het poldermodel.

*Het NHM kan ‘niet alleen een betere bijdrage leveren aan de verspreiding van het historisch besef en de historische kennis onder burgers maar ook aan het tot stand brengen van verbondenheid tussen de culturen hier aanwezig’ (Jan Marijnissen, Maxime Verhagen, Trouw 13 mei 2006).*

#### De inhoudscriteria

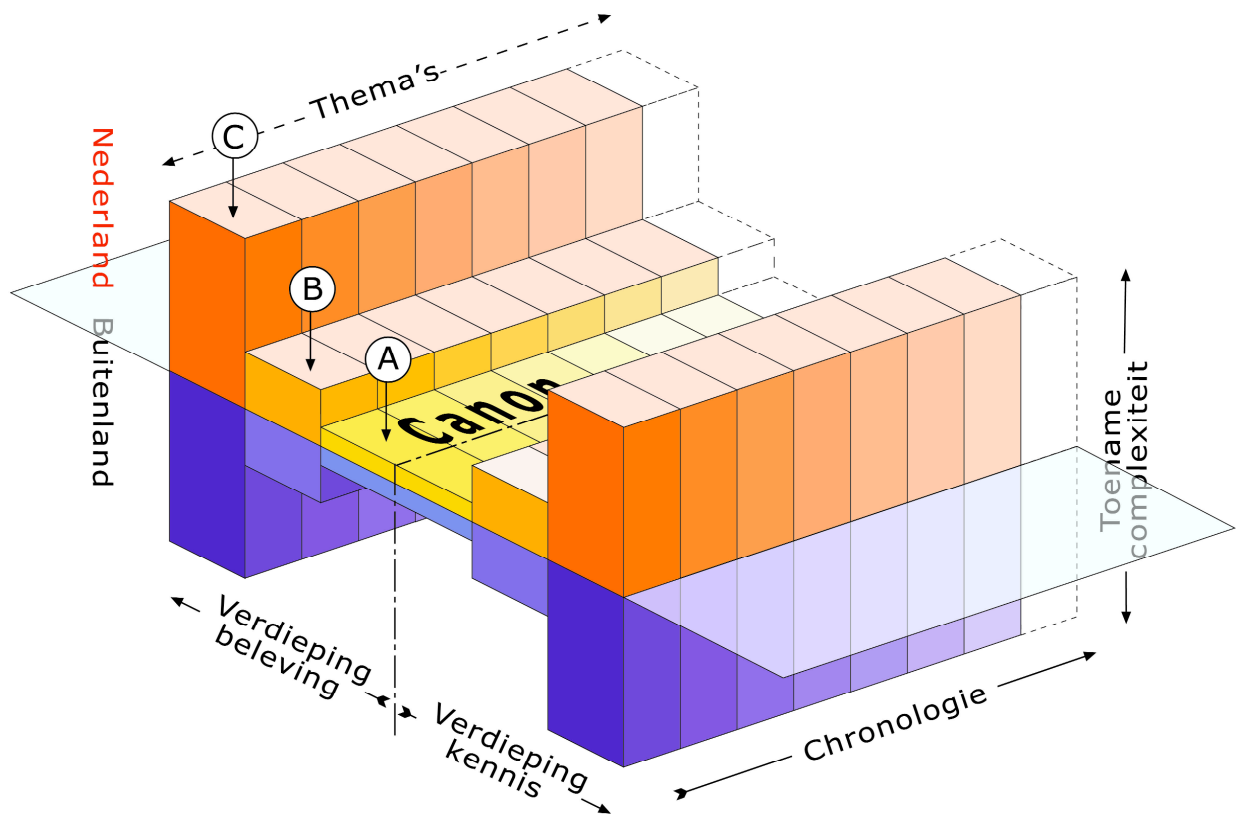
- De gegevens voor de inhoud van het NHM worden of zijn met name verwoord in de volgende **drie bronnen**:
  - De Canon van Nederland. (Gegevens nog onbekend, presentatie 16 oktober 2006).
  - De tien tijdvakken, zoals opgesteld door de zogeheten Commissie De Rooy (zie bijlage 2).
  - ‘Het Verleden van Nederland’ in acht vertellingen door Geert Mak. De serie is mede gebaseerd op ‘Kortweg Nederland’, de eerste proeve van een canon (zie bijlage).
- Op serieuze en evocatieve wijze wordt de Nederlandse geschiedenis **chronologisch** getoond, de lijnen volgend zoals die in bovengenoemde bronnen zijn uitgezet. Doorslaggevende factoren om een onderwerp/thema wel of niet in de vaste opstellingen op te nemen zijn: historisch belang, beschikbaarheid van realia, mogelijkheden tot identificering, visualisering of interactie en de actuele relevantie. Daarbij moet gewaakt worden voor een evenwicht in de presentatie van de ‘toppers’ van onze geschiedenis, de geschiedenis van het dagelijks leven en de lange onderstromen (strijd tegen het water en dergelijke). Evenwicht ook in aandacht voor de zwarte bladzijden uit onze historie (bijvoorbeeld slavenhandel en politionele acties) naast de dingen waar we trots op kunnen zijn (bijvoorbeeld Nederland als laboratorium van de moderniteit voor maatschappelijke vernieuwing in de jaren 60 van de 20<sup>ste</sup> eeuw). Richtsnoer bij dit alles vormt de aansluiting bij het curriculum.

- Het NHM moet de **entree**, de ideale introductie, worden tot de thematisch gespecialiseerde musea en andere historische instituten. Het aanbod van die instellingen en het NHM moet dan ook op elkaar aansluiten en naar elkaar verwijzen. Wederzijdse samenwerking bij het opzetten van projecten is een conditio sine qua non. Thematische tentoonstellingen worden met gastconservatoren van collega-musea samengesteld. Bruikleenvoorwerpen worden zó evocatief gepresenteerd dat de bezoekers van het NHM op de kwaliteiten van het bruikleengevende instituut worden geattendeerd. Het NHM wordt aldus een podium, waarop de thematisch gespecialiseerde instellingen zich kunnen profileren en manifesteren.
- Het NHM moet, zoals de Canon van Nederland hopelijk een levend document wordt, **een levend museum** worden en geen monument van gestolde geschiedenis. Dat kan voorkomen worden wanneer de presentaties mede gemaakt worden vanuit een perspectief van wat mensen nu en in de toekomst bezig houdt en wat hun verwachtingen bepaalt. (Heden ten dage: terrorisme, klimaatverandering, uitputting energiebronnen, maar ook internet, obesitas en de entertainmenthype). Overigens zonder te vervallen in een irriterend presentisme.
- De **'consumenten'** en met name vertegenwoordigers van de kerndoelgroep, dus ook vele nieuwe Nederlanders, moeten in de conceptfase nauw betrokken worden bij het samenstellen van de inhoud. Uit onderzoek is bijvoorbeeld gebleken dat jongeren van niet-Nederlandse herkomstgroepen in meerderheid niets tegen het kennen van de Nederlandse geschiedenis hebben, maar wél als het vak gepusht wordt als middel voor een goede integratie (Kleio, no. 5, 2006). Dit is slechts één voorbeeld dat aan toont, dat de keuze van de thema's en de wijze waarop die worden behandeld niet alleen aan deskundigen moeten worden overgelaten.
- De **laagdrempeligheid van de basisopstelling** is essentieel voor het bereiken van het doel van het NHM: het aanbrengen van historisch besef en kennis van de wortels van onze samenleving bij de Nederlandse bevolking. Om jongeren te bereiken moeten ze iets kunnen doen en historische momenten zelf ervaren. Voor die groep moet het NHM het karakter hebben van een alfa science center.

*'Wanneer de elite geen belangstelling of begrip toont voor wat de massa vermaakt, komt de democratie in gevaar'* (Joke Hermes, lector UvA en docent Hogeschool In Holland).

De algemene interesse voor geschiedenis neemt toe naarmate het onderwijsniveau of de genoten opleiding hoger wordt/is. Daarom zal van meet af aan bij het opzetten van het NHM de gelaagdheid in niveaus de makers voor ogen moeten staan. De viering '400 jaar Rembrandt' is een goed voorbeeld van een dergelijke gelaagdheid. De programmering en merchandising biedt daadwerkelijk elk wat wils: van musical tot Caravaggio.

- Een **hoge frequentie in de programmering** van nieuwe activiteiten: tijdelijke tentoonstellingen, debatten, symposia, manifestaties, vieringen en dergelijke. Het mag geen museum worden waarvan men na de opening zegt: 'dat is klaar'. Nee, het begint dan pas.
- Het NHM huisvest ook **producties van derden** zowel uit Nederland als uit het buitenland.



- (A) De Canon vormt het basismateriaal voor de chronologische verbeelding van de Nederlandse geschiedenis.
- (B) (C) zijn de stadia van gelaagdheid c.q. verdieping aan de hand van de aan de Canon gerelateerde historische thema's.

Waar mogelijk en relevant wordt gerefereerd aan gelijktijdige gebeurtenissen in Europa en de rest van de wereld.

(Met dank aan Donald Janssen Ontwerpers, Den Haag)



## De vorm

Thematisch gespecialiseerde musea trekken hun eigen publiek, dat a-priori meer interesse heeft voor het gebodene. Voorwerpen, de echte dingen, hebben een grote aantrekkingskracht. Maar niet altijd en niet voldoende om een breed publiek aan te spreken. Dit geldt sterker voor een algemeen nationaal historisch museum, dat een overzicht moet bieden van de Nederlandse geschiedenis en cultuur. Het NHM zal, naast objecten, alle soorten van overdrachtstechnieken moeten inzetten om de bezoekers, jong en oud, laag en hoog opgeleid, te boeien. Dat is niet eenvoudig, maar zeer wel mogelijk, als publieksparticipatie vooropstaat, passief, maar vooral ook actief.

### De criteria voor de vorm

- De getoonde voorwerpen zijn **iconen** voor de betreffende periode of het betreffende thema: zij vertegenwoordigen de essentie van datgene waar het om gaat.
- In **basisteksten** (zogenaamde A-teksten) wordt het principe van ‘de kunst van het weglaten’ streng toegepast. Verdieping kan worden gevonden in de zogenaamde B- en C- teksten, die in 2 lagen informatie bieden voor de geïnteresseerde.
- Het overzicht is **geen saaie opsomming** van feiten en jaartallen. De chronologie moet op verrassende wijze regelmatig worden onderbroken, bijvoorbeeld door per tijdvak één historische ontwikkeling of gebeurtenis uit te diepen, die de bezoeker nú raakt. De wisselende eindexameneisen bieden evenzoveel mogelijkheden tot vernieuwing en verlevendiging van de vaste opstelling.
- De 2D en 3D **vormgeving** sluit aan bij de leefomgeving van de kerndoelgroep. De vormgeving moet eenzelfde gelaagdheid krijgen als het aanbod: hoe meer verdieping, hoe ingehoudener de presentatie en de lay-out.
- **Interactiviteit** wordt gestimuleerd (zonder dwingend te zijn voor wie daar geen behoefte aan heeft). Interactieve visuele presentaties, PDA's (personal digital assistants) en de opvolgers daarvan, en de ongekende mogelijkheden van de mobiele telefoon zijn onderdeel van de belevingswereld van het museum. (Wallpapers, screensavers, ringtones, -volksliedjes, het Wilhelmus-, historische videotones, speurtochten in en buiten het museum, fimpjes, puzzels, serious games, een mobiel Nationaal Historisch Woordenboek etc.etc.; het is allemaal mogelijk op een mobiele telefoon). (Zie bijlage 4)
- Een gedenkwaardige presentatie hangt niet altijd af van het gebruik van geavanceerde technologische snufjes. Technisch eenvoudige **'high-touch' ervaringen** kunnen feiten en ideeën op onweerstaanbare wijze onder de aandacht brengen.
- **AV en multimedia** ‘verwoorden’ historische thema's en onderwerpen in beeld en geluid op adequate en veelal spectaculaire wijze. Een mooie visualisering bijvoorbeeld van het gedicht van Willem van Toorn ‘Lagen’ kan historisch besef dichterbij brengen dan een aantal realia met een tekstbordje (Zie bijlage 5).
- Zogenaamde ‘living history’, (**historisch theater**) wordt op verantwoorde wijze toegepast, indien mogelijk met deelname van het publiek.

## 4 EIGEN COLLECTIE OF BRUIKLENEN?

Zelf een collectie opbouwen door het NHM is weinig zinvol. Bij de meeste musea is de collectie de basis, de oorspronkelijke reden van het bestaan. Bij het NHM vormt het verhaal van de Nederlandse geschiedenis de kern. Dat verhaal wordt op velerlei wijzen gevisualiseerd. Voorwerpen hebben daarbij veelal een illustratief, dus secundair, belang. Om dezelfde reden zal dan ook soms van replica's gebruik kunnen worden gemaakt.

Voorwerpen – groot of klein, van unieke of emotionele (kunst-)historische waarde – zijn eigendom van of in beheer bij de talrijke historische instellingen, die Nederland kent: musea, archieven, bibliotheken etc. Het overgrote deel van die collecties is rijks/nationaal bezit. Topstukken zullen bij hoge uitzondering door het NHM op de markt te verwerven zijn. Voorwerpen met een illustratieve waarde bij tijdelijke exposities en andersoortige activiteiten zijn te kust en te keur te vinden in de depots van de collectie-beherende instellingen.

Een NHM dat eerst en vooral een overzicht van de Nederlandse geschiedenis wil geven, zal daarom altijd een beroep moeten doen op de historische instellingen, wanneer het realia wil exposeren. Met deze instellingen moeten bindende afspraken gemaakt worden over het verstrekken van bruiklenen. (Uit de gespreksrondes is gebleken dat hier genuanceerd over wordt gedacht; dit leverde een beeld op van weigerachtig tot ruimhartig).

Het zelf niet-collectioneren heeft een aantal voordelen.

- Het NHM wordt daadwerkelijk gezien en ervaren als een entree tot alle in Nederland gevestigde historische instellingen.
- Het museum behoeft geen eigen depotruimten, restauratieateliers, documentatie- en registratieruimten.
- Het museum kent geen conservatoren en restauratoren (specialisten op deelgebieden van collecties).
- Een besparing op de incidentele en structurele kosten van het NHM (geen bouw depot, minder personeel).

Bij een dergelijk scenario moet er wel van worden uitgegaan, dat de door de collectie-beherende instellingen ten behoeve van het NHM te maken of gemaakte kosten, (transport, emballage, evt. restauratie, eventueel verzekering en administratie) door het NHM worden vergoed.

## 5 HOE VERHOUDT HET NHM ZICH TOT BESTAANDE HISTORISCHE INSTITUTEN EN INITIATIEVEN?

Volgens de voorzitter van de Raad van Cultuur, Els Swaab, bestaat er al een virtueel Nationaal Historisch museum, als je alle websites van de historische musea in Nederland bij elkaar voegt. In theorie lijkt dat waar, in de praktijk is het dat niet. De optelsom levert geen samenhangend overzicht op van de Nederlandse geschiedenis en cultuur in de breedste zin, ondanks pogingen daartoe door het zogenaamde Netwerk Historische Musea.

Het NHM kan een **centrifugale functie** krijgen en daarmee daadwerkelijk het fysieke en virtuele entreegebouw worden voor en naar alle historische instituten. Het NHM moet geen losstaand initiatief worden, maar **een podium** zijn voor alle instituten die zich met de Nederlandse geschiedenis of de Nederlandse democratie bezighouden. Er moet in termen van doelen sprake zijn van convergentie en niet van concurrentie. De komst van het NHM moet gezien worden als complementair aan de thematisch gespecialiseerde musea en een verrijking/versterking van het bestel van historische instellingen.

Zo beschouwd, ontstaat er als vanzelf een tweerichtingsverkeer: wat bieden musea en andere instellingen het NHM en wat kan het NHM betekenen voor deze organisaties? Wederzijdse ondersteuning is geboden om het historisch museale veld in zijn totaliteit zijn taken optimaal te doen vervullen. In geen geval mag de oprichting van het NHM leiden tot (financiële) verzwakking of uitholling van de bestaande instellingen. Het NHM zou dan een kers worden op een inzakkende c.q. ingezakte pudding. Want wil men het historisch besef daadwerkelijk een toekomst bieden dan moeten de historisch gespecialiseerde musea juist worden versterkt. In zo'n situatie ontstaat een klimaat waarin bruiklenen ruimhartig worden verstrekt, websites op elkaar aansluiten en naar elkaar verwijzen, extramurale activiteiten landelijk worden georganiseerd etc..

De afzonderlijke initiatieven:

- **Het Centrum voor Geschiedenis en Democratie.** Een aantal van de plannen bevat voor het NHM zeer bruikbare elementen (bijvoorbeeld het Chronodek). Het overall perspectief verleden-heden-toekomst geeft ook het NHM de concrete dimensie, waar met name de kerndoelgroep behoefte aan heeft. Het IPP is bereid met het NHM samen te werken waar dat relevant is. (Staatkundige geschiedenis vanaf 1848, onderwerpen die met democratie en democratische samenleving van doen hebben).
- **ANNO**, de organisatie die ontstaan is uit het initiatief van de Boulevard van het Actuele Verleden, kan gezien worden als een partiële voorloper van het NHM. Onder andere de Week en de Nacht van de Geschiedenis, mobiele presentaties, de ANNO-bijlagen en – columns in de Spits, de website met actueel historisch nieuws, de onderwijsportal, kunnen te zijner tijd naadloos opgaan in de landelijke activiteiten van het NHM. Dankzij zijn ervaring met conceptontwikkeling kan ANNO in de komende jaren een rol spelen in de opmaat naar een nieuw NHM.
- **Het Netwerk van Historische Musea.** Toetreding van het NHM tot en collegiale samenwerking binnen het Netwerk moeten eventuele reserves bij de huidige leden van dit Netwerk doen wegnemen.
- **Het Rijksmuseum Amsterdam.** Na de restauratie van het Rijksmuseum zal ook de inrichting geheel vernieuwd zijn. In de opstellingen zal geschiedenis een volwaardige rol spelen. Zelfs de organisatiestructuur is daarvoor aangepast: per 1 juli jl. is er een sector Kunst en een sector Geschiedenis. Bij de heropening zal het Rijksmuseum een overzicht geven van de Nederlandse geschiedenis met zijn collectie, verwijzend

naar de canon. De indruk bestaat dat het ‘nieuwe’ Rijksmuseum een kunstmuseum met een historische component wordt.

De beleidsfilosofie van het NHM vertoont overeenkomsten met de wijze van benadering van een breed publiek, zoals het CGD beoogde en ANNO dat doet. Deze benadering is wezenlijk anders dan die van het RMA. (De organisatiestructuur toont dat aan, zie paragraaf 8). Dat is ook door het RMA onderkend.

De andere invalshoek en doelgroepenkeuze van de beide instellingen sluiten op elkaar aan. Bij een goede afstemming leidt dat tot een versterking van de eigen, herkenbare positie in het museale veld. Gezamenlijk kunnen zij beter dan ieder afzonderlijk diverse lagen van de bevolking bereiken.

- **Rijksmuseum in Den Haag.** (Niet te verwarren met het Rijksmuseum aan de Hofvijver in het Haags Historisch Museum: deze présence heeft een tijdelijk karakter). Het RMA beoogt in Den Haag een vestiging te creëren bij het Binnenhof, waarin het aandacht besteedt aan het Binnenhof als lieu de mémoire van de vorming van het democratisch bestel, maar vooral de parlementaire geschiedenis wil belichten vanuit de actualiteit. Gezien het thematisch specialisme ligt een vorm van samenwerking, zoals met de andere historische musea, voor de hand.
- **Project ‘het Verleden van Nederland.** Bij welslagen kan dit project gezien worden als een voorloper van het NHM (hetzelfde geldt overigens voor Anno, dat ook in dit project participeert). De activiteiten en de resultaten van het project kunnen in het NHM geïntegreerd worden, met name de onderwijsmodules.
- **Huis van de Culturele Dialoog.** Missie en doelgroep zijn wezenlijk anders dan die van het NHM. Het Huis *‘is in de verste verte geen museum. Het is niet eens een presentatieinstelling’*, aldus voormalig Staatssecretaris Medy van der Laan. Raakvlakken bevinden zich vooral op het gebied van de multiculturele samenleving vanuit een historisch perspectief. Elkaar steunen, naar elkaar verwijzen en in sommige gevallen samenwerken is wenselijk.

## 6 NIEUWBOUW OF OUDBOUW? WAAR STAAT HET GEBOUW?

Uit een gebouw blijkt de betekenis en waarde, die aan de inhoud ervan wordt gehecht. De ambitie moet uit een gebouw te lezen zijn. Een bestaand gebouw heeft zijn eigen geschiedenis en wordt daarmee nog lang geassocieerd (Paleis Soestdijk: Oranjehuis. De ambassade van de VS: de bunker). Zo'n gebouw beïnvloedt in hoge mate de perceptie en daarmee de appreciatie van de nieuwe functie. Bovendien vergt een andere functie voor een gebouw in de meeste gevallen ingrijpende, kostbare aanpassingen. Het uiteindelijke resultaat kan bevredigend, maar vrijwel nooit optimaal zijn.

Een NHM vereist nieuwbouw, ontworpen door een architect van naam: in dit geval een Nederlandse architect met internationale faam. Het moet een 'purpose-built' gebouw zijn, dat kan voldoen aan alle eisen die aan een modern museum worden gesteld: van een wervende uitstraling tot 'state of the art' klimatologische voorzieningen (Imperial War Museum, Manchester, architect: Daniel Libeskind).

Een nationaal instituut als het NHM moet ook ruimtelijk spannend gesitueerd zijn. In het water, aan het water, op een plein of in een eigen museumtuin van formaat. Een inspirerende omgeving versterkt de uiteindelijke impressie van een bezoek aan het museum zelf. (Zentrum Paul Klee, Bern: architect Renzo Piano). Het moet een prestige object zijn, een 'grand travail'. Nederlanders moeten er trots op kunnen zijn. (Het Paleis op de Dam is waarschijnlijk geen optie, maar het NHM moet wel een gebouw zijn van die allure). Alleen in een dergelijke opzet krijgt het NHM de nationale uitstraling, de symboolfunctie, die vereist is.

Het gebouw moet een landmark zijn dat de vitaliteit van Nederland weerspiegelt, niet het zoveelste monument dat uit nood tot museum wordt verbouwd.

Gezien de functie van het NHM is in principe ieder stukje Nederlandse bodem geschikt. Dit is een mooie gedachte, maar weinig realistisch. De plek moet voldoen aan criteria van inhoudelijke en infrastructurele aard.

**Inhoudelijk** moet de locatie gerelateerd zijn aan één of meer belangrijke elementen van de Nederlandse geschiedenis. Dat hoeft niet perse staatkundige geschiedenis te zijn: de strijd tegen het water of Nederland als handelsnatie zijn ook interessante opties voor het zoeken naar een geschikte locatie.

**Infrastructureel** is van belang dat het museum goed bereikbaar is voor grote aantallen bezoekers zowel per openbaar vervoer als met eigen vervoer. Met name de toegankelijkheid en parkeermogelijkheid voor bussen is essentieel om de kerndoelgroep te kunnen bedienen.

De gespreksronde toonde aan dat er over de locatie van het museum zeer verschillend werd gedacht. De meningen liepen uiteen

- *'dat kan alleen maar in de hoofdstad Amsterdam'*
- *'in geen geval in Amsterdam want Amsterdam is Nederland niet'*
- *'Amsterdam, maar dan op de Zuid-as, bij Schiphol en het eindpunt van de HSL'*
- *'in Amsterdam zijn al zoveel musea'*
- *'het NHM naast het Rijksmuseum is geen optie'*
- *'Rotterdam als handelscentrum'*
- *'Almere, als stad aan het water'*
- *'Utrecht, vanwege de goede bereikbaarheid'*

Voor bestaande gebouwen als de ambassade van de VS of Paleis Soestdijk liep niemand warm. Een NHM verdient nieuwbouw was de algemene opinie.

Den Haag was en is het historisch en politiek centrum van ons land. In dit stadium is het daarom verstandig voor Den Haag als vestigingsplaats te kiezen, mede in het licht van voorgaande initiatieven – Boulevard van het Actuele Verleden, Huis van de Democratie en het Centrum voor Geschiedenis en Democratie – die alle Den Haag als locatie zouden hebben. Maar waar dan? Kan de stad de ideale ruimte bieden aan het NHM?

## 7 WORDT HEEL NEDERLAND BEREIKT?

De actieradius van het NHM strekt zich uit tot in alle uithoeken van ons land (en daarbuiten). Het NHM toont zijn dynamiek door zich ook nadrukkelijk in de media te presenteren. Met eigen producten zoals een website met actuele historische informatie, onderwijsportal, vraag- en antwoordmodule, interactief discussieforum, historische chatroom en al datgene wat tegenwoordig via internet tot de mogelijkheden behoort. De gelaagdheid in informatie, die in het museum te vinden is, is ook op het web voorhanden. Via de links met alle daarvoor in aanmerking komende historische instellingen kan verbreding en verdieping over een bepaald onderwerp onbeperkt worden opgeroepen.

Op TV en radio is het NHM partner van vele rubrieken en programma's waarin historie en/of democratie direct of indirect aan de orde komen. Tegemoetkomend aan de wens een zo groot mogelijk publiek te bedienen, strekt die samenwerking zich uit van VPRO tot SBS6. Het project 'Het Verleden van Nederland', dat door de NPS op Nederland 3 zal worden uitgezonden is daar een voorbeeld van. De 'spin-offs' van de televisieserie (dvd-box, boek, CD-rom) worden voor verschillende doelgroepen, waaronder het onderwijs nadrukkelijk is begrepen, gemaakt. Nog dagelijks groeit het aantal toepassingen voor de mobiele telefoon. Zaken als het Nationaal Historisch Woordenboek worden daarvoor algemeen bekend (zie bijlage 4)

Ook in de gedrukte media ontbreekt het NHM niet. Met name in die media, waar zich onder de lezers latent historisch geïnteresseerden bevinden, manifesteert het NHM zich: huis-aan-huisbladen, gratis dagbladen en 'special interest' tijdschriften. Via vaste rubrieken met bijvoorbeeld uitleg over de 100 meest voorkomende historische straatnamen in Nederland tot columns over de historische context van een actuele gebeurtenis. Eigen producties van het NHM worden zo breed mogelijk verspreid: reizende tentoonstellingen, mobiele presentaties, theatrale activiteiten en dergelijke. Op Uitmarkten, de Onderwijsbeurs, en de Vakantiebeurs worden passanten verrast door een originele geschiedenisquiz of iets dergelijks. Dat het NHM de organisator wordt van de Week en de Nacht van de Geschiedenis spreekt voor zich. Als mede-producent van historische dvd-producten verbreedt het NHM zijn bereik en vergroot het zijn naamsbekendheid. Met al deze activiteiten bereikt het NHM direct of indirect miljoenen inwoners van Nederland.

Om het NHM daadwerkelijk het gewenste landelijk bereik te geven, is samenwerking met vele partners vereist. Daar kan niet vroeg genoeg mee worden begonnen. Het ligt in de rede te verwachten dat, dankzij de activiteiten van het NHM het bezoek – fysiek en virtueel – aan de bestaande historische instellingen, en met name de thematisch gespecialiseerde musea, zal toenemen.

(Zie voor toelichting Mediamix bijlage 6)

## 8 HOE ZIET DE ORGANISATIE ERUIT?

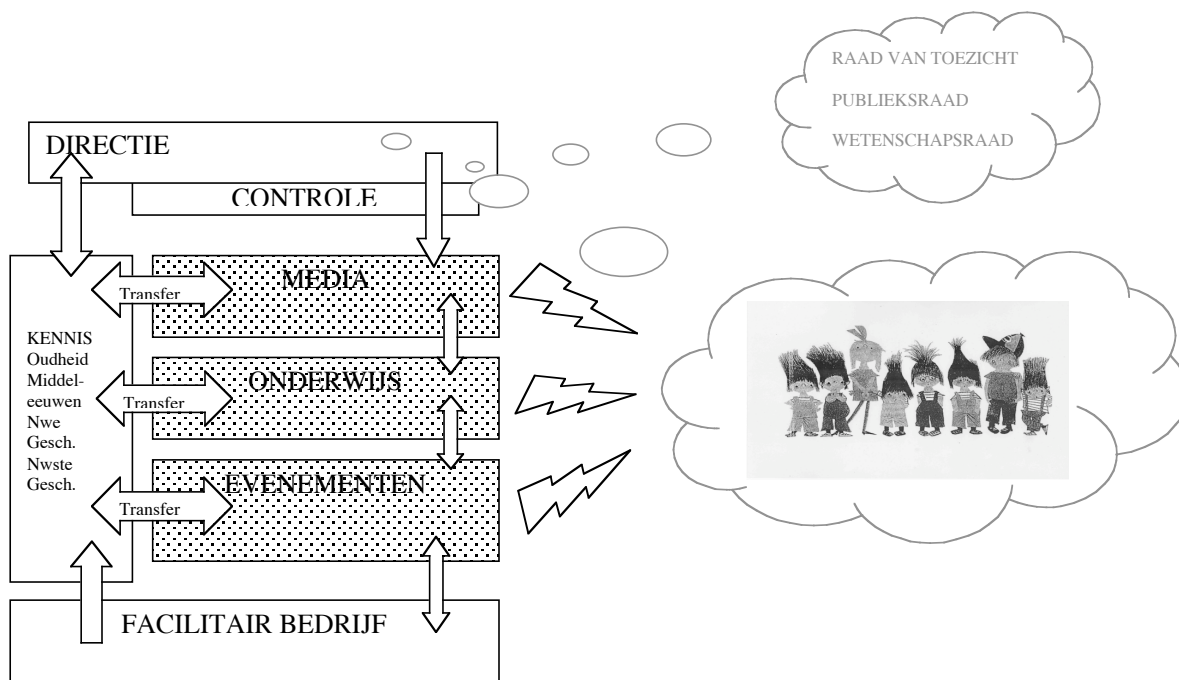
De missie en het karakter van het NHM bepalen de organisatiestructuur. Het NHM vraagt om specialisten op het gebied van kennisoverdracht. Die zijn te vinden in de sectoren Media, Onderwijs en Evenementen. Deze drie sectoren vormen het hart van de organisatie.

De sector Kennis staat garant voor de inhoudelijke kwaliteit van het brede aanbod aan historische informatie. De medewerkers van deze afdelingen beschikken ook over de noodzakelijke contacten met het historische veld – universiteiten, historische instellingen – om daardoor voor ieder onderwerp geschikte projectmedewerkers aan te trekken en daarvoor sparring partners te zijn. Het zijn generalisten binnen hun vakgebied.

Deskundigheid op het gebied van collecties wordt ‘ingehuurd’ bij de thematisch gespecialiseerde instituten. (Zie bijlage 7)

Als zelfstandige stichting sluit het NHM zich aan bij de Vereniging van Rijksgesubsidieerde Musea (VRM).

### ORGANISATIE NATIONAAL HISTORISCH MUSEUM





## Basisgegevens organisatie

4000 m2 publieksruimte

250.000 bezoekers per jaar waarvan 100.000 in schoolverband

(Naturalis trekt per jaar 240.000 bezoekers. Met dit aantal behoort dit museum tot de 10 best bezochte van Nederland. Zie ook bijlage 7)

Turnover: Euro 15.000.000

Kerdoelgroep: hoogste klassen BO en laagste klassen V(MB)O

Nevendoelgroepen: gezinnen en 50-plussers

Landelijk bereik middels fysieke en virtuele activiteiten

Basisformatie: 70 fte

De kerncompetentie van de organisatie

- Kennis hebben en ontwikkelen
- Vaardigheden om kennis over te dragen
- Houding volledig klantgericht
- Beleving en beweging uitstralen
- Historische sfeer maken

De waarden en normen van de organisatie

- Optimale toegankelijkheid en bereikbaarheid voor het publiek
- Veiligheid voor alle gebruikers zowel fysiek als inhoudelijk
- Faciliteren als norm
- Historisch besef in een recreatieve sfeer
- Openheid naar alle stakeholders

De functies van de organisatie

- Podiumfunctie
- Regiefunctie
- Opvoedkundige functie
- Chatroom voor geschiedenis

Wat gebeurt er in de organisatie?

- Sturen (directie)
- Denken (kennis)
- Doen (podia voor het publiek)
- Helpen (hulptroepen)

Wat doet de organisatie?

- Tentoonstellingen maken
- Evenementen organiseren
- Media-presentaties
- Virtuele speel/leerplaats
- Lesprogramma voor het onderwijs
- Programma voor opvoeders/begeleiders
- Publicaties en werkboeken op alle niveaus
- Etc.

## FORMATIEOVERZICHT NATIONAAL HISTORISCH MUSEUM

<i>Nr</i>	<i>Sector</i>	<i>Divisie</i>	<i>Functie</i>	<i>FTE</i>	
1	Regie	Hoofdregie	algemeen directeur	1	
		Zakelijke leiding	hoofdproducent	1	
		Marketing en communicatie	marketingmanager	3	
		Secretariaat	1e assistent	1	
			2e assistent	2	
2	Controle	Accountbeheer	administrateur	1	
			boekhouder	1	
			HR manager	1	
3	Media	Administratie incl. archief	controleassistent	2	
		Media/bibliotheek	hoofdredacteur	1	
		Mediamanagement	redacteur	2	
			Website ontwikkeling	2	
4	Onderwijs	Onderwijsbegeleiding en acquisitie	hoofdregisseur onderwijs	1	
		Dialogo basisonderwijs	regisseur basisonderwijs	1	
		Dialogo voortgezet onderwijs	regisseur voortgezet onderwijs	1	
		Dialogo education p. en onderwijsbegeleiders	regisseur éducation permanente	1	
5	Evenementen	Evenementenontwikkeling	producent evenementen	1	
		Logistiek ontvangsten	medewerker planning & reserveringen	1	
		Ontwerp- en technische productie	medewerker ontwerp & productie	2	
		Logistieke productie	logistiek manager	2	
6	Kennis	Oudheden	vakhistoricus	1	
		Middeleeuwen	vakhistoricus	1	
		Nieuwe geschiedenis	vakhistoricus	1	
		Nieuwste geschiedenis	vakhistoricus	1	
		Historische overdracht	overdrachtshistoricus	2	
		Collectiepresentatie	collectieheadhunter	1	
		Collectiemanagement (bruiklenen)	collectiemanager	1	
7	Facilitair bedrijf	Ontvangst	receptionist	3	
		Begeleiding	publieksbegeleider	14	
		Opvang speciale gasten (vips, gehandicapten)	host(ess)	2	
		Lounge/restaurant	<i>catering (uitbested)</i>	<i>pm</i>	
		Winkel	<i>merchandising (uitbested)</i>	<i>pm</i>	
		Theatermanagement	toneelmeester	1	
			toneelknecht	1	
			Publieksbereikbaarheid	telefonist	2
			Onderhoud	technisch hulpverlener	4
				huishoudelijk hulpverlener	4
		ICT hulpverlener	2		
		EHBO-coördinator	1		
Totaal aan formatieplaatsen				70	

(Met dank aan Arba Minch Projectmanagement, Den Haag)

## 9 WAT KOST HET NHM?

Zoals eerder gezegd, krijgt het NHM een gebouw, waaruit de ambitie te lezen valt. Het moet het belang onderstrepen dat de overheid aan de missie van het NHM hecht. (Vergelijk het Haus der Geschichte in Bonn en Leipzig).

Uitgaande van een bezoekersaantal van 250.000, waarvan 100.000 in schoolverband, wordt het bouwvolume geraamd op 8000 m<sup>2</sup>.

Bij deze opzet is er van uitgegaan dat het NHM zelf geen collecties opbouwt (geen depots, restauratieateliers, speciaal personeel en dergelijke).

### BOUWVOLUME

• Expositieruimte	4.000 m <sup>2</sup>
• Verkeersruimte (inclusief garderobe en toiletten etc.)	1.000 m <sup>2</sup>
• Educatieve start ruimtes (ontvangst, instructie etc.)	400 m <sup>2</sup>
• Overige publieksruimtes (historisch theater, mediatheek, bibliotheek, infocenter)	500 m <sup>2</sup>
• Kantoren	600 m <sup>2</sup>
• Horeca, winkel (inclusief opslag)	500 m <sup>2</sup>
• Werkplaatsen, quarantaineruimte, voorbereiding en opslag tentoonstellingen	1.000 m <sup>2</sup>
Totaal	<b>8.000 m<sup>2</sup></b>

### INVESTERINGSKOSTEN

• Gebouw (inclusief grond en opslag RGD)	€	47.500.000
• Inrichting exposities, multimedia etc.	€	10.000.000
• Overige inrichting	€	500.000
• Inrichting buitenruimte, buitenexposities	€	2.000.000
Totaal	€	<b>60.000.000</b>

Na de opening moet per jaar met een exploitatiebudget van  $\approx$  15.000.000 rekening worden gehouden. De hoogte van de raming is mede gebaseerd op de intensiteit van de extramurale – landelijke spreiding van de activiteiten.

**EXPLOITATIEKOSTEN**

• Huisvesting (inclusief onderhoud)	€	5.000.000
• Personeel (vaste formatie)	€	3.000.000
• Uitbesteding van werk (incl. aan musea)	€	1.000.000
• Activiteiten (in- en extern)	€	6.000.000
Totaal	€	<b>15.000.000</b>

**INKOMSTEN**

• Eigen inkomsten (entreegelden, sales)	€	3.000.000
• Subsidie OC&W	€	12.000.000
Totaal	€	<b>15.000.000</b>

Bij de inkomsten is uitgegaan van een gemiddelde entreeprijs van € 5,00.

Groepen in schoolverband hebben gratis toegang.

Winkel, restaurant, zaalverhuur, sponsoring, serviceverlening via internet, sms en dergelijke, vormen de andere bronnen van inkomsten.

## 10 TEN BESLUIT

Waar moet het NHM mee worden vergeleken? Een gevaarlijke vraag, omdat iedere vergelijking bepaalde beelden oproept, illusies wekt of tot negatieve reacties leidt. Vaak wordt het Haus der Geschichte in Bonn als voorbeeld genoemd. Maar dat vooral vanwege de politieke wil die eruit blijkt, om iets aan historisch besef te doen. Niet omdat het zo mooi en modern is. Het is gedateerd, onoverzichtelijk, chaotisch, maar springlevend dankzij een brede, afwisselende programmering, met een grote aantrekkingskracht voor een breed publiek: mede dankzij een onverminderde steun van de politiek ongeacht de politieke kleur. Die steun moet het NHM ook krijgen en natuurlijk blijvend verdienen.

De onafhankelijke makers van het NHM moeten zich breed oriënteren op alle musea – niet alleen historische – die al dan niet innovierend een breed publiek weten te bereiken. Voorbeelden daarvan zijn het Churchill Museum in Londen, het House of Terror in Budapest, het Zentrum Paul Klee in Bern, de Abraham Lincoln Presidential Library and Museum in Springfield, Illinois, VS, het Nationaal Museum van IJsland in Reykjavik, Cosmocaixa in Barcelona, om er slechts een paar te noemen. Daar kunnen de toekomstige makers van het NHM inspiratie opdoen om het NHM zo aantrekkelijk te maken dat 'je het gezien moet hebben', niet alleen als Nederlander, maar ook als geïnteresseerde buitenlandse toerist of expat.

**Dr. M.W. (Maarten) van Boven en Drs. E.J. (Elwin) Hendrikse**

- directeur Nationaal Archief *resp.* Directiesecretaris/ Hoofd Beleidsstaf Nationaal Archief.

**P.B.M. (Nel) van Dijk,**

- directeur Instituut voor Publiek en Politiek

**Drs. Chr. (Chris) Groeneveld**

- zakelijk directeur Anno

**Drs. E.J.F.B. (Edwin) van Huis**

- algemeen directeur Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid

**Prof. Drs. R. (Ronald) de Leeuw en Dr. J.P. (Peter) Sigmond**

- hoofddirecteur Rijksmuseum *resp.* Directeur Collecties Rijksmuseum

**J.G.Chr.A. (Jan) Marijnissen,**

- lid van de Tweede Kamerfractie van de Socialistische Partij (SP),  
- landelijk voorzitter SP.

**Mr. M.N. (Maarten) Prinsen**

- Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, Programmamanager Democratie - Directie Constitutionele Zaken en Wetgeving

**Prof. dr. P. (Piet) de Rooy,**

- Universiteit van Amsterdam, Faculteit der Geesteswetenschappen - Leerstoelgroep Nederlandse Geschiedenis, hoogleraar Geschiedenis van Nederland sedert de Middeleeuwen  
- voorzitter van de Commissie De Rooy (Commissie Historische en Maatschappelijke vorming, 2001):  
nieuwe aanpak van het geschiedenisonderwijs, invoering tien tijdvakken als chronologisch kader waar binnen thema's uitgediept kunnen worden.

**Prof. dr. J.A.M.F. (Jan) Vaessen**

- algemeen directeur Nederlands Openluchtmuseum

**Dr. G.F.W. (Glenn) Willemsen**

- directeur het Nationaal instituut Nederlands slavernijverleden en erfenis (NiNsee)

**Dr. H. (Hubert) Slings,**

- secretaris commissie Ontwikkeling Nederlandse Canon

**Prof. dr. F.P. (Frits) van Oostrom**

- president van Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen,  
- voorzitter van de commissie Ontwikkeling Nederlandse Canon

**Projectteam 'Het Verleden van Nederland':**

*Wegens vakantieperiode niet bereikbaar:*

**Dr. W. (Wim) van Drimmelen**

- algemeen directeur Koninklijke Bibliotheek

**Drs. M.J.M. (Maxime) Verhagen,**

- lid van de Tweede-Kamerfractie van het CDA  
- fractievoorzitter CDA

**Tijdvak 1: Jagers en boeren**

- Jagers-verzamelaars
- Ontstaan van landbouw
- Ontstaan van steden

**Tijdvak 2: Grieken en Romeinen**

- De Griekse stadstaat
- Romeinen en Germanen
- Het christendom

**Tijdvak 3: Monniken en ridders**

- De kerstening van Europa
- De islam
- Hofstelsel en horigheid
- Feodaliteit

**Tijdvak 4: Steden en staten**

- Strijd tussen kerk en staat
- Opkomst van handel en ambacht
- Steden met stadsrecht
- Het begin van staten

**Tijdvak 5: Ontdekkers en hervormers**

- De Renaissance
- Ontdekkingsreizen
- De Reformatie
- De Nederlandse Opstand

**Tijdvak 6: Regenten en vorsten**

- Handelskapitalisme
- De Gouden Eeuw
- Het absolutisme
- De wetenschappelijke revolutie

**Tijdvak 7: Pruiken en revoluties**

- De Verlichting
- Plantages en slavernij
- Democratische revoluties

**Tijdvak 8: Burgers en stoommachines**

- Politieke stromingen
- Democratisering
- De industriële revolutie
- Modern imperialisme

**Tijdvak 9: Wereldoorlogen**

- Communisme
- De economische wereldcrisis
- Nationaal-socialisme
- De Duitse bezetting, de volkenmoord

**Tijdvak 10: Televisie en computer**

- Dekolonisatie
- Koude Oorlog
- Europese eenwording
- De 'jaren zestig'

*(Verleden-heden-toekomst; advies van de Commissie Historische en Maatschappelijke Vorming, Enschede, januari 2001)*

- 1 Germanen en Romeinen (prehistorie – 500 na Chr.)**
  - De prehistorie
  - De komst van de Romeinen
  - De onttakeling van het Romeinse Rijk
  
- 2 Monniken, ridders en burgers (500 – 1300)**
  - De opkomst van de Franken
  - Het Frankische rijk
  - De opkomst van de rijke koopmanssteden
  - De eerste polders en waterwerken
  
- 3 Opstand (1300 – 1600)**
  - De ‘Moderne Devotie’
  - Oost-Frans Bourgondië, Karel V
  - De vervolgingen
  
- 4 De gouden eeuw (1600 – 1700)**
  - De drooggemalen Beemster
  - De koloniale expansie
  - De vrede van Münster
  - De Republiek der Zeven Provinciën
  
- 5 De omslag (1700 – 1815)**
  - De ‘pruikentijd’
  - De Verlichting
  - Het einde van de oude Republiek
  - De Franse bezetting
  
- 6 Trekschuit en stoom (1815 – 1918)**
  - Het verenigd koninkrijk met België
  - De Nederlandse Handelsmaatschappij
  - Nieuwe spoorlijnen
  - De vrouwenemancipatiebeweging
  
- 7 Een zuilenland in oorlog (1918 – 1945)**
  - De schoolstrijd, het kiesrecht en de ‘sociale kwestie’
  - De neutraliteit tijdens de Eerste Wereldoorlog
  - De crisis
  - De bezetting, de holocaust en de hongervinter
  
- 8 Op het breukvlak van een nieuwe tijd (1945 – 2005)**
  - De eerste Donald Duck
  - De watersnoodramp
  - De wederopbouw
  - Gastarbeiders
  - De nieuwe globalisering
  - De Europese Unie

*(Het verleden van Nederland in acht vertellingen, Geert Mak, IdtV-DiTS 2005)*

*(Kortweg Nederland, wat iedereen wil weten over onze geschiedenis, Jan Bank, Gijsbert van Es, Piet de Rooy, Wormer 2005)*



**LAGEN**

De buurvrouw op de trekker weet van niks.  
Dat wil zeggen: alles weet zij van aarde  
die krult achter haar ploeg, het sluwe water,  
verstopt in holten buiten ieders blik

behalve de hare, waardoor ze weg kan glijden  
de heuvel af; van de haas die zij opschrikt,  
van vos en marter. Maar van geen Romeinen  
die de weg aanlegden waarlangs zij haar kind

naar de dorpschool brengt, vermoedt zij iets,  
van hun begraven stad, de twee theaters,  
tempels, baden, huisgoden; of van, later,  
hertogen die hier reden, hun *Très riches*  
*heures* stralend in de kapel, hun ranke dames  
breekbaar te paard met valken op hun hand.

Maar zij zit wijdbeens op haar ijzeren zadel  
en schrijft dwars door de doden de verhalen  
van haar bloedeigen leven in het land.

Willem van Toorn  
Uit 'HET STUWMEER', Amsterdam 2004

Het is niet volgens de etiquette om de mobiele telefoon aan te laten staan in het museum. Maar wat als het gebruik van de mobiele telefoon onderdeel uitmaakt van de belevingswereld van het museum? Dit is geen toekomst scenario maar iets wat vandaag de dag makkelijk te verwezenlijken is.

### **Mobiele Website**

De basis ligt bij het bouwen van een mobiele website (ook wel WAPsite genoemd, een afkorting voor Wireless Application Protocol).

Tot deze mobiele site kan men toegang krijgen door:

- met de telefoon het mobiele internet op te gaan
- bijv. NHM te sms-en naar een shortcode, waarna je een sms krijgt met een linkje erin. Wanneer je die aanklikt kom je meteen op de mobiele site.

Deze applicatie heeft tegenwoordig iedereen op zijn telefoon zitten, dus je hebt hier geen supersonisch nieuw toestel voor nodig.

Op de mobiele website kan het volgende worden aangeboden:

#### **1 Wallpapers en Screensavers**

Afbeeldingen, geanimeerd of statisch, van bijvoorbeeld de slag bij Kijkduin gewonnen door Michiel de Ruyter of van directeur generaal van Nieuw Nederland Peter Stuyvesant met zijn houten poot. Een moderne vorm van de geschiedenisplaten die op de lagere school werden gebruikt.

#### **2 Ringtones**

Oud Hollandse kinderliedjes, volksliedjes, streekliedjes, of het Wilhelmus (die op een Ipod video met songtekst geleverd kan worden).

#### **3 Videotones**

Een kort filmpje (animatie of bijvoorbeeld een stukje uit een film/documentaire) begint te spelen zodra je gebeld wordt (bijvoorbeeld "In Naam van Oranje doe open die poort" met een filmpje van de Geuzen die de poort van Den Briel ramijen).

#### **4 Korte filmpjes**

Zowel in animatievorm als gewone filmpjes, van hoogtepunten uit de geschiedenis.

#### **5 Puzzels**

De beeltenis van Willem van Oranje door elkaar gehusseld, wat weer kloppend gemaakt moet worden.

#### **6 Game**

Een geschiedenis quiz (met high scores zodat je dat weer kan koppelen aan de website).

## **7 Een mobiel Nationaal Historisch Woordenboek**

Even op je mobiel opzoeken wie Bonifatius ook weer was, of wat de Tweede Kamer ook weer precies doet.

## **8 Send to a friend functie**

De mogelijkheid om een sms te sturen naar een vriend(in) met de expositie affiche en de tekst 'Samen museumpje pakken?' en daaronder een link naar de mobiele website.

### **Bluecasting**

Iedere telefoon heeft de functie Bluetooth, een techniek waarmee apparaten op korte afstand met elkaar gegevens uit kunnen wisselen. Het zogenaamde bluecasting betekent dat je gratis content naar bezoekers zou kunnen sturen als ze in de buurt van een bluetooth zuil staan. De bezoeker ziet dan op zijn telefoon dat de zuil contact probeert te maken en accepteert dit, waarna vervolgens een filmpje, foto of game doorgestuurd kan worden.

Dit zou ingezet kunnen worden als attentie aan het begin of eind van het bezoek; een serie foto's of plaatjes of bijvoorbeeld het Nationaal Historisch Woordenboek.

### **Mobile Guide**

Een plattegrond van het museum op je mobiele telefoon, met de mogelijkheid om dingen aan te klikken en daar meer informatie over te ontvangen, of gewoon om te kijken waar de dichtstbijzijnde toiletten zijn.

### **De Mobiele Ansichtkaart**

De bijna als ouderwets bestempelde Ansichtkaart vernieuwd! Maak een foto met je mobiele telefoon van bijvoorbeeld een object in het museum, en ontvang die foto als een Ansichtkaart in de brievenbus.

*(Met dank aan Mobi Productions & Distribution, Amsterdam)*

Een moderne presentatie heeft een hoge mate van activering en een groot bereik. Een bereik dat verder reikt dan de muren van het eigen gebouw. Dit is een relatief nieuw geluid in de museale wereld, waar concepten, hoe multimediaal ook, toch veelal begrensd worden door collecties en de eigen vaste locatie. Doorvertaling in mediamiddelen blijft vaak steken in de vorm van een educatieve cd-rom en informatieve website. De fysieke bezoekers vormen dus nog altijd de maatstaf van 'het bereik'. Dat is onnodige beperking van het bereik.

De basis voor een optimaal bereik is de creatie van een sterk verhaal. Een verhaal is sterk als het kan worden doorverteld/doorvertaald in diverse mediamiddelen. Het is als een zware steen die in een vijver geworpen wordt en waarvan de kringen ver reiken. Deze mediavormen vergroten de cirkels in de vijver en daarmee het bereik. Een sterk verhaal laat zich dus niet beperken tot de vierkante meters, objecten en muren van de eigen locatie.

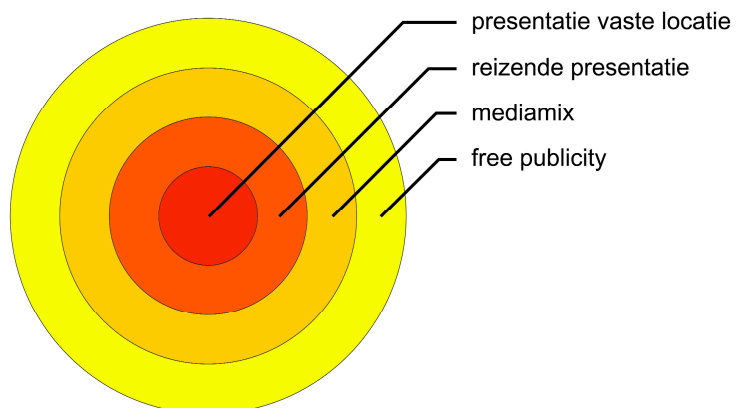
De inzet van diverse mediamiddelen versterken elkaar. Er is echter een verschil in de mate van 'beleving' tussen de verschillende mediamiddelen. De presentatie op de vaste locatie is de plek met het hoogste aspiratieniveau van de mediamix omdat *het verhaal* daar 'echt' beleefd kan worden. Het is het kloppende hart van de mediamix, het episch centrum van de vijver.

De overige media zijn middelen om het verhaal naar een groter publiek te brengen. Zo bereikt het verhaal achter de presentatie een veel grotere groep dan alleen de directe bezoekers. Moderne mediamiddelen zoals Internet, SMS, DM, events en mobiele telefonie maken het mogelijk ook doelgroepen die niet de presentatie bezoeken, te bereiken met dezelfde boodschap/verhaal.

Om de diverse middelen effectief te verbinden wordt een activeringsmechanisme ingezet om de bezoeker, passant en lezer te prikkelen tot respons of reactie. Dit actiemechanisme maakt de presentatie tot een interactieve campagne. Dit kan door middel van een wedstrijd, oproep, uitnodiging, prijsvraag.

### Bereikmodel voor presentaties

Bovengenoemd principe van eventmarketing of customer-activation is in het bedrijfsleven al een beproefd mechanisme. In schema:



<i>Museum</i>	<i>Bezoekers</i>	<i>Exploitatie</i>	<i>Formatieomvang</i>	<i>Afdelingen</i>
1 <b>Nederlands Scheepvaartmuseum</b>	169.000	€ 7,8 miljoen	67 fte's (36 uur)	Directeur en staf Collecties Marketing & PR Presentatie Bedrijfsvoering Financiën
2 <b>Museon</b>	150.000	€ 5 miljoen	62 fte (36 uur)	Directie Afd. collecties Afd. educatie Afd. marketing Afd. bedrijfsvoering Afd. Producties
3 <b>Naturalis</b>	240.000 (website 200.000)	€ 18 miljoen	126 fte (36 uur)	Directie Afd. collectie, Afd. onderzoek Afd. publiek
4 <b>Haus der Geschichte, Bonn</b>	500.000	€ 13 miljoen	129 fte (40 uur)	Directie Afd. tentoonstellingen Afd. collecties Afd. PR Afd. centrale dienstverlening
5 <b>Deutsches Historisch Museum, Berlin</b>	500.000	??	190 (40 uur)	Directie Afd. collecties Afd. tentoonstellingen Afd. bedrijfsvoering
6 <b>National Museum of American History, Washington DC</b>	6.300.000	\$ 31.5 miljoen	230 excl. bewaking/ beveiliging/ huishouden	Directie Afd. management & museale dienstverlening Afd. externe zaken Afd. museale zaken Afd. publieksprogrammering

**NB**

- 1 De gegevens zijn ontleend aan de meest recent verschenen jaarverslagen.
- 2 Exploitatiebudgetten zijn moeilijk vergelijkbaar (bijv. wel of geen huisvestingskosten)

**Naam** Drs W. G. (Wim) van der Weiden  
**Geboortedatum** 18 augustus 1940, Haarlem  
**Werkadres** Kanaalweg 46  
 2584 CL Den Haag  
 070.3515160  
 06.233.63.250  
**Onderscheidingen** Stadspenning Gemeente Den Haag  
 Officier in de Orde van Oranje Nassau

**Feiten en Data**

1959 Gymnasium-A, Haarlem  
 1968 Doctoraal Geschiedenis, Gemeente Universiteit Amsterdam  
 1963 - 1970 Leraar Geschiedenis  
 1969 - 1971 Docent MO-opleiding Geschiedenis  
 1970 - 1971 Hoofd afdeling Geschiedenis Museum voor het Onderwijs Den Haag  
 1971 - 1978 Idem, tevens plaatsvervangend directeur Museum voor het Onderwijs  
 1978 - 1991 Directeur Museon, Den Haag  
 1982 - 1985 Directeur Omniversum, Den Haag  
 1991 - 2003 Directeur Naturalis, Nationaal Natuurhistorisch Museum, Leiden

**Huidige functie** Eindredacteur Stichting Anno (2003- )

**Huidige nevenfuncties**

- Adviseur Museum De Cruquius (1980- )
- Jurylid European Museum Forum, van de 'European Museum of the Year Award' (EMYA) (1989 - )
- Voorzitter European Museum Forum ( 2002 - )
- Lid Monumentencommissie Gemeente Haarlemmerliede (1991 - )
- Lid Algemeen Bestuur Heimans en Thijssse Stichting (1999 - )
- Lid Adviescommissie Universiteitsmuseum Utrecht (1999 - )
- Lid Redactieraad 'Het Verleden van Nederland (2005 - )

**Enige voormalige nevenfuncties**

- Voorzitter Adviescommissie Internationale Museale Samenwerking (Mondriaanstichting) (2001-2004)
- Adviseur Museum Beelden aan Zee (2003-2006)
- Voorzitter ICOM ((International Council of Museum) Nederland (1982-1989)
- Lid Rijkscommissie voor de musea (1983-1990)
- Lid Bestuur NMV (Nederlandse Museumvereniging) (1983-1986)
- Lid Executive Council ICOM (1986 – 1989)
- Commissaris Omniversum (1986 – 1995)
- Lid Bestuur Stichting Nederlands Openluchtmuseum (1988-1991)

**Publicaties**

- Publicaties in binnen- en buitenland over Museon, Naturalis en diverse museale onderwerpen
- Diverse uitgaven voortgezet onderwijs