

**KLAAR VOOR EEN
NIEUWE FASE
MEERJARENBELEIDSPLAN
2021 - 2025**

onderwijsmuseum

VOORWOORD	03
LEESWIJZER	04
① DIT IS HET NATIONAAL ONDERWIJSMUSEUM	05
② TERUGBLIK	08
③ WAAR STAAN WE NU?	09
④ TOEKOMSTBEELD 2025	11
⑤ HOE GAAN WE DAAR KOMEN?	20

INHOUD

VOL VERTROUWEN DE TOEKOMST IN

Het Nationaal Onderwijsmuseum heeft een aantal woelige jaren achter de rug. We vonden in 2015 een nieuw thuis in Dordrecht, in het prachtige gebouw De Holland. Daar ontwikkelden we een geheel vernieuwde vaste presentatie en educatieve programmering. En, na vele jaren aan het museum verbonden te zijn geweest, ging directeur-bestuurder Tijs van Ruiten eind 2018 met vervroegd pensioen. Nu zijn we klaar voor de volgende fase. Vijf jaar na onze heropening is het tijd om nóg scherpere keuzes te maken.

Daarom hebben we onze plannen en ambities voor 2021-2025 geformuleerd. Uiteraard samen met onze raad van toezicht en belangrijkste belanghebbenden: de gemeente Dordrecht en het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Zij dachten mee en functioneerden als kritische gesprekspartners.

Toen we aan de slag gingen, zaten we midden in de coronacrisis. Een periode die de museumwereld hard heeft geraakt. Of het bezoek aan culturele instellingen snel weer op het oude niveau komt? Dat weten we niet. Maar deze crisis heeft er ook voor gezorgd dat we op andere (online) vlakken enorme vooruitgang hebben geboekt. Het is belangrijker dan ooit om onze relevantie onder de loep te nemen. Dus we maakten van de nood een deugd en benutten deze periode om ons in relatieve rust te beraden op de toekomst. Om er sterker en doeltreffender uit te komen, met een scherpere focus op ons verhaal, ons aanbod, onze doelgroepen en onze belanghebbenden.

Voor u ligt het resultaat van al onze inspanningen: een ambitieus, maar realistisch beleidsplan. Een plan dat in 2025 resulteert in een toekomstbestendig en financieel gezond Nationaal Onderwijsmuseum. Een museum met een sterk profiel, duidelijke keuzes in programmering en collectionering en een grotere relevantie voor nog meer mensen. Met een efficiënte, flexibele en effectieve organisatie, en een team van enthousiaste medewerkers dat dit gaat realiseren. Wij kijken ernaar uit!

Petra Reijnhoudt
directeur-bestuurder

Toine Maes
voorzitter raad van toezicht

VOORWOORD

LEESWIJZER

In 2025 is het Nationaal Onderwijsmuseum levendig, bruisend, actueel en betrokken. Het is dé plek waar iedereen de geschiedenis, actualiteit en toekomst van het Nederlandse onderwijs kan beleven. Hoe we dit willen en gaan realiseren? Dat staat in dit beleidsplan voor 2021-2025. Het is als volgt opgebouwd:

Van weten naar doen

Hoofdstuk 1 geeft antwoord op vragen als: Welke betekenis heeft het Nationaal Onderwijsmuseum in de samenleving? En voor wie zijn we er? Het geeft inzicht in onze relevantie en waarom we van belang zijn voor onze doelgroepen. Hoofdstuk 2 biedt een inkijkje in onze geschiedenis tussen 1981 en 2020, een periode waarin er veel gebeurde. Hoofdstuk 3 beschrijft puntsgewijs de huidige stand van zaken en de transitiefase waarin we verkeren. Deze uitkomsten vormen de basis van dit beleidsplan. Hoofdstuk 4 gaat over onze speerpunten: vier strategische doelen die we komende jaren willen bereiken. Hoofdstuk 5 focust op wat er nodig is voor de uitvoering van deze speerpunten, namelijk onze marketing en communicatie, bedrijfsvoering en organisatie, en financiën.

1. Dit is het Nationaal Onderwijsmuseum
2. Terugblik
3. Waar staan we nu?
4. Toekomstbeeld 2025
 - Vier speerpunten
5. Hoe gaan we daar komen?
 - Marketing en communicatie
 - Organisatie en bedrijfsvoering
 - Financiën

Veel leesplezier!



1 DIT IS HET NATIONAAL ONDERWIJSMUSEUM

Iedereen heeft wel een herinnering aan zijn of haar schooltijd. Aan wat je er leerde (of wat niet), uit welke boeken je las en hoe de sfeer was. Maar ook of je veel vrijheid had om je eigen leerproces in te vullen. Je jeugd is een periode waarin je ideeën vormt over de wereld om je heen en hoe jij je daartoe wilt verhouden. Wat je hoort en leert in de klas speelt hierin een belangrijke rol.

Als Nationaal Onderwijsmuseum laten wij zien welke ideeën, opvattingen en overtuigingen via het onderwijs worden overgedragen. Waarom, hoe en voor wie doen we dat? En wat zijn onze missie, visie en kernwaarden? We vertellen het in dit hoofdstuk.

WAARDE CREËREN

Onderdeel van de Nederlandse cultuur

Het onderwijs en zijn geschiedenis zijn onderdeel van de brede Nederlandse cultuur en samenleving. En zijn altijd onderwerp van discussie. Of het nu gaat over lestijden of curriculuminhoud. Wisselende visies op het onderwijs, educatieve doelen en didactische methoden houden de sector voortdurend in beweging. Want veranderingen in de samenleving weerspiegelen zich op het schoolplein en in de klas.

Onze collectie

Onze nationaal toonaangevende collectie biedt een representatief overzicht van die weerspiegelingen en ontwikkelingen in het Nederlandse onderwijs tussen 1800 en nu. De grote verzameling objecten is een unieke bron voor vaste en tijdelijke presentaties, onderzoek, en kennisuitwisseling met het onderwijsveld.

VOLLEDIGSTE ONDERWIJSCOLLECTIE VAN NEDERLAND

Het Nationaal Onderwijsmuseum beheert en presenteert één van de grootste en mooiste onderwijscollecties ter wereld. Met ruim 325.000 objecten hebben we de meest volledige collectie onderwijsmiddelen, -documenten en -archieven in Nederland. Een collectie die duizenden verhalen vertelt. Verhalen die mensen verbinden. Verhalen over actuele onderwerpen, vragen en problemen in de wereld. Met die laatste willen we kennis en bewustwording bij mensen vergroten.

Deze verhalen vind je bijvoorbeeld in:

- de kunstcollectie 'Oud Goud' van Noordhoff BV: unica van door kunstenaars gemaakte olieverfschilderijen en aquarellen ten behoeve van het onderwijs;
- egodocumenten: schoolagenda's, eind 19de t/m 21ste eeuw. Deze bron geeft een bijzondere inzicht in het leven van middelbare scholieren.

Voor en met iedereen

We willen er dan ook voor iedereen zijn. Voor de professional die nadenkt over de kansen en mogelijkheden die onderwijs biedt, voor de docent die op zoek is naar een educatief programma of inspiratie én voor de bezoeker die ons ziet als een aantrekkelijke plek voor een dagje uit. Want onderwijs raakt ieders leven. Vroeger, nu of later.

MISSIE

Hier staan we voor:

Het Nationaal Onderwijsmuseum
laat de wereld van het onderwijs zien.
Je leert, ziet en ervaart er welke rol het speelt,
speelde of kan spelen in ieders leven.

VISIE

En hier gaan we voor:

Het Nationaal Onderwijsmuseum volgt en duidt
actuele onderwijsontwikkelingen,
blijkt vooruit en reflecteert op het verleden.
We staan bekend als een betrouwbaar kennisinstituut,
bron van kennis en aantrekkelijke tentoonstellingslocatie.
Samen met onderwijspartners plaatsen we actuele kwesties
in historisch perspectief. Altijd in een passende vorm die
een brede groep bezoekers naar Dordrecht trekt.

KERNWAARDEN

Dat doen we vanuit deze kernwaarden:

UNIEK – het Nationaal Onderwijsmuseum is uniek in Nederland en behoort internationaal tot de top van onderwijsmusea.

HERKENBAAR – in het Nationaal Onderwijsmuseum herkent elke bezoeker iets uit de eigen schooltijd, of het nu lang of kortgeleden is.

PERSOONLIJK – in het Nationaal Onderwijsmuseum vormen persoonlijke ervaringen en herinneringen een belangrijk onderdeel van de beleving. Ze bieden mogelijkheid tot identificatie en herkenning.

VERRASSEND – in het Nationaal Onderwijsmuseum wordt de bezoeker verrast door nieuwe kennis of onverwachte extraatjes en ervaringen;

BETROUWBAAR – het Nationaal Onderwijsmuseum is een betrouwbaar kennisinstituut waar iedereen terecht kan voor toelichting, duiding en uitleg;

DESKUNDIG – de medewerkers van het Nationaal Onderwijsmuseum handelen professioneel en deskundig.

POSITIONERING: EEN NATIONAAL INSTITUUT IN DORDRECHT

Het Nationaal Onderwijsmuseum behoort internationaal tot de top van onderwijsmusea. De collectie is van de hoogste kwaliteit en onze werkwijze en publieksbenadering zijn vernieuwend.

Uniek in Nederland

Ons museum is uniek in Nederland. Door onze omvang, ons nationale bereik, onze uitgebreide educatieve programmering en onze professionele presentaties onderscheiden we ons van andere, kleinere schoolmusea. We zijn vernieuwend door onze thematische aanpak en sluiten aan bij actualiteit en sociaalmaatschappelijke vraagstukken. De collectie is toonaangevend en een rijke bron voor onderzoek van wetenschappers, journalisten en studenten.

Onmisbaar in de regio

We zijn ook een echt Dordts museum: stevig geworteld in de regio met onze tachtig Dordtse vrijwilligers, als vast programmaonderdeel van veel scholen en als samenwerkingspartner van organisaties uit de buurt. Maar vooral ook als ontspannen uitje voor families. En met een bijpassende programmering doen we mee aan alle evenementen die relevant zijn voor Dordrecht.



2 TERUGBLIK

Om vooruit te blikken, moeten we eerst terugkijken. Bezuinigingen en verhuizingen hadden afgelopen jaren grote impact op onze bedrijfsvoering. Natuurlijk zijn we er nog: sterker en toonaangevender dan ooit. In dit hoofdstuk duiken we terug in de tijd en duiden we de belangrijkste ontwikkelingen voor ons museum.

Van Zoetermeer ...

De basis van het huidige Nationaal Onderwijsmuseum ligt in Zoetermeer. Daar vestigde zich in 1981 het Nationaal Schoolmuseum, op initiatief van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW). Hier konden basisschoolleerlingen kennismaken met het onderwijs van vroeger.

... naar Rotterdam ...

Midden jaren tachtig dreigde het museum opgeheven te worden door bezuinigingen. Dat werd gelukkig voorkomen. De gemeente Rotterdam was bereid het museum onderdak te bieden. Het Nationaal Schoolmuseum verzelfstandigde, en de inmiddels respectabele (deels Rijks-) collectie werd in een private stichting ondergebracht. Het ministerie van OCW en de gemeente Rotterdam subsidieerden het museum. Vanaf de heropening in 1989 groeide het uit van een klein vrijwilligersmuseum tot een van de toptienmusea van Rotterdam, met zo'n 42.000 bezoekers per jaar.

Van een klein vrijwilligersmuseum

naar het op een na grootste onderwijsmuseum ter wereld

... tot Dordrecht

In 2010 werd het museum wederom getroffen door bezuinigingen. Dit keer vond het een nieuwe partner in de gemeente Dordrecht. Samen namen ze het markante pand De Holland onder handen. En in juli 2015 opende de toenmalige minister van Onderwijs Jet Bussemaker het geheel vernieuwde Nationale Onderwijsmuseum. Naast het pand was er nog meer nieuw: de thematische presentatie, uitgebreide randprogrammering, educatieve programmering en een grotere eigen verdiencapaciteit met een Museumcafé, -shop en zalen.

Directie

Er was één constante factor in de geschiedenis van het museum: Tijs van Ruiten. In dienst vanaf 1982 als educator en conservator en vanaf 2005 als directeur-bestuurder. Hij ging eind 2018 met vervroegd pensioen.

Begin 2019 nam Petra Reijnhoudt het stokje over. Haar opdracht? Leidinggeven aan onze volgende fase: het ontwikkelen van een toekomstbestendig museum met een sterk profiel, duidelijke keuzes in programmering en collectionering, en een gezonde financiële basis.

3 WAAR STAAN WE NU?

De laatste veertig jaar stond in het teken van aanpassen en onderscheiden. En dat moeten we de komende tijd blijven doen: constant vernieuwen, andere invalshoeken kiezen en up-to-date blijven. We richten ons volledig op het onderwijs en de jeugdcultuur: twee gebieden waarin al decennialang volop wordt vernieuwd en geëxperimenteerd.

De huidige stand van zaken? We zijn nog niet waar we willen zijn. Maar, gelet op de grenzen van onze middelen en capaciteiten, zijn we trots op wat we hebben bereikt. In dit hoofdstuk beschrijven we wat er goed gaat en wat er beter kan.

WAT GAAT ER GOED?

- Het museum is met 325.000 objecten en 30.000 bezoekers per jaar het op een na grootste onderwijsmuseum ter wereld en behoort internationaal tot de top van onderwijsmusea.
- De combinatie van materiële en immateriële collecties, documentatie en verhalen is uniek en in deze vorm nergens anders in Nederland te vinden.
- Journalisten, wetenschappers en studenten raadplegen onze collectie regelmatig. We begeleiden studenten en promovendi, en hebben een groot wetenschappelijke netwerk.
- Sinds 2017 zijn we als geregistreerd museum opgenomen in het Museumregister.
- Zowel het educatieve aanbod als het meer recreatieve en vakantieaanbod, laten een stijgende lijn in deelnemers zien.
- In 2021 was het museum voor het eerst een van de 52 Kidsproof-musea in Nederland.
- We zijn gevestigd in een interessant en iconisch architectuurmonument, goed bereikbaar vanaf station Dordrecht Centraal.
- Het gebouw en de faciliteiten hebben een lichte en transparante uitstraling.
- Onze medewerkers zijn publieksvriendelijk. Dat waarderen bezoekers enorm.
- We hebben onze financiële achterstanden ingelopen en een weliswaar smalle, maar financieel gezonde uitgangspositie.

WAT KAN ER BETER?

- Onze tijdelijke tentoonstellingen en thema's kunnen actueler, met een grotere betrokkenheid van specifieke doelgroepen.
- Uit feedback van bezoekers blijkt dat de huidige vaste presentatie de gewone bezoeker niet altijd voldoende uitleg biedt en de professional te weinig verdieping.
- Het bezoekersaantal blijft achter bij de verwachting. De beoogde groei naar tussen de 40.000 en 50.000 bezoekers is nog niet gerealiseerd.
- De collectie is groot, maar we benutten de potentie nog onvoldoende. Denk aan de archief functie, presentatie functie en verhalende functie.
- Door onze vroegere 'reservoirfunctie' zijn de collectiedepots van het museum overvol. We moeten scherpere keuzes maken bij de verwerving van nieuwe collectie.
- We brengen het museum nog te weinig onder de aandacht als aantrekkelijke plek in Dordrecht, voor regionale en landelijke bezoekers.
- De mogelijkheden om de aanwezige historische kennis van het onderwijs breder en voor meer doelgroepen in te zetten (met name onderwijsveld, professionals) benutten we nog niet genoeg.

- De huidige staf is te klein of heeft niet altijd de juiste kennis om de huidige ambities te realiseren.
- Het grootste gedeelte van ons budget gaat op aan vaste kosten. Hierdoor blijft er te weinig ruimte over om te investeren in programmering of staf.

Kortom: genoeg punten waarop we in de toekomst kunnen voortborduren. We zetten door wat goed gaat, en leren van wat beter kan.

... *We zijn trots op wat we hebben bereikt.*



4 TOEKOMSTBEELD 2025

Hoe vertalen we het bovenstaande naar een concrete richting? Welke stappen gaan we zetten om het Nationaal Onderwijsmuseum toekomstbestendig te maken? We formuleren negen strategische keuzes en vier bijbehorende speerpunten.

STRATEGISCHE KEUZES

Relevantie, draagvlak en zichtbaarheid. Daarop ligt onze focus de komende jaren. Enerzijds willen we extra verbinding en samenwerking met onderwijsprofessionals, en meer betekenen voor het onderwijs in de praktijk. Anderzijds willen we ons algemene publiek behouden en nieuw publiek verwelkomen. Dat doen we met een vernieuwd aanbod – zowel online als in het museum – en meer aanwezigheid in de media.

Hiermee zorgen we ervoor dat onze belanghebbenden ons een warm hart toedragen. En dat ze ons blijven ondersteunen in woord en daad.

Deze focus vertalen we naar negen strategische keuzes:

1. Extra aandacht voor presentatie en programmering. Meer gericht op actuele onderwijskwesties. We gaan scherper kiezen: minder, maar beter.
2. Streven naar een unieke en herkenbare positionering als breed nationaal platform voor de ontwikkeling van het Nederlandse onderwijs.
3. Stevige profilering als debat- en kennisinstituut voor onderwijsprofessionals.
4. Duidelijkere keuzes voor drie doelgroepen: families, onderwijsprofessionals en educatie.
5. Product-marktcombinaties ontwikkelen voor drie bovenstaande doelgroepen.
6. Doelgroepen actief betrekken bij programma- en productontwikkeling en dienstverlening.
7. Gerichte marketing en communicatie richting doelgroepen en media, en meer inzet van public relations en public affairs.
8. Organisatie hierop inrichten: professionalisering en capaciteitsuitbreiding.
9. Huidige financiering beter borgen en nieuwe financierders aan het museum binden.

SPEERPUNTEN

Op basis hiervan formuleren we vier speerpunten:

1. Collectie ontsluiten en verhalen delen.
2. Een voorbeeldfunctie voor educatieve programmering.
3. Een kennisinstituut en platform.
4. Een aantrekkelijke en aangename plek voor al onze doelgroepen.

Wat willen we per speerpunt bereiken, hoe gaan we dat doen, en wat is daarvoor nodig? Hierna lichten we ze stuk voor stuk toe.

SPEERPUNT 1. COLLECTIE ONTSLUITEN EN VERHALEN DELEN

Dit willen we bereiken

Het museum gaat haar huidige collectie inzetten om verhalen te delen en op te halen, om zo de band met bezoekers en gebruikers te verstevigen.

Voor het brede publiek ...

In het Nationaal Onderwijsmuseum kan iedereen zich een beeld vormen van het Nederlandse onderwijs van toen en nu. Bij ons kunnen bezoekers terugdenken aan school en zo mogelijk reflecteren op die tijd. Wat heeft het ze gebracht en hoe heeft het hun leven beïnvloed? Die herkenning en (intergenerationele) ervaringsuitwisseling is voor veel mensen reden om voor hun plezier naar het museum te komen.

... en het onderwijs

Tegelijkertijd is de reflectie op verleden, heden en toekomst maatschappelijk gezien een leerzaam en constructief proces. Daarom willen we onze vaste presentatie, online collectie en website zo opzetten dat ze ook interessant en bruikbaar zijn voor docenten en andere onderwijsprofessionals.

Dit gaan we doen

Vaste presentatie

We vernieuwen de huidige vaste presentatie. Deze krijgt een betere routing en een gelaagd narratief. Boeiend voor zowel de gewone als de professionele bezoeker. Daarvoor gaan we eerst experimenteren met nieuwe presentatiemogelijkheden. En op basis daarvan ontwikkelen we een plan voor de realisatie van een nieuwe vaste presentatie.



Tentoonstellingsprogramma

Vanaf 2021 zetten we nog sterker in op tentoonstellingsthema's die aansluiten bij actuele onderwijsontwikkelingen. Waar mogelijk betrekken we specifieke doelgroepen bij de totstandkoming daarvan.

Persoonlijke verhalen en co-creatie

Om bezoekers te raken en betrekken, moeten we persoonlijke verhalen vertellen in al onze presentaties. Die verduidelijken, verlevendigen en bezielen de algemene verhaallijn. Het liefst sluiten we daarbij zo veel mogelijk aan bij de actualiteit. Denk aan thema's als de vernieuwing van het onderwijscurriculum, toetsen, sociale klasse en mobiliteit, multiculturaliteit, en rollen en bevoegdheden van de docent. Deze verhalen hebben we al. Maar om het museum levendig en geëngageerd te houden, blijven we nieuwe verhalen toevoegen.

Collectiebeleid

Het Nationaal Onderwijsmuseum was en is 'reservoir' voor onze materiële onderwijsgeschiedenis. Nog steeds krijgen we honderden schenkingen per jaar aangeboden. Daardoor zijn onze twee depots overvol. Afgelopen decennium was er onvoldoende capaciteit voor ontsluiting en inventarisatie. Nodig zijn nóg scherpere keuzes voor selectie en ontsluiting, net als strenge criteria voor de verwerving van nieuwe collectieobjecten. Kortom: een aangescherpt collectiebeleidsplan dat is afgestemd op onze toekomstdoelen.

*Het museum moet persoonlijke verhalen vertellen,
om bezoekers te raken en betrekken.*

Dit is daarvoor nodig

Bezoekerspanel

We stellen een bezoekerspanel samen. Dat bestaat uit een selectie mensen die families en actieve ouderen als bezoekersgroep representeren.

Capaciteit en organisatie

Onze huidige basis is nog te smal om dit speerpunt aan te pakken. We hebben een extra (junior) conservator¹ en een tentoonstellingsmaker nodig. Deze twee kunnen ook de rol van aanjager en deskundig gesprekspartner van het bezoekerspanel vervullen. En door deze uitbreiding komt er capaciteit vrij om aan het bovenstaande plan voor een nieuwe vaste presentatie te werken.

Prioritering en fasering

- 2021: Start pilot 'Crowdsourcing van verhalen en informatie van bezoekers', aan de hand van een ansichtkaartencollectie van schoolgebouwen (verSCHOLEN op de kaart).
- 2021 en daarna: Wisseltentoonstellingen ontwikkelen. Met actuele thema's zoals lezen en leesplezier (2021), gender, passend onderwijs (na 2021). Aantrekkelijk voor ons grote publiek en voor minstens 50% extern gefinancierd.
- 2021-2022: Collectieplan aanscherpen.
- 2023-2024: Professionalsgedeelte van de vaste opstelling vernieuwen.
- Doorlopend: Verdere collectieontsluiting, waarbij we zo veel mogelijk ons publiek betrekken.

¹ Zie ook Speerpunt 3: Een kennisinstituut en platform voor debat



SPEERPUNT 2: EEN VOORBEELDFUNCTIE VOOR EDUCATIEVE PROGRAMMERING

Dit willen we bereiken

Het museum ontwikkelt zich tot een voorbeeldinstelling op het gebied van educatieve programmering. Deze sluit aan bij hedendaagse onderwijspraktijk, zowel in didactiek als thematiek en is inspirerend voor de hedendaagse onderwijsprofessional.

Dit gaan we doen

Aanbod uitbreiden

We verbreden ons on- en offline educatieaanbod en breiden het fors uit. In dat kader willen we meer duurzame relaties met alle scholen in Nederland, zodat ze onze educatieve programma's kunnen volgen. Het basisdeel van ons online aanbod is gratis beschikbaar, ook via externe

sites zoals Wikiwijs en LessonUp. Daarnaast zit een steeds groter deel achter een bescheiden betaalmuur.

Samenwerking onderwijsveld

We zoeken meer samenwerking met professionals uit het onderwijsveld. Zo kunnen we passende educatieve programma's ontwikkelen, die goed bruikbaar zijn in de onderwijspraktijk. Programma's die aansluiten bij moderne didactiek en pedagogiek, bij verschillende onderwijsniveaus en bij wensen van docenten.

Actualiteit

Onze educatieve programma's laten we nog beter aansluiten bij actuele (maatschappelijke) ontwikkelingen en vraagstukken die een rol spelen in het onderwijs. Idealiter vormen ze een vast onderdeel van het curriculum. Daarmee stimuleren we scholen om een langdurige band met ons aan te gaan.

Permanente professionalisering medewerkers

We innoveren continu en experimenteren met nieuwe technologieën. Op die manier blijven we aangesloten bij ontwikkelingen en kunnen we fysieke en digitale componenten in onze lessen verweven. Denk aan het gebruik van virtual reality in gastlessen of het toepassen van blended learning.

..... *Het museum ontwikkelt zich tot een voorbeeldinstelling op het gebied van educatieve programmering.*

Dit is daarvoor nodig

Educatiepanel

Voor een sterkere aansluiting op het onderwijs, gaan we met een educatiepanel werken. Hierin zitten docenten en leermiddelenontwikkelaars.

Capaciteit

Op dit moment is één parttime educator verantwoordelijk voor ons huidige aanbod, acquisitie, en begeleiding van museumdocenten. Ook ontwikkelt diegene onze nieuwe programma's, vakantieactiviteiten, en de educatieve component van onze wisseltentoonstellingen. en veelomvattende functie dus. Er is behoefte aan een tweede educator met een onderwijsachtergrond. Deze kan ook de rol van aanjager en deskundig gesprekspartner van het educatiepanel vervullen.

Prioritering en fasering

- 2021-2025: Ons complete educatieaanbod beschikbaar stellen voor onze verschillende doelgroepen. Standaard, bij wisseltentoonstellingen, vakantieactiviteiten, on demand-gastlessen en colleges. Zowel in het museum, op locatie als online. Eerst zetten we in op ons educatieve aanbod voor het onderwijs, vervolgens voor de andere doelgroepen.
- 2021: Educatiepanel opzetten.

SPEERPUNT 3: EEN KENNISINSTITUUT EN PLATFORM

Dit willen we bereiken

Het museum ontwikkelt zich tot een algemeen erkend en gekend kennisinstituut op het snijvlak van onderwijsbeleid, onderwijshistorie en onderwijspraktijk, is een bron van historische kennis, platform en verbinder van initiatieven om het denken over goed onderwijs verder te brengen.

Dit gaan we doen

Samenwerking

We gaan meer samenwerken met de onderwijssector en de wetenschap. Dat doen we door de onderwijssector te verrijken en ondersteunen met kennis van zijn historie, en als beheerder en verzamelaar van zijn materiële erfgoed. Daarnaast zoeken we samenwerking op basis van onze eigen agenda. Jaarlijks benaderen we per onderwerp partners die onze kennis aanvullen.

Collectie en presentatie

Onderwijsprofessionals kunnen bij ons terecht voor materialen, ondersteuning en inspiratie. Voor onderzoek, leermiddelenontwikkeling, kennisuitwisseling en reflectie.

Platform en locatie

Voor het onderwijsveld bieden we een platform voor debat of kennisuitwisseling. Ook zijn we een voorkeurslocatie voor vergaderingen, seminars of andere bijeenkomsten van en voor onderwijsprofessionals.



*Het museum biedt een platform
voor debat of kennisuitwisseling.*

Dit is daarvoor nodig

Wetenschappelijke raad van advies

Ter versterking van onze kennisinstituut-ambitie, stellen we per 2021 een wetenschappelijke raad van advies (wrva) in. Het doel van deze raad? De wetenschap verbinden met de praktijk van het Nationaal Onderwijsmuseum. Onze raadsleden hebben invloed op onze inhoudelijke koers en zijn kritische gesprekspartners én ambassadeurs van ons museum.

Capaciteit en organisatie

Op dit moment hebben we één conservator die wetenschappelijk onderzoek doet binnen de collectie. Deze heeft brede kennis van de onderwijsgeschiedenis. Uiteraard hebben andere medewerkers ook kennis van de collectie, maar er is meer nodig om onze betekenis als kennisinstituut duurzaam te borgen.

Capaciteitsuitbreiding moet vooral op twee punten plaatsvinden:

- Een junior conservator.
Voor onderzoek en zichtbaarheid van de collectie. Iemand die het museum als kennisinstituut ontwikkelt en onder de aandacht brengt. Daarvoor is ervaring met social media noodzakelijk.
- Een programmamaker.
Dit is een functie op het snijvlak van collectie, eventorganisatie en marketing en communicatie. Het moet iemand zijn die goed op de hoogte is van het huidige onderwijs, bekend is met de collectie en met een eigen netwerk in het onderwijs. Ook heeft diegene visie op conceptontwikkeling en de meerwaarde die we kunnen bieden binnen huidige onderwijsdiscussies.

Fasering en prioritering

- 2021: Instelling wetenschappelijke raad van advies.
- De fasering van de overige doelen hangt af van de aanstelling van bovengenoemde medewerkers.

SPEERPUNT 4: EEN AANTREKKELIJKE EN AANGENAME PLEK VOOR AL ONZE DOELGROEPEN

Dit willen we bereiken

Het Nationaal Onderwijsmuseum is niet alleen een relevant, interessant en professioneel museum en een kennisinstituut. Het is ook het meest laagdrempelige museum van Dordrecht. We zijn een aantrekkelijke locatie met een fijne sfeer en hoge vrijetijdswaarde voor alle bezoekers. Gegarandeerd een gezellig dagje uit.

Dit komt door de combinatie van veel factoren. Zo hebben we een bijzonder, ruim en mooi gebouw, makkelijk bereikbaar vanaf station Dordrecht Centraal. Ook bieden we een prachtige collectie die herinneringen, verwondering en bewondering opwekt. Een leuke museumshop, een fijn terras en een goed restaurant. En frontofficemedewerkers die iedereen altijd warm verwelkomen.

Ook hebben we professioneel uitgeruste zalen met hoogwaardige horecavoorziening. Daardoor zijn we interessant voor zakelijke bijeenkomsten. Deze kwaliteiten koesteren we: ze versterken onze positie en zorgen voor meer publieksinkomsten.



Dit gaan we doen

Publieksbereik

Al het bovenstaande gaan we beter communiceren via onze website en naar de media. Ook zetten we er meer marketing op. Daarnaast bieden we tijdens en buiten de vakantie extra familie-activiteiten. Hierom richten we onze marketing en communicatie ook op België en Duitsland. Busmaatschappijen en dagjes-uit-websites zijn daarin belangrijke marketingpartners. Net als de Museumkaart, Dordtpas en Rotterdampas.

Zakelijke verhuur en eigen verdienvermogen

We professionaliseren onze museumshop, het Museumcafé en de mogelijkheden voor zakelijke verhuur met streamingmogelijkheden.

.....
*Het museum is een waardevolle plek
waar al onze doelgroepen graag komen.*
.....

Dit is daarvoor nodig

Inrichting

De zalen kunnen kleine aanpassingen gebruiken op het gebied van inrichting, apparatuur en aankleding. Bijvoorbeeld: nieuwe stoelen, opklapbare tafels, nieuw behang en gordijnen.

Marketing en communicatie

We breiden onze marketinginspanningen uit en starten een mediacampagne om de naamsbekendheid van het museum te vergroten.

Prioritering en fasering

- We zetten ons huidige marketing- en communicatiebeleid voort. Daarin ligt de focus op onze doelgroepen en gebruiken we een sterke mediamix. Dat doen we samen met onze vaste marketingpartners zoals Dordrecht Marketing.
- Meer marketinginspanningen zijn belangrijk, maar alleen mogelijk als we een extra marketingmedewerker en marketingbudget hebben.

5 HOE GAAN WE DAAR KOMEN?

We kunnen de vier speerpunten niet uitvoeren zonder ondersteuning van onze afdeling marketing en communicatie. Ook vragen ze om een aanpassing in de huidige bedrijfsvoering, organisatie en financiële situatie. Hoe gaan we onze beoogde doelstellingen uitvoeren? Wat is hier intern voor nodig? Dat beschrijven we in het volgende hoofdstuk.

ORGANISATIE EN BEDRIJFSVOERING

ORGANISATIE

Huidige organisatie

De huidige organisatie van het Nationaal Onderwijsmuseum telt elf vaste medewerkers (7,8 fte). Hun takenpakket is breed en flexibel, functie-overstijgend en sterk gericht op samenwerking – zowel in- als extern. De directeur-bestuurder is hun direct leidinggevende.

Behalve 0,6 fte voor financiën en administratie, en 2,1 fte voor het Museumcafé en onze zakelijke verhuur, zijn er geen ondersteunende functies. Onze platte, flexibele organisatie wordt versterkt door ruim tachtig vrijwilligers, vijftien museumdocenten en vele grote en kleine opdrachtnemers. Van ontwerpers en vormgevers tot leveranciers.

Governance en toezicht

We hebben een bestuursmodel met een raad van toezicht. Deze vergadert minimaal vier keer per jaar en hanteert bij haar functioneren de principes van de Governance Code Cultuur. Naast standaard punten zoals de jaarrekening, het jaarverslag en de begroting, denkt de raad actief mee over de toekomst van het museum.

In 2021 bestaat de raad van toezicht uit de volgende personen:

- Toine Maes, algemeen directeur-bestuurder Kennisnet (voorzitter)
- Bert Boer, algemeen directeur-bestuurder Maritiem Museum
- Annet Kil, voorzitter college van bestuur Gooise Scholen Federatie
- Fauzia Mahomed Radja, directeur en oprichter van FM Consultancy
- Léon Peeters, arbeidsrecht- en pensioenadvocaat bij Ten Holter/Noordam Advocaten
- Peter Vrancken, voorzitter van het college van bestuur van ROC Da Vinci College in Dordrecht

Vrienden van het Nationaal Onderwijsmuseum

Ter ondersteuning van het museum is een vriendenvereniging actief, met rond de 250 leden. Vrienden hebben onder andere gratis toegang en ontvangen publicaties en catalogi. De vereniging heeft geen actieve rol binnen het museum. Om de rol en invulling te laten aansluiten bij de nieuwe museumambities, voeren we nu gesprekken met het bestuur.

Beoogde groei in formatie

We hebben de kennis en kwaliteit om onze ambities waar te maken. Maar daarvoor moeten we wel onze formatie uitbreiden met:

- een junior conservator;
- een programmamaker;

- een tentoonstellingsmaker;
- een tweede educator;
- een tweede marketing- en communicatiemedewerker.

Ons uitgangspunt bij deze uitbreiding is dat de vaste organisatie zo klein en flexibel mogelijk blijft. Ontbreekt er eventueel kennis en ervaring? Dan werken we daarvoor samen met externen. Dat vraagt om ervaren, naar buiten gerichte en communicatief sterke medewerkers.

Het museum heeft de kennis en kwaliteit om de ambities waar te maken.

BEDRIJFSVOERING

Personeel

Een deel van onze werknemers ontvangt structureel een lagere salariering dan op grond van hun werkzaamheden reëel is. Dat maakt het lastig om gekwalificeerd nieuw personeel aan te trekken. Terwijl dat wel noodzakelijk is voor een toekomstbestendig museum.

Daarom willen we in 2025 het volgende bereikt hebben:

- Een nieuw ingericht functiehuis, waarin alle werknemers salaris krijgen passend bij hun kennis en ervaring.
- Opgebouwde reserves voor scholing.
- Periodieke ondersteuning door een personeelsadviseur, zodat de kwaliteit van het team verder kan ontwikkelen.
- Onderzoek verricht naar de mogelijkheid tot aansluiting bij de museum-cao.

Borging van kennis en ervaring

Het aantrekkelijke van een compacte organisatie, is dat er veel ruimte is voor eigen initiatief en eigen verantwoordelijkheid. Het nadeel is dat de organisatie kwetsbaar is: door onze smalle basis zijn kennis en ervaring niet sterk geborgd.

Daarom willen we in 2025 het volgende bereikt hebben:

- Structurele kennisborging over tentoonstellingen, educatie et cetera.
- Versterkt en vastgelegd financieel management.
- de gehele organisatie gestructureerd 'in de cloud' ondergebracht.
- De collectiegerelateerde kennis zoveel mogelijk in het museale registratiesysteem The Museum System vastgelegd.

Huisvesting en onderhoud

Jaarlijks reserveren we een bedrag voor groot onderhoud aan het gebouw, op basis van een periodiek bijgesteld meerjarenonderhoudsplan. Dit plan stellen we in 2021 bij.

In 2015 is het museumgebouw state-of-the-art opgeleverd met energielabel A. Rondom ligt een grote, onder architectuur aangelegde tuin met een (horeca)terras. Voor de komende jaren staan er geen ingrijpende interne verbouwingen op de planning.

Wat wel op de agenda staat:

- De aankleding en stoffering van zalen en de herinrichting van de kantoorruimte zijn wenselijk. Hiermee kunnen we ze geschikter maken voor zowel flexibel als op anderhalve meter werken. Maar dit heeft geen prioriteit.
- Het terugbrengen van de (decoratieve en beeldbepalende) schoorsteen op gebouw De Holland. Dankzij crowdfunding en sponsors hebben we al het merendeel van de benodigde middelen hiervoor. Het liefst voeren we dit project uit binnen deze beleidsperiode, maar alleen als er voldoende capaciteit en budget is.

PANELS EN WETENSCHAPPELIJKE RAAD VAN ADVIES

We vertelden er al over bij de speerpunten: panels en een wetenschappelijke raad van advies (wrva) worden vanaf 2021 een vast onderdeel van het Nationaal Onderwijsmuseum. Het plan is om voor elke grote doelgroep waar we ons op richten een panel in te stellen, dat ons feedback geeft op onze plannen en meedenkt over de toekomst. Een korte toelichting:

Panels

We vormen de volgende panels:

- bezoekerspanel;
- educatiepanel.

De panels zijn een afspiegeling van onze doelgroepen, en vormen straks een levendig en essentieel onderdeel van onze programmering. We vragen de panelleden om feedback te geven op onze plannen en mee te denken over de toekomst.

Wetenschappelijke raad van advies

Met de wrva willen we onze band met de wetenschap en het professionele veld verstevigen. Enerzijds leveren de raadsleden wetenschappelijke input op het gebied van pedagogiek, onderwijshistorie en jeugdcultuur. Anderzijds denken ze mee over onze koers en activiteiten. En natuurlijk geven ze gevraagd en ongevraagd advies over relevante ontwikkelingen en nieuwe initiatieven.

Concrete bijdrage

Zo binden we een breed netwerk van deskundigen en opinieleiders aan ons. We willen de panel- en raadsleden actief betrekken en hen een gevoel van co-eigenaarschap geven. Zodat ze zichzelf écht als ambassadeur van het museum zien. Advisering, programmering, crowdsourcing, inclusiviteit en participatie: alles komt hier samen.

De panels en wrva dragen concreet bij aan:

- inhoud en concepten voor presentaties, programmering voor publiek en andere gebruikers;
- ontwikkeling en innovatie;
- netwerken en allianties met relevante professionele en maatschappelijke partijen;
- public relations en public affairs, als ambassadeurs voor het Nationaal Onderwijsmuseum.

FINANCIËN

FINANCIËLE POSITIE

Onze huidige financiële positie is solide maar smal. Inmiddels zijn alle achterstalligheden uit het verleden afgehandeld, opgelost of afbetaald, maar we hebben weinig vlees op de botten. Voor een toekomstbestendig museum moet onze financiële status steviger worden. Dat kan allereerst door groei van ons eigen verdienvermogen. Maar ook door verhoging van onze basissubsidies vanuit het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en de gemeente Dordrecht.

PUBLIEKSINKOMSTEN EN EIGEN VERDIENVERMOGEN

Net als andere culturele instellingen, zet ook het Nationaal Onderwijsmuseum sinds de cultuurcrisis van 2011 in op meer en sterker eigen verdienvermogen. We richten ons daarbij op:

- extra publiciteitsinspanningen, om meer bezoekers te trekken en publieksinkomsten te verhogen;
- professionaliseren van en communiceren over de mogelijkheden voor zakelijke verhuur van onze drie zalen. We verwachten onze omzet minstens te verdubbelen;
- sponsoren en partners aantrekken. Ook hierbij is een verdubbeling van de inkomsten mogelijk. Zeker wanneer Speerpunt 2 meer aandacht krijgt;
- fondsen werven voor elke grote wisseltentoonstelling. Op dat gebied zijn de resultaten tot nu toe bemoedigend: de laatste twee tentoonstellingen zijn voor minstens 50% extern gesubsidieerd;
- onderzoek naar de mogelijkheid van schenkingen en legaten;
- onderzoek naar de mogelijkheid voor structurele ondersteuning vanuit grote goede-doelenorganisaties in Nederland.

FINANCIËLE DOELEN VOOR DE TOEKOMST

Ten eerste blijven we behoedzaam omgaan met de beschikbare middelen. Ten tweede werken we aan een sterkere basis. We gaan voor:

- een weerstandsvermogen om een half jaar door te kunnen draaien;
- een bestemmingsreserve voor de uitvoering van kostbare tentoonstellingen en activiteiten;
- afbetaling van resterende achterstalligheden uit het verleden.

In de beknopte meerjarenbegroting (los bijgevoegd of op te vragen) zijn onze financiële ambities voor de komende beleidsperiode verwerkt.

MARKETING EN COMMUNICATIE

Dit willen we bereiken

Onze marketing en communicatie, public relations en public affairs richten we komende beleidsperiode op meer naamsbekendheid en sterkere positionering. We willen bekend staan als dé plek waar de geschiedenis, actualiteit en toekomst van het Nederlandse onderwijs is te zien, beleven, onderzoeken en bevragen.

Dit gaan we doen

Doelgroepgericht

We behouden onze bestaande doelgroepen en breiden uit naar nieuwe. Op basis van online bezoekersonderzoek passen we ons aanbod aan en vergroten we onze marketinginspanningen. Zo activeren we onze doelgroepen om (vaker) naar ons museum, onze website of onze activiteiten te komen.

Educatie

Voor scholen en opleidingen ontwikkelen we communicatiemiddelen op maat. Passend bij hun interesse, zodat ons educatieve aanbod meer wordt afgenomen. We communiceren specifiek naar po- en vo-docenten. Uit recent DUO-onderzoek dat voor ons is verricht, blijkt namelijk dat deze doelgroep potentie heeft. Met de afdeling educatie stellen we een plan op voor acquisitie, nieuwsbrieven en contacten met relevante vakmedia.

Kennisinstituut

We streven naar meer erkenning, herkenning en gebruik van het museum als kennisinstituut en platform voor onderwijsprofessionals en media. Dat doen we door extra nadruk te leggen op het belang en de potentie van onze collectie. Daarvoor werken we aan meer en structurele public relations en public affairs richting het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, onderwijsbeleid en (universitair) onderzoekers. Ook onderhouden we contacten met onderwijsorganisaties om het museum aan te bieden als locatie voor zakelijke bijeenkomsten.

Positionering

We positioneren het Nationaal Onderwijsmuseum nog meer als een nationaal instituut in Dordrecht. Een aangename, aantrekkelijke plek voor al onze doelgroepen.

Inzet communicatiemiddelen

- We breiden onze website uit als centraal online communicatiemiddel, met al onze producten voor alle doelgroepen.
- In samenwerking met onze mediapartner INTK gaan we Google Grants beter inzetten en monitoren.
- Op social media zijn we meer betaald aanwezig. Daarbij delen we bijvoorbeeld informatie over tentoonstellingen, educatieve programmering en achtergrondverhalen over de collectie. Ook deze uitingen monitoren we beter.
- We verzenden regelmatig een educatieve en algemene nieuwsbrief.
- Ons museumblad LESSEN verschijnt vanaf 2021 bij de opening van nieuwe tijdelijke tentoonstellingen als catalogus met achtergrondverhalen.
- Onze huisstijl, website en tone of voice krijgen een opfrisbeurt. Passend bij onze nieuwe ambities.

Het museum staat bekend als dé plek waar de geschiedenis, actualiteit en toekomst van het Nederlandse onderwijs is te zien, beleven, onderzoeken en bevragen.

Dit is daarvoor nodig

Capaciteit en organisatie

Op dit moment hebben we één parttime marketing- en communicatiemedewerker. We hebben er twee nodig als we onze marketing- en communicatie-ambities willen waarmaken.

Communicatiebudget

Om langdurig en landelijk media-aandacht te genereren, hebben we extra financiële middelen nodig.

Prioritering en fasering

Wanneer we bovenstaande punten gaan uitvoeren, hangt af van de aanstelling van een extra medewerker en de hoogte van ons communicatiebudget. Hier zou nog iets positiefs moeten komen over dat we in de tussentijd zo slim mogelijk gebruik maken van de middelen en de capaciteit die we al wel hebben. Want ook daardoor (hoor het efficiënter inzetten van middelen en capaciteit) boeken we resultaten.

RELEVANT VOOR VELEN - DOELGROEPEN

Onze ambities laten er geen misverstand over bestaan: met onze nieuwe focus kunnen we een grote groep Nederlanders aan ons binden. Die groep bestaat uit:

Bezoekers van het museum, op locatie of online:

- families en actieve ouderen;
- leerlingen uit het po, vo, studenten uit het beroeps- en hoger onderwijs en hun docenten;
- professionals uit het onderwijsveld (uitvoering, beleid, ontwikkeling en onderzoek).

Gebruikers van de kennis en faciliteiten van het museum:

- deelnemers aan activiteiten;
- afnemers van kennis en informatie, online en offline;
- beleidsverantwoordelijken en -voorbereiders;
- onderzoekers;
- de media: voor nieuws, achtergrond en opinievorming.

Belanghebbenden

We kunnen onze ambities niet uitvoeren zonder de actieve betrokkenheid van interne en externe belanghebbenden:

We gaan intern aan de slag met:

- ons team;
- onze grote groep betrokken vrijwilligers;
- de raad van toezicht;
- de vriendenvereniging.

Extern doen we dit met:

- het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap;
- de gemeente Dordrecht;
- plaatselijke, regionale en landelijke media – traditioneel en online;
- partners uit het onderwijsveld en de wetenschap;
- cultuur- en erfgoed- en toerismepartners;
- onze bezoekers;
- onze sponsors.



COLOFON

© Nationaal Onderwijsmuseum, 2021

Tekst: medewerkers van het Nationaal Onderwijsmuseum en tekstbureau Fraas+Faam
Advies en redactie: TiMe Amsterdam en tekstbureau Fraas+Faam
Eindredactie: medewerkers Nationaal Onderwijsmuseum en tekstbureau Fraas+Faam
Fotografie: Ronald van den Heerik, Rob Niemantsverdriet en anderen
Vormgeving: Liene Jouwsma

www.onderwijsmuseum.nl