










Offline en Online.

Museum Dorestad komt overal

Een projectvoorstel waarin Museum Dorestad de leerpunten van voor en tijdens de Coronamaatregelen voor communicatie en educatie vertaald in een nieuwe offline en online communicatiestrategie en vernieuwing van de museumlessen.

Offline	Online
<p><i>Dorestadse (Vakantie) Doeboekje</i> <i>Vernieuwen museumles scherfgoed</i> <i>Vernieuwen museumles Vikingen</i></p> 	<p><i>Online communicatie platform</i></p> <ul style="list-style-type: none">  CMS = Maken en beheren van één of meerdere websites met het content management system  CRM = Beheren van alle contacten vanuit één adresdatabase  Mailings = Maken van op doelgroepen toegespitste nieuwsbrieven naar contacten uit de adresdatabase (gepersonaliseerde mailingen)  Memberships = Verschillende mogelijkheden tot 'lidmaatschap': crowdfunding, vrienden, sponsors, boekenclub, lezingen etc.)  Donations = Het beheren van crowdfunding donaties, donateurs en campagnes  Finance = Alles voor het betalingsproces: incasso's, facturen en banktransacties  Library = De 'Museum Dorestad cloud': Opslaan en beheren van alle bestanden  Platform = Webservices, koppelingen en optimale beveiliging van het online Museum Dorestad platform

Inleiding

De missie van Museum Dorestad is: “Voor een breed publiek bekendheid geven aan en ontsluiten van de geschiedenis van de handelsplaats Dorestad in het bijzonder en van de vroege middeleeuwen in het algemeen.” Tot 1 oktober 2017 deed Museum Dorestad dat vanuit het pand aan de Muntstraat in Wijk bij Duurstede. De gemeente besloot het museum te verhuizen naar de Markt, een veel centralere locatie. In afwachting van de verbouwing van dit pand ging Museum Dorestad naar een dependance van basisschool de Horn. De tentoonstelling kon niet mee verhuizen, openstelling was op deze locatie niet aan de orde. Vanuit deze locatie zijn wel de museumlessen aan scholen (met succes) voortgezet. 2020 zag er wat inschrijvingen betreft veelbelovend uit. Helaas moesten de museumlessen door de Coronamaatregelen maatregelen stoppen. De start van de verbouwing laat veel langer op zicht wachten dan gedacht. De opening van het nieuwe museum zal waarschijnlijk pas eind 2022 of begin 2023 plaatsvinden. Dat geldt alleen als de gemeenteraad eind juni van dit jaar besluit dat de verbouwing doorgang kan vinden. Anders schuift de opening verder op in de tijd. Nog volop onzekerheid dus voor alle museumvrijwilligers waaronder de museumdocenten en het bestuur.

Actief in de tussentijd

De stemming is nog steeds optimistisch. De afgelopen jaren is veel bereikt. Het museum is actief gebleven. Wat het museum in 2020 ondernomen heeft is te lezen in het Jaarverslag 2020 in bijlage 5. Om het contact met de scholen te behouden en versterken is het *Dorestadse Doeboekje* bedacht. Inmiddels wordt dat jaarlijks onder 6000 basisschoolleerlingen in de Kromme Rijnstreek verspreid. Zeker in het Coronajaar 2020 was het een prachtig en krachtig middel om het museum, de museumlessen en de geschiedenis van Dorestad bij kinderen (en hun ouders) onder de aandacht te brengen. Ook is er tijdens de Coronatijd een Pop Up Museum in de kerktoeren naast de beoogde nieuwe vestiging geopend. Voor de nieuwe tentoonstelling met daarbij een *Dorestad Experience* en drie interactieve games is een aansprekend tentoonstellingsplan gemaakt waarvoor inmiddels meer dan 85% van de financiering is toegezegd. (Die 85% is een bedrag van meer dan 700.000 euro). Het tentoonstellingsplan zit ter kennisname bijgevoegd als bijlage 6. Omdat de opening van de nieuwe locatie nog even op zich laat wachten en klassen en bezoekers niet naar het museum Dorestad kunnen wil het museum naar (school) kinderen en het publiek toe gaan. Deze strategie lijkt ons verstandig omdat we niet weten wanneer het museum weer open gaat. Ook door Corona werd het heel helder dat musea doelgroepen online en offline actief moeten opzoeken.



Offline en online vernieuwen

De Coronacrisis leerde dat musea ‘out-of-the-box’ moeten gaan denken om contact te houden met hun publiek. Ook voor Corona werd ons dit al duidelijk. Het viel ons op dat met name scholen van buiten de regio museumlessen afzegden omdat er niet genoeg begeleiders (ouders, grootouders enz.) waren om te rijden. Voor Corona stelden we onszelf al de vraag: ‘Moeten we ze dan zelf halen? Moeten de museumlessen naar de school gebracht?’ Daarnaast bleek de vraag naar onze museumlessen over de Vikingen te stijgen. Ook van ver buiten de regio. Dit bleek te komen doordat de Vikingen onderdeel zijn de Da Vinci lesmethode waarmee veel scholen werken. (De Vikingen zijn onderdeel van de geschiedenislessen voor groep 7). De scholen van verder weg wilden graag het programma in de klas. Daarnaast moet ook in aanloop naar de opening van het nieuwe museum de online communicatie van het museum geheel vernieuwd

worden: website, social media, e-mail nieuwsbrief, adressendatabase etc. Daarbij wil Museum Dorestad een grote stap voorwaarts zetten om in één keer online veel scholen en bezoekers te bereiken en de interne (digitale) organisatie te verbeteren. De komende tijd willen we via een nieuw online communicatie platform gaan werken aan het verzamelen van (heel veel) e-mailadressen voor een grote stroom bezoekers aan het nieuwe museum en aanvragen voor museumlessen in de klas of op het nieuwe Museum Dorestad.

De uitkomst van al deze activiteiten moet zijn dat museum Dorestad een 'vliegende start' krijgt zodra het open gaat. Deze activiteiten hebben we samengebracht in dit project dat we als titel hebben meegegeven: *Offline en online, Museum Dorestad komt overal.*

Het project

Het doel van het project is meerledig. Het eerste doel is om in de laatste fase van de Coronatijd contact te blijven houden met scholen door middel van het Doeboekje. Het tweede doel is om deze betrekkelijk 'windstille' periode te gebruiken om vóór 1 september museumlessen te vernieuwen en te zorgen dat die ook op de school zelf uitgevoerd kunnen worden. Leerlingen krijgen bij de vernieuwde museumlessen als extra elk een opdrachtenboekje als blijvende (fysieke) herinnering aan de museumles. Het derde doel is om daarbij de onlineomgeving van Museum Dorestad te vernieuwen zodat we nu en in de toekomst meer scholen - en onze (potentiële) bezoekers - op veel verschillende manieren snel kunnen bereiken en informeren. Deze doelen moeten per 1 september bereikt zijn en Museum Dorestad moet online en offline overal kunnen komen en ook zonder vaste locatie en openstelling voor onbepaalde tijd contact kunnen houden en maken met het publiek.

Onderdeel 1 - Het Dorestadse Doeboekje

Het Doeboekje blijkt een groot succes ondanks de 'ouderwetse' vorm. Omdat scholen op korte termijn niet naar het museum zullen (kunnen) komen wil Museum Dorestad voor de zomervakantie weer een Doeboekje onder de scholen verspreiden. In dat Doeboekje zullen ook de (ver)nieuw(de) museumlessen worden aangekondigd. Het Doeboekje was geen onderdeel van de vaste financiering van het museum. De subsidie aan het museum is door de gemeente verlaagd, door Corona zijn de inkomsten gedaald tot 0 en kon Museum Dorestad - doordat het al een aantal jaren gesloten is - geen beroep doen op Coronasteunmaatregelen van de overheid. Externe financiering is noodzakelijk.

Onderdeel 2 - Vernieuwen museumlessen

De museumdocenten hebben in overleg besloten de volgende museumlessen te vernieuwen:

- De museumles 'scherfgoed' voor groep 1 tot en met 4. Deze les gaat over wat er in de bodem te vinden is en wat archeologie is.
- De museumles 'Vikingen en Dorestad' voor groep 6 en 7. De Vikingen zijn onderdeel van de Da Vinci methode. De les over Vikingen is veelgevraagd door scholen en individuele leerlingen. Museum Dorestad is het enige museum in Nederland waarbij de Vikingen een belangrijke plaats in de vaste tentoonstelling hebben.

Bij de museumles over de Vikingen kunnen we de uitkomsten van een afstudeeronderzoek verwerken dat in 2020 bij Museum Dorestad bij schoolkinderen is uitgevoerd over het beeld dat zij daarvan hadden. Het afstudeerverslag had als titel: *'Waarom had een Viking geen hoorns op zijn helm?'.* De ondertitel was: *Hoe kan de (online) educatie van Museum Dorestad kinderen uit groep 7 en 8 leren over wat de Vikingen waren?* Bij de vernieuwing willen we daar een vervolgstap mee zetten.



Voor de genoemde museumlessen zal het programma vernieuwd worden en ook beschikbaar komen in twee of meer leskisten. Bij de vernieuwing willen we samenwerken met De da Vinci methode. Een van de vormen waarin we dat willen doen is door met de projectgroep voor de vernieuwing van de museumlessen deel te nemen aan een webinar over de methode Da Vinci zodat we onze museumlessen goed kunnen laten aansluiten op deze methode. In de projectperiode zoekt Museum Dorestad ook contact met de methode Blink om te onderzoeken of ook daar afstemming mogelijk is.

Alle kinderen krijgen bij de museumlessen een eigen boekje om de opdrachten in te maken. Het boekje zal in opzet en stijl vergelijkbaar zijn met het bestaande Doeboekje. Wanneer deze vernieuwing een succes blijkt zullen in de nabije toekomst andere museumlessen zoals die over de Romeinen vernieuwd worden. De omschrijving van de vernieuwing van de museumlessen en de offerte van de maker van de nieuwe boekjes zitten bijgevoegd als bijlage 2a en 2b.

Onderdeel 3 – Opzetten van een online communicatie platform

Bij het nieuwe Museum Dorestad zal voor enige uren in de week een onlinemarketeer ingezet gaan worden. De marketeer wordt ondersteund door diverse vrijwilligers. Samen zullen zij zorgen voor meer constante informatie over het museum via social media en e-mailnieuwsbrieven. In de aanloop naar het nieuwe museum zullen zij ook samen de crowdfunding voor het sluitstuk van de financiering van de tentoonstelling verzorgen. Deze fase wordt ook gebruikt om mensen uit te nodigen voor een nieuwe groep *Vrienden van Museum Dorestad*.

Een bedrijf uit Wijk bij Duurstede (Procurios) dat groot is in online communicatie platforms en online funding heeft aangeboden om – met een aanzienlijke korting – samen met de onlinemarketeer en de betrokken vrijwilligers het online communicatieplatform voor Museum Dorestad op te zetten. Procurios deed dat onder andere ook voor het Utrechts Landschap. Het opzetten van het platform verloopt als een soort cursus waarbij de deelnemers van het museum samen bepalen welke onderdelen uit het arsenaal van Procurios onderdeel worden van het online platform van het museum. Tijdens dit traject wordt de deelnemers ook het gebruik van de diverse onderdelen geleerd. Voor de oudere vrijwilligers (bestuursleden en museumdocenten) zal dit een uitdaging zijn. Het is een vernieuwing waarvoor bij de uitvoering bij sommigen de tanden op elkaar gezet moeten worden. Alle betrokkenen zijn er van overtuigd dat dit een meerwaarde op gaat leveren voor de toekomst. Het platform zorgt ook voor continuïteit bij wisselingen in de wacht bij het museum. Met een betaalde marketeer wordt ook gewaarborgd dat er continuïteit is in het beheer van de website, het versturen van e-mailnieuwsbrieven, het gebruik van social media en andere online zaken. De online marketeer en de andere betrokken vrijwilligers hebben samen voor Procurios een beschrijving gemaakt van de online wensen. De handleiding *Maak je erfgoedsite gebruiksvriendelijk* van het *Netwerk Digitaal Erfgoed* die in maart 2021 is verschenen zal betrokken worden bij de ontwikkeling van de website op het online communicatie platform. De beschrijving van de online wensen van het museum, de handleiding van het *Netwerk Digitaal Erfgoed Nederland* en de offerte van Procurios zitten bijgevoegd als bijlage 3a, 3b en 3c.

Betrokkenen

De werkgroep voor het Doeboekje en het vernieuwen van de museumlessen bestaat uit:

- Leny Janszen (..), museumdocent,
- Jose van der Lee (66), museumdocent, vrijwilligerscoördinator, bestuurslid,
- Heleen van der Tuuk (..), afstudeeronderzoek over het beeld van de Vikingen bij schoolkinderen,
- Shannen Versteeg (26), docent basisschool groep 1 en 2.

Deze werkgroep wordt ondersteund door tekenaar Marco Magielse van de Afbeelding voor het maken van de opdrachtenboekjes. Het is de intentie met de werkgroep en de tekenaar een online Webinar van Da Vinci te volgen en af te stemmen met Da Vinci en Blink.

De werkgroep voor het online communicatie platform bestaat uit:

- Jose van der Lee (66), museumdocent
- Niko van der Sluijs (73), bestuurslid Pr en communicatie,
- Annamaria Stienstra (52), vrijwilliger crowdfunding, administrateur museum Dorestad
- Martin Vastenhout (58), vicevoorzitter en projectleider verhuizing,
- Shannen Versteeg (26), beoogd online marketeer van Museum Dorestad.

De werkgroep voor het online communicatie platform wordt begeleid en ondersteund door de adviseurs van Procurios. (Als projectleider over het geheel fungeert de vicevoorzitter van het bestuur van Museum Dorestad: Martin Vastenhout).

Planning

De werkzaamheden van beide projectgroepen starten na 1 mei. Het Dorestadse Doeboekje moet op 1 juli klaar zijn en de vernieuwing van de beide museumlessen inclusief de opdrachtboekjes op 1 september. Op 1 september moet ook het online communicatie platform - met als belangrijk onderdeel de website - operationeel zijn.

Begroting en dekking

Offline – Dorestadse Doeboekje en vernieuwen van twee museumlessen € 8.500 ex btw

Online – nieuw online communicatie platform € 21.700 ex btw

Voor het offline onderdeel heeft de Afbeelding offerte gedaan. Voor het online onderdeel Procurios. Beide offertes zijn te vinden in de bijlagen. De Afbeelding sponsort 500 euro van de opdracht onder de voorwaarde dat alles is afgerond voor 1 september. Procurios geeft als Wijkse onderneming een sponsorbijdrage van 10.000 euro. Museum Dorestad kan uit eigen middelen 4000 euro bijdragen.

- Totale projectsom € 30.200 ex btw
- Totaal aan sponsoring (De Afbeelding € 500, Procurios € 10.000) € 10.500 ex btw
- Eigen bijdrage museum Dorestad € 3.700 ex btw
- Te financieren € 16.000 ex btw

In het bijgevoegde dekkingsplan staat een meer gedetailleerde kostenraming en de beoogde dekking voor het financieringstekort.