

**Verslaglegging
SMH 2016-2018**

Voorwaarden VWS

- Spreiding land museaal bestel op niveau om structurele vernieuwing en samenwerking mogelijk te maken.
- Jaarlijks verslag
- Jaarlijks beleidsplan en SWOT
- Projectorganisatie als linking pin met infrastructuur betrekken SMH musea
- ondersteuning 80 kleine musea, getrapd lidmaatschap voor 31/12/2017

Deel 1

Ontwikkeling SMH, bestuurszaken en deelname Platform WO2.

Werkprocessen en verbinding tussen SMH-leden onder elkaar en binnen Platform WO2.

A.

Uit de aanvraag

Ontwikkeling SMH:

Betreft verdere professionalisering functie en aandeel SMH, plan te ontwikkelen in 2016, daarna jaarlijks monitoring en actualisering.

2016: 15%

2017: 10%

2018: 10%

Bestuurszaken:

Structurele, voorwaardenscheppende functie,

Alle jaren: 10%

WO2 deelname

/invulling SMH functie in Platform WO2

alle jaren: 5%

B.

Beschrijving van de aard, omvang, duur en wijze van uitvoering van de gerealiseerde activiteiten, doelstellingen en beoogde resultaten alsmede de verschillen tussen de geplande activiteiten inclusief analyse van het proces

Inleiding

SMH heeft zich met de subsidieaanvraag bij VWS in 2016 gecommitteerd aan een vijftal functies. Daarvan zijn de twee belangrijkste de Spilfunctie Museaal en Spilfunctie Educatie. Beide spilfuncties richten zich op beleidsontwikkeling, infrastructuur en activiteiten voortkomend uit de aanbevelingen van de Commissie Cohen. Daarnaast is er sprake van een drietal werkerreinen, die meer intern gericht zijn op werkprocessen en verbindende taken tussen SMH-leden onder elkaar, en binnen het Platform WO2. Deze taken zijn benoemd als: ontwikkeling SMH, bestuurszaken en deelname Platform WO2.

M.b.t. de domeinen zullen de activiteiten, beoogde resultaten en verschillen in de realisatie conform de tabel van het VWS-subsidiekader worden omschreven.

De drie procesmatige taken die ter afstemming en continuïteit van SMH zelf en het Platform dienen worden hieronder integraal verslagen.

VWS voorwaarden

De voorwaarden vanuit VWS hebben met name betrekking op de bestuurlijke organisatie en de spreiding en het betrekken van andere musea (niet SMH-leden) in het land. Verslaglegging naar VWS gebeurde gemiddeld om de twee maanden tijdens de bilaterale besprekingen. Daarin werden knelpunten en de voortgang m.b.t. de activiteiten besproken. Deze werkwijze stelde SMH in de gelegenheid om tussentijdse waarnemingen van VWS mee te nemen i.p.v. per jaar achteraf commentaar te ontvangen. De wens van VWS m.b.t. spreiding en getrapd lidmaatschap voor kleine musea wordt belicht onder het hoofdstuk museaal domein

Scheiding van functies

Het bleek ondoenlijk om de vijf functies gescheiden te administreren. Zowel m.b.t. de besteding van uren als m.b.t. de activiteiten is er sprake van overlap. Gelukkig maar, want met het beperkte budget en dus uren en de beperking door de grote afstanden van de SMH-leden onder elkaar moest er efficiënt worden gewerkt. En dat betekende in concreto dat b.v. bestuurszaken zoals vergaderingen tegelijkertijd momenten werden ter ontwikkeling van het museale domein. Zo droeg de inzet om de samenwerking binnen het Platform te verbeteren bij aan een betere ontwikkeling van het Educatieve Domein enz.

De domeinen omvatten afgebakende projectmatige activiteiten waarmee doelstellingen worden behaald. De taken ter afstemming en continuïteit van SMH en het Platform WO2 worden gekenmerkt door doorlopende processen met als doel een werkbare structuur die dienstbaar is aan inhoud (domeinen) en activiteiten (projecten).

Processen

Samenwerking kost tijd. Samenwerking binnen netwerkverbanden vraagt daarnaast om een heel specifieke aanpak die binnen SMH en binnen het Platform en de geldgevers onvoldoende werd onderkend.

Beleidsstukken zoals van de Commissie Cohen vertegenwoordigen weliswaar een gezamenlijke lijn mb.t. de inhoud, maar geven de motivatie, doelstellingen, belangen van stakeholders en belemmerende factoren van de individuele instellingen onvoldoende weer. Papier is geduldig maar garandeert nog geen eenduidige interpretatie en in handelen nog geen commitment. Dat bleek zowel bij het Platform als in mindere mate bij SMH. Voor een succesvolle samenwerking binnen een netwerkorganisatie zijn gelijkwaardigheid en het streven naar hetzelfde doel een belangrijke voorwaarde.

Bij het Platform was beide ver te zoeken. Bij SMH bleek het -inherent aan de gewaardeerde verscheidenheid- vooral lastig om gezamenlijke concrete prioriteiten te formuleren. De doelstellingen zoals verwoord in het Position Paper van SMH worden algemeen gedragen.

Weeffouten

Er was/is sprake van enkele structurele weeffouten binnen de structuur van het Platform WO2 die enorme impact hebben gehad op de werkwijze van SMH en voor veel frustratie hebben gezorgd. Er moest

onevenredig veel tijd * worden besteed aan het reageren op politieke spelletjes en discussies omtrent bevoegdheden in plaats van constructieve samenwerking. Dit was met name het gevolg van de bijzondere positie van het Nationaal Comité 4en5 mei binnen het Platform WO2 en de rol van de geldgevers in deze, met als dieptepunt de oprichting van stichting 75jaar Vrijheid door het NC en vfonds.

SMH heeft er alles aan gedaan de processen constructief, concreet, transparant, efficiënt en met draagvlak door actieve participatie te laten verlopen. Daarom heeft SMH in het voorjaar van 2017 op aangedrongen het voorzitterschap van het Platform het aankomende jaar over te nemen, voornemens om vastgeroeste vergaderstructuren te doorbreken, de mentaliteit van 'gun je mij wat gun ik jou wat' en politieke spellen te vervangen door te bouwen aan een toekomstige visie met bijbehorende structuur gebaseerd op vertrouwen en respect voor een ieders belang.

*van de in de aanvraag vermelde 5% voor het Platform (omgerekend 1 uur per week), kwam niets terecht. Om de andere taken niet eronder te laten lijden heeft de programmadirecteur wekelijks 8 uur extra gewerkt (onbetaald).

Projecten: een oefening in samenwerking

SMH heeft binnen beide netwerken gedurende de afgelopen jaren ingezet op de organisatie van gezamenlijke projecten als een oefening in samenwerking. Deze weg heeft binnen SMH ertoe geleid dat het onderlinge vertrouwen evenals de samenwerking is gegroeid. Voor het Platform als ook voor SMH heeft het themajaar Verzet veel opgeleverd. Met name op het gebied van marketing is de samenwerking binnen het netwerk als succesvol te beoordelen. Daarnaast leek voor dat jaar een structuur gevonden als opvolger voor het vroegere project subsidieloket van het NC. SMH-leden kregen een deel van hun bijdrage aan het themajaar vergoed door het ministerie van VWS.

Motto: Goed voor het land

Het motto 'wat goed is voor het land is ook goed voor ons' stond bij SMH altijd centraal.

Toch leverde dit motto ook een spanningsveld op: Voor wie werkt SMH cq de programmadirecteur?

Afhankelijk van de invalshoek waren de verwachtingen verschillend. De taakopvatting van de overheid was meer gericht op beleid voor het hele land zoals b.v. voor het onderwijs, terwijl de 14 bestuursleden meer behoefte hadden aan belangbehartiging.

De programmadirecteur heeft daarom in 2016-2018 de focus gelegd op activiteiten waarin beide wensen verenigd konden worden. Voor het proces was het cruciaal dat beide kanten er vertrouwen in zouden krijgen. Draagvlak binnen de eigen achterban is de smeerolie om activiteiten te kunnen ontplooiën. Dat vraagt om een geleidelijke aanpak. Aan de andere kant waren de verwachtingen vanuit het Platform en de geldgevers erop gericht om resultaten te boeken die vooral niet alleen de eigen instellingen van SMH, maar het bredere veld ten goed zou moeten komen. Gezien dit spanningsveld is SMH best trots op de resultaten die geboekt zijn in de periode van 2016 tot 2018.

Bestuur en rollen

De 14 bij SMH aangesloten instellingen leverden een ieder vanuit verschillende gelederen inhoudelijke input. De coördinerende, aanjagende, vertegenwoordigende en verbindende taken van SMH waren belegd bij één persoon, de programmadirecteur. Midden september, drie maanden later dan gepland, werd Annette Schautt als freelance programmadirecteur voor 20 uur per week aangetrokken. De lichte vertraging die daarmee samenging werd snel ingehaald en SMH heeft alle vijf benoemde taken met enorme inzet behartigd en verder ontwikkeld.

SMH kent een Dagelijks Bestuur met 3 bestuurders, een externe voorzitter, en vanuit de leden een secretaris en een penningmeester. Begin 2017 werden nog drie bestuurders aan het DB toegevoegd (DB+). Zij waren sparring-partner voor de programmadirecteur voor drie portefeuilles: collectiebeheer, marketing en educatie.

Gezien de grote projecten die SMH de afgelopen jaren onder haar hoede had waren de werkzaamheden voor deze directeuren navenant veel meer dan gepland. Met name de post van penningmeester is zwaar. Vooral de complexe situatie m.b.t. het penvoerderschap van SMH binnen het themajaar Verzet eiste heel veel aandacht van DB, programmadirecteur, een speciaal hiervoor aangestelde administrateur en de projectleider.

De directie fungeert enerzijds aanjager binnen de eigen achterban en anderzijds als haar vertegenwoordiger. De eerste functie vindt zijn weerslag in het functieprofiel van de programmadirecteur (enthousiasmeren, visie, voortvarend), de laatste functie vraagt om een vertaling binnen de organisatiestructuur. SMH heeft in tegenstelling tot alle 14 leden zelf en alle andere Platform-leden als enige geen piramidestructuur. Inherent aan deze structuur is dat er niet top-down wordt gewerkt maar participierend en veelal van onderop.

Wapenfeiten Platform WO2

- 1) SMH heeft haar verantwoordelijkheden opgepakt en zich tijdens de eerste Platform WO2 vergadering met de nieuwe programmadirecteur opgeworpen om het eerste gezamenlijke Platform themajaar Verzet te trekken. Terwijl alle andere Platform- leden -in tegenstelling tot SMH- zijn voorzien van een bestaande organisatiestructuur wilde niemand anders dit doen.
- 2) Ook heeft SMH in de zomer van 2017 het voorzitterschap van het Platform overgenomen en 'hei-sessies' georganiseerd met behulp van een externe gespreksleider om verschillende culturen, werkwijzen, en verwachtingen te benoemen en een gezamenlijke koers te bepalen waarin iedereen zich herkent. Dit heeft geleid tot een document dat gedragen werd door alle Platformleden (het koersdocument).
- 3) SMH heeft als voorzitter en trekker van Verzet een voorlichtingsbijeenkomst financiën en regelgeving VWS georganiseerd voor alle controllers binnen het Platform.
- 4) SMH heeft vanaf 2018 een regelmatig terugkerend overleg 'Domeingroep Educatie' ingesteld.
- 5) SMH heeft zich consequent opgeworpen als organisatie die de aanbodgerichte werkwijze van het Platform hekelde en pleitte voor het duurzaam betrekken van de doelgroepen en andere partners (aanbod versus vraag).
- 6) SMH heeft de directeurenreizen van het Platform samen met het NC inhoudelijk voorbereid.
- 7) Daarnaast heeft SMH zogenoemde lunchlezingen met sprekers met vernieuwende thema's georganiseerd rondom de Platform en SMH vergaderingen zodat de directeuren elkaar vaker zouden ontmoeten.
- 8) SMH realiseerde in opdracht van het Nationaal Comité 4en5 mei een benchmarkonderzoek onder de educatieve instellingen.

Wapenfeiten SMH

- 1) SMH heeft kunnen leunen op een goed functionerend DB. Het AB kreeg in de jaarlijkse vergadering meer ruimte voor strategisch overleg.
- 2) Er is een wendbaar en professioneel mobiel 'kantoor' opgebouwd.
- 3) Met minimale middelen zijn effectieve digitale communicatiemiddelen gerealiseerd om de brede achterban te informeren (B2B).
- 4) Het collectieoverleg is opnieuw leven ingeblazen evenals het marketing overleg. Het educatief overleg is getransformeerd tot twee groepen met eigen rollen: de Domeinwerkgroep Educatie en de groep van deelnemers van het programma Kwaliteitsimpuls Educatie.
- 5) SMH heeft in 2017 gewerkt aan de conceptontwikkeling van het programma 'Kwaliteitsimpuls Educatie' en beschouwt het als succes dat er door VWS extra middelen beschikbaar zijn gesteld en dat de deelnemers zelf -als eigenaar van het programma- de doelstellingen mochten formuleren door in 2018 daarmee van start te gaan (voor een periode van twee jaar).
- 6) Als onderdeel van dit project (KWIE) is vanuit de doelgroep samen met de musea een pilotproject voor het MBO ontwikkeld. Ook dat werd met extra middelen door VWS gehonoreerd.

- 7) SMH heeft vanaf 2017 onderzocht waarop de samenwerking vanuit SMH met NOB hinder ondervond en heeft op basis van deze inzichten een plan geschreven voor een digitale inhaalslag die duurzaam en breed zijn vruchten zal moeten afwerpen.
- 8) SMH organiseerde drie succesvolle regiobijeenkomsten voor het museale veld (SMH Tour). SMH definieerde haar rol daarbij als facilitator ter verbinding mét én binnen de regio door het podium aan de regio (instellingen met een museale, culturele of educatieve functie) te geven. Hierbij stond de doelgroep voorop. Congresgangers willen één keer komen en bedient worden vanuit het Platform en andere spelers en niet op ieder los aanbod van de verschillende organisaties afkomen.
- 9) SMH heeft gestaag gebouwd aan het contact met het bredere veld en in het bijzonder de kleine musea. Het geassocieerd deelnemerschap was in 2017 een feit en werd vanaf 2018 in alle werkvelden van SMH vertaald. Met twee speciale bijeenkomsten voor de kleine musea in het land en een gezamenlijke bijeenkomst met SMH-leden werden de (potentieel) geassocieerd deelnemers goed bereikt.
- 10) Eind 2018 organiseerde SMH de eindejaar afsluiting als rapportage vanuit de domeinen naar de sector. Symbolisch werd deze bijeenkomst op locatie van een geassocieerd deelnemer gehouden. In de ochtend presenteerden de educatieve medewerkers in workshops eerste resultaten van hun programma 'Kwaliteitsimpuls Educatie', de middag was gereserveerd om de interactie tussen Platform en SMH-directeuren te bevorderen. Ook heeft SMH een aanzet gegeven het thema diversiteit beter in te bedden in het herinneringswerk.

Ontwikkeling SMH

De organisatie is de afgelopen drie jaar opgebouwd en functioneert nu professioneel maar is door de beperkte omvang kwetsbaar. SMH werkt bewust mobiel (geen vast SMH-kantoor), zo veel mogelijk digitaal en van onderop (geen extra zuil bouwen binnen de sector, maar dienstbaar aan de sector). Er is voorzien in basis-communicatiemiddelen (digitale nieuwsbrief, website, twitter), kantoor in de cloud, een kleine pool aan freelance medewerkers voor extra werkzaamheden. Naast de SMH-directeuren zijn sinds 2017 ook de medewerkers collectie en educatie en uiteindelijk ook marketing proactief betrokken.

Keerzijde van de kleine wendbare organisatie is dat de continuïteit van de kantoorwerkzaamheden neerkomt op de directeur. Voor de SMH leden en hun medewerkers geldt dat de eigen instelling begrijpelijkerwijs prioriteit heeft t.o.v. SMH algemeen, wat zijn weerslag vond in de soms matige aanwezigheid op vergaderingen of het in beperkte mate kunnen uitvoeren van extra activiteiten. M.b.t. het externe personeel gold dat het zoeken naar geschikt personeel zonder het bieden van vaste werkplek, uitzicht op een dienstverband (SMH werkt alleen met ZZPers) heel moeilijk bleek en dat het verloop groot was.

Deel 2:

Spilfuncties

Belangbehartiging, verbinding en communicatie

Museaal Domein en Domein Educatie

De drie beleidsvelden van de spilfunctie

1. Belangenbehartiging, linking-pin, spreekbuis.

Deze functie is omschreven onder ontwikkeling SMH en Platform

Bijeenkomsten voor geassocieerd deelnemers en de SMH-Tours waren altijd participierend van opzet en werkten met een tweerichtingsverkeer: kennis laten maken met elkaar, met beleid en waarden van het Platform WO2 (bv educatieve agenda, maar ook uitwisseling kennis) maar SMH haalde ook informatie op omtrent ontwikkelingen en knelpunten bij de kleine instellingen.

2. Verbinding en samenwerking door projecten.

Onder projecten vallen ook het themajaar Verzet van het Platform en de projecten binnen collectiebeheer en educatie. Ook de bijeenkomsten voor de achterban zorgden voor verbinding en stimuleerden samenwerking door nadrukkelijk de participatie van de deelnemers te faciliteren.

3. Communicatie

De focus van de communicatie van SMH was gericht op low-key B2B. De musea deden zelf hun eigen marketing. SMH onderhield contact met andere netwerken en brancheorganisaties, zoals NOB, erfgoedhuizen, museumvereniging, ICOM, fondsen, educatieve instellingen en koepels. Dit gebeurde door persoonlijk contact of aanwezigheid bij bijeenkomsten van andere koepels of partners. Aanvullend was de eigen PR strategie erop gericht met bescheiden middelen en uitstraling alle koepels en partners te informeren via een digitale nieuwsbrief (gemiddeld om de twee maanden) met daarin nieuws vanuit het Platform, museaal nieuws en een terug-en vooruitblik m.b.t. activiteiten. SMH heeft een behoorlijk B2B bestand kunnen opbouwen met in 2018 zo'n 450 adressen. Dit bestand werd ook gebruikt voor de interne communicatie van het themajaar Verzet. Terwijl de campagnebudgetten van de SLRE gericht waren op het publiek (externe communicatie) heeft SMH uit eigen middelen voor de interne betrokkenheid binnen de sector gezorgd (interne communicatie). Daarnaast heeft SMH een twitter account aangemaakt om eigen nieuws te verspreiden en nieuws van partners door te sturen. Ook de SMH-website werd uitgebreid en geactualiseerd.

Programmadirecteur werd in september 2016 aangenomen en startte haar werkzaamheden met een kennismakingstoer (interviews museumdirecties). Op basis van eigen analyse (sterkte, zwakte, kansen en bedreigingen), de uitgangspunten van de Commissie Cohen voor het museale en het educatieve domein, het position paper van SMH en de actuele behoeftes vanuit sector is een uitvoeringsprogramma voor 2017 opgesteld en in het jaar daarop opnieuw voor 2018. Beide uitvoeringsprogramma's zijn volledig tot uitvoering gebracht. Hieronder worden de aard, omvang, duur en wijze van uitvoering van de gerealiseerde activiteiten, doelstellingen en beoogde resultaten weer gegeven alsmede de verschillen tussen de geplande activiteiten inclusief analyse van het proces.

Museaal Domein

A.

Uit de aanvraag:

2016: 40%

2017: 45%

2018: 45%

Spilfunctie Museaal: Meer inzet dan andere activiteiten omdat deze functie de kernactiviteit van de programmadirecteur wordt. Vraagt continue aandacht, ook in de uitvoering van het beleidsplan en het op de rit zetten van thema's.

B.

Beschrijving van de aard, omvang, duur en wijze van uitvoering van de gerealiseerde activiteiten, doelstellingen en beoogde resultaten alsmede de verschillen tussen de geplande activiteiten inclusief analyse van het proces

Het museale domein is sterk in ontwikkeling. De bezoekersaantallen bleven groeien en kwamen bij elkaar opgeteld boven de 1,2 miljoen uit per jaar verspreid over het hele land. Een belangrijk werkterrein dat de herinnering van WO2 ook buiten de eerste week van mei breed onder de aandacht brengt en voorzien van producten en tentoonstellingen met een educatieve insteek.

Van de 14 leden waren de afgelopen drie jaar negen organisaties bezig met nieuwbouw of ingrijpende verbouwingen cq verhuizingen. Maar ook de andere vijf organisaties stonden niet stil. Iedereen was bezig met nieuwe (vaste) tentoonstellingen.

De helft van deze instellingen kent een formatie van maximaal 4 fte. Het was dan ook wonder dat de tijd schaars was en SMH-leden scherpe prioriteiten moesten stellen. Toch bleven SMH-leden zich inzetten in de werkgroep 100 foto's van het Platform, bij Verzet en bij de door programmadirecteur geïnitieerde activiteiten.

Ook hebben de geldgevers als VWS en vfonds de afgelopen jaren nieuwe musea en herinneringscentra de wereld in geholpen. SMH werkt als een netwerk en was niet in de positie om een bepalende museale visie aan het museale domein op te leggen die het bestaansrecht van het ene museum tegenover het andere Herinneringscentrum afweegt. SMH werd vanuit de geldgevers wel gevraagd de nieuwe instellingen aan te laten haken. Die rol heeft SMH op zich genomen. Ook individuele SMH-leden hebben andere organisaties 'geadopteerd' en soms veel medewerking verleend (bv Museon bij Oranjehotel, Verzetsmuseum Friesland bij Kazemattenmuseum).

Opvallend was de groei in het aantal musea terwijl de subsidies voor verbouwingen van bestaande musea bij reguliere fondsen minder en bij VWS niet meer tot de mogelijkheden behoort. In het voorjaar van 2016 presenteerde SMH cijfers die aantonen dat de personele bezetting t.o.v. het publieksbereik veel lager is dan bij musea die vanuit de kunst -en cultuur koepels subsidies ontvangen. In dat kader is het ontstaan van nieuwe musea wel begrijpelijk – er is nota bene grote belangstelling. Het roept echter ook vraagtekens op m.b.t. het nut van nog meer musea, gezien 'meer' niet direct 'beter' betekent. Zowel de oude als de nieuwe musea hebben (te) weinig middelen voor professioneel personeel en een continu- kwaliteitsverbetering. SMH trachtte de kwaliteitsverbetering zo veel mogelijk te bevorderen door kennisuitwisseling en samenwerking. Maar dat is niet genoeg om de sector de komende jaren vitaal te houden.

SMH heeft de jaren van 2016-2018 de focus gelegd op interne werkterreinen zoals collectiebeheer en educatie. In bescheiden vorm is daarnaast een start gemaakt met de samenwerking op het gebied van marketing. De werkzaamheden m.b.t. educatie worden omschreven in het hoofdstuk Domein Educatie.

Collectiebeheer

In 2017 heeft SMH het collectieoverleg nieuw leven ingeblazen met gemiddeld 2-3 bijeenkomsten per jaar. Al vanaf de tweede bijeenkomst werd er gewerkt aan de hand van een vaste agendastructuur om de ook geassocieerd deelnemers aan de kennisdeling te kunnen laten deelnemen. De vaste onderdelen waren:

- Interne SMH-vergadering (besloten)
- Mededelingen en nieuws
- Bezichtiging instelling cq depot
- Uitwisseling stand van zaken, tips en knelpunten
- Verdiepingsthema

De uitwisseling van de afgelopen jaren had betrekking op klimaatbeheersing, regelgeving omtrent radioactiviteit, wapenwet, privacy, erfenissen aannemen en ontzamelen. Deze thema's werden belicht door gastsprekers of presentaties uit eigen gelederen.

SMH heeft te maken met een vaste groep deelnemers van het collectieoverleg, dat zijn de professionele – en betaalde- medewerkers van de SMH-leden en geassocieerd leden. Het bleek moeilijk om van de andere instellingen de vrijwillige medewerkers aan tafel te krijgen. Voor velen was het niveauverschil te groot (denk aan specialisatie omtrent digitalisering of wetgeving), er was sprake van tijd of er was geen collectie aanwezig. Om de kennis toch zo breed mogelijk te delen is de verslaglegging vanaf 2018 verspreid onder de aanwezigen maar ook andere SMH-leden en geassocieerd deelnemers.

Het collectieoverleg heeft de actie Niet Weggooien verder ontwikkeld, door het verbeteren van de website, de campagne en de organisatie van één dag per jaar (3 mei) waarbij collectievoorwerpen werden aangenomen om het door te geleiden naar een museum waar het thuis hoort.

SMH nam vanaf 2016 zitting in de stuurgroep NOB en zocht naar wegen om de digitalisering in de eigen achterban vooruit te brengen. In 2016 werd hiervoor een plan geschreven dat werd ingediend bij het vfonds. Na twee aanpassingen van het plan om de verdere wensen van het vfonds tegemoet te komen werd het plan alsnog afgewezen. SMH analyseerde dat SMH wel wilden meedoen bij NOB (SMH leden bezochten eifurig de bijeenkomsten van NOB) maar dat ze veelal niet in staat waren het proces zelfstandig op gang te brengen. Vervolgens heeft SMH een nieuw plan geschreven dat beter zou aansluiting aan de praktijk van de individuele instellingen en dat in de vorm van een pilot vooral de werkwijze moest aanleren om een duurzamer effect te hebben. In de zomer van 2018 is dat plan samen met het collectieoverleg uitgewerkt en ingediend bij VWS.

Marketing

Voor de samenstelling van een marketingoverleg gold hetzelfde als bij alle SMH-werkgroepen: meer dan helft van de bij SDMH aangesloten instellingen heeft geen (vaste) betaalde medewerker. Daarnaast is er op de afdelingen communicatie altijd sprake van deadlines en tijdgebrek. Een bijeenkomst van SMH moest daarom direct zijn vruchten afwerpen.

Vandaar dat SMH vooral heeft ingezet op het themajaar Verzet.

Samenwerking op het gebied van marketing betekende dat de medewerkers werden gemobiliseerd om elkaars activiteiten onder de aandacht te brengen, om te leren denken vanuit gezamenlijkheid en om content te leveren en helpen nadenken welke content breder kon worden benut. Een proces dat instrumenten en tijd nodig had. Daarnaast was aansturing en verbinding nodig. Naast de programmadirecteur en projectleider was de marketing- en evenementen- medewerker van het Indisch Herinneringscentrum vertegenwoordigt in het Communicatieoverleg van het themajaar Verzet. Samen vormden zijnde schakel naar de eigen achterban.

Opvallend was dat de Campagne rondom Verzet met verhoudingsgewijs zeer bescheiden middelen toch een groot bereik kende. Dit was te danken aan de samenwerking. Zo werd een twitterbericht over de aftrap trending topic doordat iedereen tegelijkertijd hetzelfde bericht stuurde. Daardoor werd de meerwaarde van samenwerking duidelijk voor alle betrokkenen.

Op de speciaal voor de SMH-marketeers georganiseerde bijeenkomsten werd dus met name de verbinding met Verzet gelegd, maar er was ook sprake van verdiepend thema's zoals het doelgroepenonderzoek van

het Platform WO2, customer journey, en vriendenbeleid. Dat laatste bleek nodig omdat het fonds een eigen vriendenbeleid was opgestart en de hulp inriep van alle gesubsidieerde musea. Hoe zorg je ervoor dat de (gratis) vrienden van het fonds niet concurreren met de eigen donateurs en vrienden?

SMH Tour

SMH Tour werd in het najaar van 2016 in het leven geroepen als antwoord op de belofte een jaarlijks congres voor de sector te organiseren. Het nut daarvan werd heroverwogen evenals de doelstellingen. Een groot congres voldeed niet meer aan de wens om de samenwerking en verbinding te faciliteren. Daarom werd het concept gekanteld en stond de doelgroep centraal. Wat wil de doelgroep halen en beleven? Maar vooral ook: Wat wil de doelgroep brengen?

De verbinding van de veertien grote en de tachtig kleine musea en andere instellingen op het gebied van WO2 werd onder meer vormgegeven door de organisatie van SMH-Tour. Twee keer per jaar streek SMH in een andere provincie van het land neer. SMH-Tour plande zijn bijeenkomsten zodanig dat grote en kleine, vernieuwende en goed werkende initiatieven op het gebied van WO2 een podium kregen, en de Platformleden alle aanwezigen informeerden over beleid en projecten.

Kenmerkend voor de SMH-Tour was de interactie tussen alle aanwezigen tijdens de 'unconference' waarbij de concrete verbinding en samenwerking werd gestimuleerd. De low-key aanpak stimuleerde het dienstbare en gelijkwaardige karakter. Deelnemers van de bijeenkomsten voelden zich thuis. Het was niet over-done, maar ze waren zelf het middelpunt. SMH leunde op de medewerking van het SMH-lid van de betreffende locatie, dat techniek en catering regelde. Daarnaast regelde MK5060 de logistiek samen met de programmadirecteur, die tegelijkertijd gastvrouw, moderator en secretaresse was.

Op de valreep van 2016 vond de eerste bijeenkomst plaats in Bevrijdingsmuseum Groesbeek (voor Gelderland en Brabant), 2017 in Den Haag (voor Utrecht en Zuid Holland) en 2018 in Leeuwarden (Friesland, Drenthe, Groningen). De ochtend stond in het teken van korte pitches door de regio.

Aan de hand van Nieuwsflitsen deelden leden van het Platform en alle aanwezigen nieuws en informatie met elkaar. Met name de laatste bijeenkomst in Friesland was een doorbraak omdat enkele leden van het Platform (NIOD, NOB en SMH) op initiatief van SMH de handen ineen sloegen. Iedereen was bereid concessies te doen door af te wijken van het eigen concept van een bijeenkomst met als doel de sector adequaat te bedienen.

Eind 2018 heeft SMH bij Castrum Peregrini in Amsterdam (zelf geassocieerd deelnemer) een jaarafsluiting georganiseerd met het doel, directies en medewerkers uit het museale domein te verzamelen en met elkaar en met de directies van het Platform WO2 te verbinden. De ochtend werd gepland en uitgevoerd door de educatief medewerkers van de musea met workshops en resultaten vanuit de KWIE. De middag werd beschikbaar gesteld aan het Platform om de interactie met de museale sector te bevorderen en een rondleiding op locatie (onderduikgeschiedenis).

Geassocieerd deelnemerschap

SMH heeft in 2017 een reglement voor het geassocieerd deelnemerschap ontwikkeld. Richtlijn voor een formelere verbinding met SMH was, dat een museum een erkend museum moest zijn of onderweg was om dat te worden. SMH wil een rol vervullen voor musea met een publieke functie.

In 2016 onderzocht SMH het veld en bepaalde het aantal potentiële deelnemers. In een boekuitgave van Erik Somers (NIOD) was sprake van 80 kleine musea in het land. Na het verzamelen van namen en adressen kwam SMH uit op 58 potentiële deelnemers.

SMH organiseerde twee keer speciale bijeenkomsten voor (potentieel) geassocieerden met behulp van de Academie voor Cultuurmanagement. De eerste bijeenkomst vond plaats bij Nationaal Monument Kamp Amersfoort. (Wederzijdse) kennismaking stond centraal naast het ophalen van knelpunten. Enkele kleine musea gaven aan het behalen van het brevet als erkend museum lastig te vinden. SMH heeft bij de eerste daarop volgende bijeenkomst een ervaren spreker uitgenodigd om bij dit probleem te helpen. Op deze bijeenkomst waren dus alleen potentiële deelnemers aanwezig die nog geen deelnemer wilden of konden worden.

In de praktijk leerde SMH een nuttig onderscheid te maken voor welke organisaties SMH een rol wilde vervullen en voor welke niet en in welke mate. SMH vervolgde daarmee twee doelen: WO2 collecties in het land verdienen het in samenhang te worden beschouwd en beheerd. Erkende musea verdienen hulp en SMH ondersteund bij het wegwijs maken in het collectiebeheer door kennis beschikbaar te stellen, te verbinden met andere organisaties en door geassocieerden uit te nodigen voor het collectieoverleg. Daarbij horen ook aanverwante organisaties bv websites met tentoonstellingen.

Daarnaast zijn er organisaties die een rol in de WO2 museale educatie vervullen maar geen collectie bezitten. Ook deze organisaties (b.v. gastsprekers) heeft SMH vanaf 2018 toegelaten als geassocieerd deelnemer om de informatie vanuit het educatieve domein met deze doelgroep te delen en om ze uit te nodigen voor bijeenkomsten van de Kwaliteitsimpuls Educatie.

SMH heeft altijd kenbaar gemaakt te willen ondersteunen en verbinden. Maar geassocieerd deelnemerschap is niet vrijblijvend. Bijzonder aandachtspunt werd de educatie van de kleine musea. Veelal door de stakeholders (donateurs, gemeentes) ingegeven willen of moeten alle musea scholieren ontvangen. De discrepantie m.b.t de visie t.o.v. inhoud en didactiek van het Platform is groot. SMH vervulde een rol om deze kloof te verkleinen.

Eind 2017 telde SMH 8 geassocieerd deelnemers (waaronder de Anne Frank Stichting) en daarnaast bereikte men 14 geïnteresseerden (22 potentiële deelnemers waren aanwezig op een bijeenkomst waarvan 8 deelname verzilverden)

Eind 2018 kende SMH 15 geassocieerd deelnemers (waaronder nieuw het Nationaal Militair Museum en het Oranjehotel). Het aanvullend bereik tijdens bijeenkomsten bestond uit 13 organisaties.

Aan de hand van de nieuwsbrief worden echter alle 58 organisaties bereikt die in het begin als doelgroep werden gedefinieerd. Op basis van aanbevelingen zal het reglement omtrent geassocieerd deelnemerschap in 2019 worden aangepast om het passend te maken met de praktijk.

Educatief Domein

Uit de aanvraag:

28.550 (30%)

Spilfunctie Educatie: Dit betreft de tweede kernactiviteit, inzet SMH ook vanuit 'participanten'.

Alle jaren:

30%

> Uitvoeren projectagenda

> Leveren van sturing aan spilfunctie Educatie (samen met NC en LSO)

> Vorm geven aan uitvoering van deel-agenda Educatie als onderdeel van de Integrale uitvoeringsagenda van het Platform

> Inventariseren onderzoekwensen

> Coördineren levering van input door

participanten SMH

- > Coördineren van afstemming met het gehele veld musea en herinneringscentra
- > Optimaal inhoudelijk functioneren SMH
- > Verslagen en adviezen
- > Actualiseren urgentie SMH
- > Linking pin Platform en SMH
- > Beleidsplan SMH schrijven

Ook de museale educatieve activiteiten zijn daarin omschreven. Daarnaast heeft SMH in samenwerking met het Nationaal Comité 4en5 mei (gezamenlijke trekkers binnen het Domein Educatie) een educatieve agenda (langere termijn visie) opgesteld en deze in jaarlijkse uitvoeringsprogramma's die verder reikten dan de eigen instellingen- vertaald.

EXTRA

Inventarisatie aanbod voor vrijwilligers bij erfgoedhuizen

Verschillend:

Draagvlak binnen alle musea niet op alles: werdcollation of the willing

Organisatie van één symposium voor de sector: werd meerdere bijeenkomsten voor en door de regio

Eind 2016 5 geassocieerd eind 2017 20 eind 2018 30

NOB: bij iedereen staat het op het netvlies, deelname aan bijeenkomsten van NOB door veel musea, toch niet iedereen heeft collectiemedewerkers. Uitvoering lastig daar discrepantie te groot was om als vrijwilliger Eigen inkomsten,

Accountantcontrole instellen

Jaarlijkse jaarrekening

>Bijwonen vergaderingen en bijeenkomsten Platform

> Bijdragen aan beleidsvoorbereiding

Platform

> Bijdragen aan bestuur Platform

>Inbrengen kennis en belang vanuit de SMH-instellingen

>Inbrengen kennis en belang vanuit overige WO2 musea (ism spilfunctie SMH)