

# Erfgoedfestival

## *Makers in Gooi & Vecht / Gooise Museumschatten (n.t.b)*



**Een samenwerking van het Huizer Museum, Singer Laren, Kasteel – Museum Sypsteyn, de Dooyewaard stichting, Instituut voor Beeld en Geluid, de collectie Hilversum, het Nationaal Vesting Museum, het Muiderslot, Forteiland Pampus, Museum Hilversum, Dudok Architectuur Centrum, Museum Weesp, Pinetum Blijdenstein, Tussen Vecht en Eem, Comeniusmuseum en de Gooise bibliotheken.**

(Projectplan Versie 30-5-2022)

## Erfgoedfestival in Gooi & Vecht

Na twee succesvolle edities willen de samenwerkende musea, erfgoedinstellingen en culturele partners uit de Gooi en Vechtstreek weer een gezamenlijk erfgoedfestival organiseren. De corona-pandemie heeft ernstige schade toegebracht aan de culturele sector in Nederland. In de Gooi en Vechtstreek merken we dat bezoekers de weg moeilijk terugvinden naar het museum. Ook zijn veel erfgoedvrijwilligers vertrokken. De musea en culturele partners/ bibliotheken hebben behoefte om weer nieuwe energie in het culturele leven te brengen en willen met een erfgoedfestival het cultureel bezoek stimuleren en aanjagen.

Het erfgoedfestival laat het publiek op een laagdrempelige manier kennismaken met de rijke geschiedenis van de Gooi en Vechtstreek waar talrijke vernieuwers, innovators, schrijvers en kunstenaars gewerkt en gewoond hebben. Via tentoonstellingen, wandelroutes, lezingen, educatieve programma's en nog veel meer worden de verhalen voor een breed publiek ontsloten.

Na succesvolle edities in 2018 en 2021 hebben de musea de ambitie uitgesproken om een derde erfgoedfestival te organiseren. Het is onderdeel van een reeks samenwerkingsprojecten die worden geïnitieerd door de regioconservator en de museale instellingen. Bij elke editie zal er binnen een thema gewerkt worden aan het ontwikkelen van een gezamenlijk erfgoedfestival met tentoonstellingen en randprogramma. Door de unieke identiteit van de regio te benadrukken met een kwalitatief hoogwaardig aanbod van exposities en evenementen, beogen wij meer bezoekers naar de regio Gooi en Vechtstreek te trekken.

## Identiteit Gooi & Vecht: Groen, Monumentaal en Creatief

De Gooi en Vechtstreek is een ondernemende regio waarbinnen een hoge kwaliteit van leven en zorg centraal staat. Het gebied kenmerkt zich als een groenblauwe oase met een innovatief klimaat in een monumentale omgeving. Gooi en Vechtstreek is strategisch gelegen tussen Amsterdam, Almere, Amersfoort en Utrecht en kent een diversiteit aan landschap, cultuurhistorie en creativiteit.

De regio Gooi en Vechtstreek was begin twintigste eeuw een plek waar grote innovaties samen kwamen. Tussen 1880 en 1920 vormden de natuur een belangrijke reden om vanuit de stad naar het Gooi te reizen. Van een landschap met boerengemeenschappen ontwikkelde de regio zich in een razendsnel tempo tot een levendig gebied waar tal van innovaties hebben plaatsgevonden. Op dit moment werken de musea samen aan het vaststellen van het thema. We denken nu aan het thema Makers in Gooi & Vecht, waarin we ambachten, architecten, kunstenaars en de industrie belichten. Een ander thema dat ook erg geliefd is bij de samenwerkende partijen is het thema Gooise Museumschatten, waarbij we de topstukken voor het voetlicht brengen. Een redactie van museumconservatoren zal het definitieve thema kiezen.

## Waarom?

Een Erfgoedfestival maakt de regionale geschiedenis zichtbaar voor een groot publiek. We maken de bezoeker middels de verhalen, tentoonstellingen en activiteiten deelgenoot van de rijke geschiedenis van de regio. We laten bezoekers zien en ervaren dat de geschiedenis van vroeger nog steeds een impact heeft in het heden en dat het ook een inspiratie kan zijn voor het leven vandaag de dag. Daarnaast is het festival gericht op het versterken van de samenhang binnen het erfgoedveld. Door samenwerking vergroten de deelnemers hun zichtbaarheid en hun publieksbereik. Binnen de erfgoedsector werken veel vrijwilligers. De musea en erfgoedstichtingen fungeren als ontmoetingsplekken. Het erfgoedfestival werkt ook op dit vlak versterkend en draagt bij aan maatschappelijke cohesie. Met erfgoedfestivals beogen wij het publiek te inspireren en willen wij tevens het culturele en economische klimaat in de regio bevorderen.

## Voor wie?

Het erfgoedfestival richt zich op twee doelgroepen. De eerste groep zijn de inwoners van de Gooi en Vechtstreek. Het festival vertelt die inwoners (jong en oud) op een nieuwe manier het verhaal over de eigen regio. De tweede belangrijke doelgroep is de toeristen die de regio bezoeken. Zij kunnen via de erfgoedfestivals kennis maken met karakteristieke aspecten van de regio.

## Hoe?

Het erfgoedfestival wordt gecoördineerd door een kleine werkgroep. Deze werkgroep ondersteunt en stimuleert deelnemers en zorgt voor de centrale communicatie van het festival. Deelnemers aan het festival ontwikkelen en financieren hun eigen activiteit.

## Deelnemers

Huizer Museum, Bibliotheek Huizen, Laren, Blaricum, Singer Laren, Kasteel – Museum Sypesteyn, Dooyewaard Stichting, het Muiderslot, de collectie Hilversum, het Nationaal Vesting Museum, Forteiland Pampus, het Pinetum Blijdenstein, Tussen Vecht en Eem, het Comeniusmuseum, Papageno Huis.



Het huizer museum is altijd drager van het festival met het thema als onderwerp van haar tentoonstelling

## Herkenning en zichtbaarheid door gezamenlijke programmalijnen

Om de verbanden en samenwerking goed zichtbaar te maken organiseert het projectbureau meerdere gezamenlijke programmalijnen, de zogenaamde rode draden in het festival.

Op verschillende locaties in de regio zijn deze gezamenlijke programmaonderdelen duidelijk herkenbaar voor het publiek. Elke locatie organiseert inspiratie talks, er is een gezamenlijke opening en sluiting, er is een rondreizende tentoonstelling.



Foto Bibliotheek Huizen, open podium met op achtergrond rondreizende tentoonstelling TVE

## Publieksprogramma met lezingen, educatie en workshops, routes en ander randprogramma

Het erfgoedfestival wordt ondersteund door een uitgebreid publieksprogramma met aantrekkelijke activiteiten. Variërend van lezingen, rondleidingen, educatieve programma's in de tuinen en zalen van de musea en in bibliotheken.

### Het museum thuis

Voor sommige doelgroepen is het niet mogelijk om naar het museum of culturele aanbod in de publieke ruimte te komen. Om ook voor deze mensen deelname aan het erfgoedfestival mogelijk te maken onderzoeken wij de mogelijkheid om museummedewerkers naar verzorgingstehuizen of zorginstellingen te laten gaan en met een museumobject of pop up tentoonstelling het thema bij de mensen thuis te brengen.

### Wandel en Fietsroutes:

Speciaal voor het erfgoedfestival worden thematische routes ontwikkeld die passen bij het thema en de programmering van het Erfgoedfestival.

De Gooise bibliotheken organiseren bij in het kader van het erfgoedfestival een publieksprogramma.



Hallo Dineke. Ik heb de laatste kinderen meegenomen. Ik doe veel met kinderen. Wat een leuk boek. Goed voor de creativiteit. Bedankt voor gr Olga Dol



- 7000 boeken verspreid in de regio, op 45 scholen en via de musea

## Kinderboek

Na het succesvolle Groene Doeboek uit 2018 en het Zomermagazine Grensverleggers in Gooi en Vecht in 2021 willen we weer een kinderboek maken dat we op scholen en via de musea kunnen uitdelen. In 2021 hebben scholen in Huizen allemaal kunnen genieten van de verhalen over Grensverleggers. Hiermee kunnen we het jongste publiek dat op de basisschoolonderwijs geniet inspireren en op een voor hen aantrekkelijke manier betrekken bij het lokale erfgoed.

## Speurtochten en kinderactiviteiten

Voor kinderen worden er in aansluiting op de tentoonstelling speurtochten en educatieve workshops georganiseerd in Singer Laren, Beeld en Geluid, Fort Eiland Pampus, op Kasteel Sypesteyn en bij het Huizer Museum.

## Nieuwe formats en experimenten

Afhankelijk van het beschikbare budget kunnen we binnen het erfgoedfestival experimenteren met nieuwe formats om publiek te binden en jonge mensen te verleiden om kennis te nemen van het erfgoedprogramma.

## Marketingactiviteiten/ promotie

Het erfgoedfestival in Gooi & Vecht voert een overkoepelende doelgroepgerichte marketingcampagne met daarin het gehele festivalaanbod. Daarnaast verzorgen de musea ook hun eigen promotieactiviteiten bij hun individuele aanbod. Hierin zal middels een terugkerende 'tag' telkens actief verwezen worden naar het erfgoedfestival.

## Website met agenda

Het erfgoedfestival draagt de campagne uit via een speciale website en programmabrochure met een duidelijke agendafunctie.

## Gezamenlijke campagne – toolkit

Het festival wordt onder de aandacht gebracht door een combinatie van betaalde publiciteit en gratis publiciteit. Daarnaast wordt er gekeken naar de advertentiemogelijkheden in en op respectievelijke vakbladen en website van de erfgoedverenigingen en culturele magazines. Het is daarnaast gebleken dat affiches op straat uiterst effectief zijn.

Social media is een onmisbaar element in onze online campagne.

Er komt een programma brochure waarin alle activiteiten binnen het thema van het erfgoedfestival worden opgenomen. Dit varieert van tentoonstellingen, rondleidingen, wandelingen tot lezingen, workshops en kinderevenementen.



## Media kalender

Er komt een uitgebreid communicatieplan inclusief media kalender. Deze wordt gedeeld met alle partners en met de communicatiemedewerkers van alle regio gemeenten. Tijdens dit festival wordt intensiever samengewerkt met de overheden om maximaal bereik in de lokale media te genereren.

## Free publicity

We zetten in op free-publicity door samen te werken met de lokale media. (Gooi en Eemlander, radio 6 Eemlander, radio 6 FM, I Laren, Hei en wei, de Gooise tamtam etc.) Het erfgoedfestival zal tevens actief worden gepromoot in een festivalkrant die huis aan huis en op 9 vakantie- bestemmingen in de regio en naastgelegen provincies wordt verspreid. (ring rondom Gooi en Vecht, tot 40km). Ook maken we reguliere folders en flyers om in de brede regio aandacht voor het festival te wekken. Het festival zal actief worden gepromoot door artikelen over het programma aan te bieden aan de communicatie uitingen van de deelnemende partners. TVE, Vrienden van het Gooi.

**Herkenbare locaties** De verschillende erfgoedlocaties worden herkenbaar aan het publiek getoond door het voeren van een gezamenlijk beeldmerk en vlaggen/banieren in de openbare ruimte die als signalering dienen en deelname aan het festival zichtbaar maken.

## Doelgroepen

In de gezamenlijke marketing van de Gooise musea en erfgoedstichting richten de partners zich op twee hoofddoelgroepen:

- Gezinnen met kinderen
- Volwassen cultuurliefhebbers

Aan deze twee Nederlandse hoofddoelgroepen wordt in de marketing van het programma vastgehouden. Daarbij zal binnen deze twee doelgroepen specifiekere gesegmenteerd worden op verschillende recreatieve leefstijlen. Voor het segmenteren van recreatieve leefstijlen binnen de twee hoofddoelgroepen maken we gebruik van de door acht provincies ontwikkelde Leefstijlvinder. Het festival is voor de Nederlandse bezoeker (bewoner en bezoekers uit NL en eventueel Vlamingen). Het aanbod is niet geschikt om meertalig te vermarkten.

De regio Gooi en Vechtstreek kent een wat gemengd profiel. De gehele regio kent een oververtegenwoordiging van de Stijlzoeker vergeleken met het landelijk gemiddelde. Dit is typerend voor deze regio.

De marketingcampagne zal bezoekers te attenderen op het volledige programma en kruisbestuiving tussen de tentoonstellingen en activiteiten stimuleren. Hierbij hanteren we een drietrapsstrategie:

1. Het breed communiceren van de boodschap dat de musea en erfgoedpartners een uniek en programma bieden.
  2. De afzonderlijke programmaonderdelen in samenhang met het totale programma uitlichten.
  3. Kruisbestuiving tussen de deelnemende partners en mogelijk vervolg bezoek stimuleren.
- Door bijvoorbeeld het educatieve programma geschikt te maken voor meerdere locaties.

### Communicatie instrumenten

- Programmabrochure
- Campagne website met agenda
- Banieren/ vlaggen
- Festival Tags/Stickers (om bestaande wandelingen en routes te taggen binnen het festival)
- Online campagne: Facebook add, banners, google advertenties
- Samenwerking met lokale media (Gooi en Eemlander, 6fm, I Laren, Hei en wei, de Gooise tamtam etc.)



## Organisatievorm en samenwerking

Het erfgoedfestival wordt gecoördineerd door een compacte werkorganisatie, onder aansturing van de regioconservator. Deze festivalorganisatie ondersteunt en stimuleert deelnemers en zorgt voor de centrale communicatie van het festival. Ook wordt door hen het gezamenlijk educatief aanbod, de opening, sluiting en een aantal verbindende publieksactiviteiten met elkaar in samenhang ontwikkeld en vormgegeven. De deelnemende musea en partners ontwikkelen en financieren hun eigen tentoonstellingen en publicaties.

Omdat het erfgoedfestival eens in de twee of drie jaar wordt georganiseerd is het ene jaar een voorbereidingsjaar en het tweede jaar een productiejaar. In het festivaljaar groeit de organisatie uit, met freelance festivalmedewerkers die events organiseren en ondersteunen. De organisatie zoekt vanzelfsprekend de samenwerking met alle partijen die kunnen bijdragen om het festival tot een succes te maken. Er wordt nauw samengewerkt met toerisme Gooi & Vecht, de VVV organisaties en de lokale marketing organisaties.

Het erfgoedfestival is onderdeel van de regionale samenwerking van musea, onder aansturing van de regioconservator. Sinds 2016 werken de musea op structurele basis samen en stemmen directies van de culturele instellingen vier maar per jaar hun programmering en bedrijfsvoering af binnen het zogenaamde Mondriaan overleg. Met steun van het Mondriaanfonds en de lokale overheden die hun krachten bundelen binnen een regionaal CERT programma is er een regioconservator aangesteld bij Singer Laren, die voor alle musea in de regio werkzaam is. De samenwerking is succesvol en de musea hebben elkaar gevonden in het gezamenlijk aanpakken van vraagstukken op het terrein van collectiebeheer- en beleid, programma en presentatie. Sinds 2021 is met steun van het Mondriaanfonds een regionale collectiemedewerker aangesteld. Zij werkt een dag per 2 weken in het Huizer Museum om te ondersteunen bij het collectiebeheer- en behoud.

Door de samenwerking bereiken de musea meer publiek en zijn beter zichtbaar. Ook op organisatorisch en bedrijfsmatig vlak, door het delen van kennis, personeel en andere uitwisseling biedt de samenwerking veel voordelen.

## Planning

We organiseren het festival in de zomer omdat de musea dan meer ruimte hebben voor samenwerking. De prachtige tuinen en buitenruimte bieden mogelijkheden voor programmering en bijzondere activiteiten en recreatieve routes tussen de festivallocaties. Het festival biedt een aantrekkelijk format om regionale inwoners en toeristen die in de vakantieparken verblijven naar de erfgoedinstellingen te trekken.

Het festival strekt zich uit door de hele zomer. De eerste 6 weken richten we ons op de regionale bezoeker. Als alle inwoners op vakantie zijn richten we ons juist op het gezamenlijk presenteren van een programma gericht op toeristen en thuisblijvers. Na de vakantie pakken we de draad weer op en attenderen we met een sprankelend slotprogramma de lokale bevolking op de erfgoedinstellingen tot aan het de open monumentendagen.

### Wanneer?

We weten nog niet precies wanneer we het volgende erfgoedfestival kunnen organiseren. Momenteel zijn we bezig met de fondsenwerving en het bepalen van het gezamenlijk programma.

Over de financiering zijn we momenteel in gesprek met alle 7 gemeenten in de regio. Vanwege de lokale verkiezingen ligt besluitvorming in enkele plaatsen stil zolang er geen nieuw college is gevormd. De gemeente Huizen heeft momenteel de corona gelden beschikbaar gesteld voor projectfinanciering in Huizen. Met het beschikbaar stellen van budget uit de coronagelden kan de gemeente Huizen een voorbeeldrol vervullen. In de fondsenwerving helpt het als een eerste schaaap over de dam is, de bijdrage van de gemeente Huizen uit het coronabudget kan als katalysator helpen bij de fondsenwerving om een nieuw erfgoedfestival mogelijk te maken.

planning voor het festival ziet er als volgt uit:

2022	Projectplan ontwikkeling, fondsenwerving selectie thema en uitwerking voorbereiding media campagne,
januari 2023 – april 2024	pre productie definitieve vaststelling programma, kennissessies vrijwilligers
eind mei – eind augustus 2023	uitvoering en realisatie (onder voorbehoud van financiering)*
september 2023 – januari 2024	evaluatie en verantwoording fondsen





Reclame op straat en in de bus

## Zichtbare resultaten en kosten in de gemeente Huizen

Het erfgoedfestival wil zoveel mogelijk bezoekers en inwoners van de gemeente Huizen bereiken. We zetten in op een grote PR. Campagne met reclameborden op straat en social media berichten. Daarnaast maken we weer een speciale podcast over het Huizer programma en maken we een kinderboek dat onder leerlingen van de Huizer basisscholen zal worden verspreid. We zijn van plan weer een rondreizende tentoonstelling te maken die in de bibliotheek Huizen of in het gemeentehuis geplaatst kan worden. Voor het derde erfgoedfestival willen we ook de cultuur naar de mensen toe brengen. We onderzoeken de mogelijkheid om in samenwerking met zorginstellingen, het museum thuis te ontwikkelen. Museummedewerkers bezoeken dan verzorgingstehuizen met pop up exposities of museale voorwerpen om bij de dragen aan een inclusieve maatschappij, waar de cultuur naar je toekomt.

Het erfgoedfestival wordt georganiseerd in 7 gemeenten. Voor het inzichtelijk maken van de kosten per gemeente hebben we hieronder de budgetten gedeeld door 7. Hierbij is geen rekening gehouden met het aantal inwoners omdat niet elke gemeente een museum heeft. De kosten worden evenredig over elke gemeente gedeeld omdat we ervan uitgaan dat er sprake is van mobiliteit. Inwoners van Blaricum komen ook naar Huizen om te genieten van het cultuuraanbod daar. De toe te rekenen kosten voor prestaties in Huizen komen op 26.000 euro, waarvan we een steunbijdrage vragen van 10.000 euro per gemeente.

PR campagne gericht op Huizen	8500
Podcast in Huizen	1500
Kinderboek voor alle scholieren uit groep 6 en 7	4500
Huizer Participatie in organisatiekosten	11500
Totaal	26.000

## Begroting

### Kosten

Programma ontwikkeling Musea*	P.M.
Huisvesting	P.M.
Vorbereiding en Fondsenwerving, coördinatie	P.M.*
Projectmedewerkers	€ 30.000
Publieksonderzoek/ evaluatie	€ 10.000
Online campagne	€ 25.000
Print campagne	€ 35.000
Kinderprogramma en workshops	€ 30.000
Het museum thuis	€ 20.000
<b>Totaal</b>	<b>€ 170.000</b>

\* de kosten voor de regioconservator zijn gedekt, de musea bekostigen zelf hun tentoonstellingen en programmering. De festivalorganisatie draagt zorg voor de financiering van de gezamenlijke marketing en de verbindende programmalijnen. De regioconservator coördineert de voorbereiding en fondsenwerving.

### Dekking

	stand van zaken
Bijdragen regiogemeenten gemeenten m.u.v Huizen	€ 60.000
<i>Aanvraag corona gelden gemeente Huizen</i>	<i>€10.000 deze aanvraag</i>
Provincie Noord- Holland culturele regionale samenwerking	€ 25.000
VSB-fonds	€ 40.000 in voorbereiding
Rabobank Gooi en Vecht	€ 6.000 in voorbereiding
Prins Bernhard Cultuurfonds	€ 15.000 in voorbereiding
Lakeland foundation	€ 4.000
Vrienden van het Gooi	€ 10.000 in voorbereiding
<b>Totaal</b>	<b>€ 170.000</b>