

Beleidsplan 2017-2020

**Ambitieuus waar het kan,
realistisch als het moet.**

on
der
wijs
m
se
um

stip op de horizon: het Onderwijsmuseum lééft

Het strikt persoonlijke en het breed maatschappelijke, beide elementen komen samen in het onderwijs. Het Nationaal Onderwijsmuseum laat dat zien. Een bezoek aan dit museum roept uiterst individuele herinneringen en emoties op. Het museum is vooral verhalend en daardoor laagdrempelig. Bezoekers, jong en oud, kunnen zich in de presentatie herkennen. Tegelijkertijd verbeeldt het museum de bredere, fundamentele betekenis van goed onderwijs. Het onderwijs vormt immers de basis voor een gezond maatschappelijk, economisch en cultureel leven.

De veelzijdige ontwikkeling van het unieke onderwijs in ons land staat in het museum centraal. Maar er is meer. Het museum speelt ook in op **het heden** van het onderwijs. En, als het kan, op **de toekomst**. Bovendien is er een focus op de **jeugd- en jongerencultuur**. Het Nationaal Onderwijsmuseum is voor dat alles meer dan ooit toegerust. Er is sinds 2015 een nieuwe en aansprekende locatie, gebouw De Holland in Dordrecht. Er is een even omvangrijke als veelzijdige collectie. Er is een kleine, maar zeer gemotiveerde staf, aangevuld door vele vrijwilligers. Dat alles voor de bezoekers en al die anderen, die gebruik maken van de mogelijkheden van de collectie of de diensten van het museum. Het museum kan niet zonder de steun van derden, maar heeft een reëel beleid zoveel mogelijk zelf in zijn financiën te voorzien. **Het ondernemerschap** wordt daarbij niet vergeten.

Het Nationaal Onderwijsmuseum lééft en wil dat ook meer dan ooit. Dat verplicht wel tot **een voortdurend kritische blik naar binnen** en tot **een voortdurend open blik naar buiten**. Wat is blijvend, wat mag, wat moet veranderen? Wat is de waarde van kwantiteit, van kwaliteit? **Het stellen van inhoudelijke en bedrijfsmatige prioriteiten**, daar gaat het om. Daarnaast, wat is die stip op de horizon? Hoe reëel is het om die met weliswaar veel enthousiasme, maar met bescheiden menskracht en middelen te bereiken? Dit Meerjarenbeleidsplan 2017 - 2020 geeft op een aantal vragen antwoord.

Tijs van Ruiten
directeur | bestuurder





fotografie Jan Tito

U O C I A U D

introdactie: het Onderwijsmuseum lééft

herstart

missie, visie en kernwaarden

synergie binnen het onderwijs

aanreiken, uitdragen, exploiteren

educatie

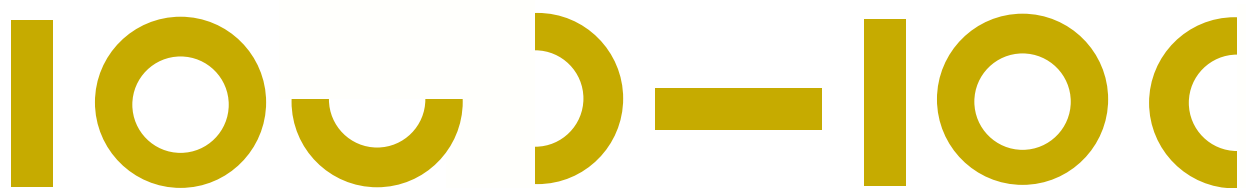
kennisinstituut

erfgoed als kloppend hart

organisatie

mensen in een groter geheel

financiën meerjarenbegroting 2017-2020





Fotografie Thymen Stolk

I R U D U O

herstart: ambitieus maar realistisch

Het Nationaal Onderwijsmuseum sloot in 2012 haar deuren in Rotterdam. Tegelijkertijd speelde **het teruglopen van geldstromen vanuit de overheid** wat noopte tot inkrimping van de organisatie. Deze factoren brachten ongemak, maar ook **bezinning en nieuw élan**. Zeker ook inhoudelijk kwam er ruimte voor een frisse nieuwe insteek. Het resulteerde in juni 2015 in de opening van **een geheel vernieuwd museum** in gebouw De Holland in Dordrecht. De prachtige locatie en aansprekende nieuwe presentaties oogstten veel lof. In 2015-2016 werd een uitgebreid educatief programma ontwikkeld. Scholieren en studenten, maar ook kinderen van de buitenschoolse opvang, maakten er inmiddels kennis mee. Een grote schare van vrijwilligers heeft een eigen inbreng en is onmisbaar voor het museum.

De opening van het museum genereerde veel positieve publiciteit. Dit leidde op haar beurt tot een grote bezoekersstroom. Ook nieuw museumpubliek wist de weg naar het Onderwijsmuseum te vinden, van Dordtenaren die nooit een museum bezoeken tot de doorgewinterde Museumkaarthouders die het museum in Rotterdam slechts mondjesmaat bezochten. Het fraai gerenoveerde gebouw trok de aandacht, evenals de zweem van nostalgie die nu eenmaal rond het Onderwijsmuseum hangt. Het museum koos voor een themagerichte presentatie van de vaste tentoonstelling. De tweede vaste tentoonstelling 'MOOI' laat de hoogtepunten uit de collectie zien. Wisseltentoonstellingen vormen daarnaast een vast element binnen de formule van het museum.

Na ruim een jaar slaat de balans positief uit. **Het museum lééft**, de educatieve programma's vinden gretig aftrek, het museumcafé heeft een eigen plek en de vrijwilligers dragen enthousiast bij. Uiteraard zijn er ook nog wensen voor de toekomst. Het bezoekersaantal moet verder omhoog om op termijn bij de beoogde 40.000 tot 50.000 per jaar uit te komen, de werkdruk van de vaste medewerkers is hoog en de financiering van het museum blijft precair. Reden te meer om zeer grondig naar de naaste en verdere toekomst te kijken. Ook in dit meerjarenbeleidsplan. **Ambitieus als het kan, realistisch als het moet.**

Missie, visie, kernwaarden

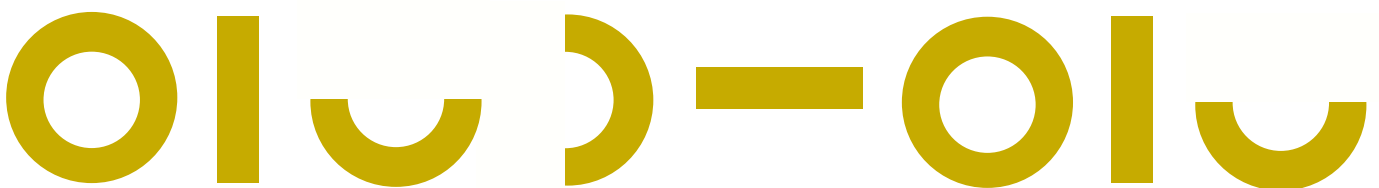
Waarom is er een onderwijsmuseum? En wat willen we zijn, waar geloven we in? Missie en visie dus. In een enigszins vrije vertaling gaat het om het volgende:

Missie

Het Nationaal Onderwijsmuseum toont de breedheid en **uniciteit** van het Nederlandse onderwijs en de **schoolcultuur**. Het volgt en duidt actuele onderwijsontwikkelingen en biedt reflectie op het verleden. Het museum laat met zijn indrukwekkende collectie in grote en kleine **verhalen** het belang van onderwijs voor onze samenleving zien. Het **stimuleert een brede groep bezoekers uit heel Nederland** om aan dat verhaal een **actieve bijdrage** te leveren.

Visie en kernwaarden

Het Nationaal Onderwijsmuseum is enig in zijn soort in Nederland en heeft de ambitie dat te blijven en meer bekendheid aan het museum en vestigingsplaats Dordrecht te geven.



Wij willen een *persoonlijk* en *verrassend* museum zijn dat onze diverse bezoekersgroepen een *prikkelende onderwijservaring* biedt en *verwondering* oproept. Wij willen de vele aspecten van het Nederlandse onderwijs en de schoolcultuur met boeiende en aansprekende tentoonstellingen, programma's en activiteiten over het voetlicht brengen. Wij willen een toegankelijke en bekende bron van erfgoed en kennis zijn over ons huidige en vroegere onderwijs, voor zowel leerlingen, docenten, museumbezoekers als wetenschappers. Wij willen een onafhankelijk trefpunt zijn van discussies over actuele ontwikkelingen binnen het onderwijs, met ruimte voor de verschillende opvattingen en meningen. Wij werken graag en veel *samen* met partijen uit de regio en het land. Tenslotte maar zeker niet als laatste willen wij een financieel gezond museum zijn, met voldoende buffer om een langjarig perspectief te ontwikkelen.



Publieksbereik, marketing en communicatie

de meeste synergie binnen het onderwijs

Verwondering, trots, persoonlijke verhalen, samenwerking en speelse nieuwsgierigheid: het DNA van het Nationaal Onderwijsmuseum omvat vele componenten. Die componenten vormen ook de basis voor een actief en efficiënt marketing- en communicatiebeleid. Dat beleid vormt op zijn beurt één van de pilaren van het Onderwijsmuseum.

Het marketing- en communicatiebeleid heeft de afgelopen jaren een consistente ontwikkeling doorgemaakt. Vanuit een sterke inhoudelijke visie is in 2013 een start gemaakt met de **herpositionering** van het Nationaal Onderwijsmuseum. Resultaten in 2015 zijn onder andere een nieuwe huisstijl, een geheel nieuwe website, een uitgebreid netwerk van perscontacten, gerichte campagnes voor de opening en tentoonstellingen, de geslaagde opzet van een nieuw systeem van sponsoring en partnerships en de veranderde formule van het tijdschrift **LESSEN**. **Ondanks het beperkte budget blijven de ambities op het gebied van marketing en communicatie ook voor de komende vier jaar hoog.**

Meer dan ooit moet aan de weg worden getimmerd om bezoekers naar het museum te trekken. De concurrentie in de museumwereld is groot. **Het**

fotografie Jan koorneef



fotografie Jan Tito



Onderwijsmuseum wil zich in die wereld onderscheiden door enerzijds verdieping en anderzijds verbreding. *Verdieping* door het museum nog sterker te profileren als kenniscentrum op het gebied van onderwijs. *Verbreding* door museumbezoekers kennis te laten maken met een ruimer aanbod en door herhaalbezoek te stimuleren. Zowel in het museum, online als op locaties elders in het land.

Het Onderwijsmuseum is er natuurlijk voor iedereen. Toch zijn er in het recente verleden voor het marketing- en communicatiebeleid al een aantal **specifieke doelgroepen** aangewezen. Primair gaat het om gezinnen en families, actieve 50-plussers en schoolgroepen. Voor deze primaire doelgroepen is een basisbelangstelling voor onderwijs, erfgoed of architectuur een vereiste. Secundair richt het museum zich op PABO-studenten, (young-)professionals uit het onderwijs en onderwijshistorici. Nu er een breed palet aan educatieve programma's beschikbaar is, worden scholen en onderwijsinstellingen vanaf 2017 intensiever benaderd en uitgenodigd om aan het educatieve aanbod deel te nemen. Speerpunt: **het educatieve aanbod van het Onderwijsmuseum een steeds terugkerend programma-onderdeel laten worden bij onderwijsinstellingen en bso's.** Middelen daartoe zijn onder meer een presentatie op de tweejaarlijkse Nationale Onderwijstentoonstelling (NOT), samenwerking met onderwijsorganisaties, mailingen aan basisscholen, adverteren in onderwijsbladen, samenwerking met de CKV-kaart en de Lerarenkaart.

fotografie Ad van der Zee



Overigens, ook buurtbewoners en lokale en regionale verenigingen en groeperingen zijn onze doelgroep. Met recht is het Onderwijsmuseum op tal van gebieden een landelijk, een 'nationaal' instituut. Toch ligt het voor de hand om - meer dichtbij - speciale aandacht te besteden aan allerlei mogelijkheden en samenwerkingsverbanden **binnen de stad Dordrecht, de regio Drechtsteden en de provincies Zuid-Holland, Zeeland en Noord-Brabant**. In dat kader zal vanaf 2017 bijvoorbeeld actief de samenwerking met vervoermaatschappijen worden gezocht voor de ontwikkeling van dagtochten, voor de presentatie op beurzen (Wegwijs Gezinsbeurs en de Familiedagen) en voor deelname aan evenementen in Dordrecht.

Gezien de internationale status van het museum, mondiaal het grootste in zijn soort!, ligt het voor de hand ook **buitenlandse bezoekers** als doelgroep te beschouwen. In de eerste plaats kan dan gedacht worden aan toeristische bezoekers uit België en Duitsland. Maar ook onderwijsspecialisten uit andere landen melden zich regelmatig bij het museum. Aan de werving en benadering van beide groepen zal het museum vanaf 2019 meer aandacht gaan besteden. In 2018 wordt hiertoe verkennend onderzoek gedaan en een plan ontwikkeld. Samenwerking met Dordrecht Marketing ligt hier voor de hand.

Het monitoren van publieksgroepen en het verhogen van het publieksbereik is een doorlopende activiteit gedurende deze beleidsperiode. Het museum beschikt over data van de Museumkaart en het continue bezoekersonderzoek dat onder een representatieve steekproef van de bezoekers wordt afgenomen. Met deze gegevens, de per doelgroep toegesneden e-mail-bestanden en een efficiënte benadering via *sociale media* is het Onderwijsmuseum in de komende jaren in staat het aanbod van het museum breder onder de aandacht te brengen. Het is van belang eenmaal aangegane contacten te behouden, te onderhouden, mede ondersteund door een CRM-systeem. Dit alles op basis van een persoonlijke benadering, die bij het Onderwijsmuseum past. Er liggen kansen. Individuele bezoekers kunnen ook geïnteresseerd zijn in lezingen, schenkingen en zaalverhuur: cross-selling en upselling in het museum.



Het jaar 2015 bood de gelegenheid het hernieuwde Onderwijsmuseum flink op de kaart te zetten. De opening van De Holland leverde **veel gratis publiciteit** op. Een welkome steun aan de naamsbekendheid van het museum. Maar deze naamsbekendheid dient onderhouden en (bij voorkeur) versterkt te worden. **Het Onderwijsmuseum moet een begrip, een merk worden**, zeker binnen het onderwijs, een enorm vakgebied op zich. Dat laatste levert immers de meeste synergie op.

Een en ander vereist wel voortdurend beweging, nieuws vanuit het museum. **Samenwerking met derden genereert nieuws**, evenals tijdelijke tentoonstellingen, bijzondere schenkingen, nieuwe educatieve programma's en het verbinden van objecten uit de collectie aan de actualiteit. Een belangrijke aanvullende strategie die het museum de komende jaren in wil zetten is het online adverteren via Google en sociale media. Door de samenwerking te zoeken met aan het onderwijs gerelateerde organisaties kan de zichtbaarheid van het museum verder vergroot worden en de relatie met deze doelgroep versterkt.

De ambities van marketing en communicatie gaan verder dan puur het vergroten van het aantal museumbezoekers richting het gewenste aantal van 50.000. Een speciaal aandachtspunt is het **werven van partners**, die het Nationaal Onderwijsmuseum steunen. Het is van belang in te spelen op actuele projecten van grote, incidentele partners. Het gaat om samenwerking met particuliere en zakelijke sponsors, die via maatwerk een verbintenis met het museum aangaan. Langdurige verbintenissen zijn echter nog belangrijker. In de periode 2015-2016 heeft het museum zich verzekerd van de steun van de hoofdsponsor Noordhoff Uitgevers en een groot aantal nevensponsors. Hun inbreng betekent een essentiële aanvulling op de subsidies vanuit het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen en de Gemeente Dordrecht. **Op basis van een reeds ontwikkeld plan van aanpak gaat het museum door met het werven van partners, met name bedrijven en organisaties die in of dichtbij het onderwijsveld liggen.**



Tentoonstellingen aanreiken, uitdragen, exploiteren

Tentoonstellingen vormen de meest kenmerkende uitingen van ieder museum. Zij tonen de rijkdom van een collectie, zij laten vormen van samenwerking zien en zij maken de aard en het bestaansrecht van een museum duidelijk. Het Nationaal Onderwijsmuseum vormt hierop geen uitzondering. Kern van de presentatie in De Holland vormt **de grote, vaste, themagerichte tentoonstelling *Onderwijs — over vroeger, voor later, van nu***. Daarin ongeveer tweeduizend objecten, videopresentaties en films. Daarnaast biedt het Onderwijsmuseum de **semi-permanente** tentoonstelling *MOOI — voor het onderwijs gemaakt*. Zo'n 600 **topstukken** uit de collectie werden verzameld. Het museum is trots op die topstukken, kan er veel kennis over doorgeven. Het idee, de tijd, de makers, de gebruikers. In 2017 staat de uitgave van een verdiepende catalogus over deze twee tentoonstellingen op de planning. Tenslotte is er steeds een **wisseltentoonstelling**, toegespitst op een specifiek aspect uit de ontwikkeling van het onderwijs of de jeugdcultuur. De komende beleidsperiode wisselen lange (een jaar) en korte (een half jaar) tentoonstellingen elkaar af.

De vaste en semi-permanente tentoonstellingen zijn overigens ook niet statisch. **Aanpassingen** zijn regelmatig, tenminste toch twee keer per jaar, aan de orde. Zo kan worden ingespeeld op de actualiteit, op het ritme binnen het schoolseizoen, op de behoefte om ook eens in te spelen op regionale of lokale onderwerpen. Concreet zal in de komende beleidsperiode bijvoorbeeld een extra accent worden gelegd op de vrije school en het landbouwonderwijs. Zulke aanpassingen geven ruimte om volop gebruik te maken van de enorme collectie van het museum. Tevens is het mogelijk af en toe objecten van derden te laten zien. Door aanpassingen blijft de presentatie ook bij herhalingsbezoeken sprankelend en boeiend.

Het Onderwijsmuseum heeft **een lage drempel**. De herkenbaarheid van de collectie is groot. Werkelijk alle bezoekers hebben - hoe dan ook - ervaring met het onderwijs. Associaties komen gemakkelijk op, herinneringen komen stevast bovendrijven. Zo blijkt ieders bezoek aan het museum steeds weer **verrassend persoonlijk**. Het museum stimuleert



een en ander zeer bewust. Zij stuurt aan op een vonk tussen de objecten en de bezoeker en op interactie tussen de bezoekers onderling. Onderwijs betekent in hoge mate gedeeld verleden, gedeeld heden.

Het Onderwijsmuseum wil prikkelen, verwonderen en ontspannen. Serieus als het moet. Speels en relativerend - met een glimlach af en toe – als het kan. Gaandeweg het bezoek komt er **focus**; met **vragen** over de eigen opleiding, de eigen talenten, de mate waarin die via het onderwijs tot ontplooiing zijn gebracht. Het persoonlijke verhaal, dat dus ook met anderen kan worden gedeeld, wil het Onderwijsmuseum voortdurend genereren. In de komende beleidsperiode gaat het Onderwijsmuseum daarvoor op zoek naar andere mogelijkheden om deze verhalen te ‘vangen’ en te koppelen aan objecten en perioden. Het is een speerpunt; de inrichting van het museum en de benadering van de bezoekers zullen er nader op worden toegespitst.

fotografie Jan Koorneef



De **wisseltentoonstellingen** bieden een breed publiek uiteraard bijzondere zaken uit de ontwikkeling van het onderwijs of de jeugdcultuur. Dit soort tentoonstellingen maakt het echter ook mogelijk meer specifieke doelgroepen te bereiken. Bij de presentatie van schoolagenda's zijn die anders dan een tentoonstelling over naald- en draadvakken; bij een tentoonstelling rond inspectieverslagen over het onderwijs zijn ze anders dan bij een wisseltentoonstelling over leesmethoden.

Wisseltentoonstellingen bieden steeds weer de mogelijkheid nieuwe objecten uit de enorme collectie te presenteren. De thema's van wisseltentoonstellingen worden mede op basis van voorafgaand **publieksonderzoek** bepaald. Uiteraard is er steeds een zekere **prioriteitstelling**. Het ligt voor de hand wisseltentoonstellingen te maken voor een echt groot publiek. Kaskrakers zijn immers altijd welkom. Maar het Onderwijsmuseum zal af en toe ook kiezen voor bijzondere presentaties voor een kleiner publiek. Omdat juist in de **verfijning van onderwerpen** ook de waarde, de kracht en de uitstraling van het museum ligt.

Overigens zijn er nog wel meer elementen als het om afwisseling gaat. De keuze voor een internationale, nationale of juist lokale (Dordtse) invalshoek bijvoorbeeld. De keus voor onderwerpen ver uit het verleden of (de voorkeur) dichter bij het heden. De **samenwerking** met heel diverse partners zoals onderwijsorganisaties, uitgeverijen, overheden enz.. Die samenwerking stoelt mede op de kennis die binnen het Onderwijsmuseum aanwezig is. Het museum wil haar kennis, mét de daaraan gekoppelde objecten, in toenemende mate aanreiken, uitdragen, exploiteren. Bijvoorbeeld via eigen reizende tentoonstellingen. Bijvoorbeeld via - al of niet gemoduleerde - uitleen-tentoonstellingen. **Collectiemobiliteit** staat de komende jaren hoog in het vaandel.

Het laten zien van de collectie, het uitdragen van kennis, kan ook gebeuren via workshops, lezingen, de aanwezigheid van het museum op symposia, congressen, markten enz. Uiteraard worden ook internet en de sociale media daarvoor ingezet. De komende jaren zal verder worden gewerkt aan de **digitale toegankelijkheid** van de collectie en de kennis daaromheen. De eigen website leent zich daartoe, websites van derden ook. **Randprogrammering bij de tentoonstellingen**, daar gaat dit alles om. Hoe mooi ook het thuisfront, het museum wil haar activiteiten tot ver buiten het gebouw De Holland uitdragen. Het 'nationale' binnen de





fotografie Robert Vos

naam wordt daarmee recht gedaan, regelmatig zelfs tot buiten de landsgrenzen. Terecht ook; het Nationaal Onderwijsmuseum geldt in de wereld als een van de meest vooraanstaande in zijn soort. Dat verplicht: in 2017 is het museum gastheer bij een congres van het *International Network on Schoolhistory*, een congres dat in Dordrecht wordt gehouden

Al bevestigde wisseltentoonstellingen de komende jaren:

- 2017: Dit heilzaam toezigt. Tentoonstelling n.a.v. twee eeuwen verslaglegging door de Inspectie van het Onderwijs.
- 2017: Textieltentoonstelling in samenwerking met o.m Museum Rotterdam, Museum de Koperen Knop en Stichting Merkwaardig.
- 2018: boom, roos, vis. Tentoonstelling over leesmethoden in samenwerking met Uitgeverij Zwijsen.



educatie, van 4 tot 104 en verder!

Een aantal jaar geleden deden de Raad voor Cultuur en de Onderwijsraad een beroep op culturele instellingen om 'cultuur' in het hart van het onderwijs te brengen. Het Nationaal Onderwijsmuseum weet er alles van: het onderwijs, de onderwijsgeschiedenis en de fysieke uitingen hiervan in de collectie van het Nationaal Onderwijsmuseum, kunnen in tal van facetten als cultuur worden gedefinieerd.

Rond cultuur is veel te vertellen, veel uit te leggen. Begrijpelijk dan ook, dat **educatie bij het museum hoog in het vaandel staat**. Na de opening van het hernieuwde museum in 2015 zijn in korte tijd **tal van educatieve programma's** van start gegaan. Die zijn - beginnend vanaf groep 1/2 van het basisonderwijs - trapsgewijs afgestemd op de achtereenvolgende leeftijdsgroepen. 'Van 4 tot 104 jaar', zo luidt het wel, zijn er programma's beschikbaar. Het basisonderwijs maakt daar inmiddels al volop gebruik van, het voortgezet onderwijs ook. Studenten van de pabo's vormen uiteraard een heel eigen doelgroep. Datzelfde geldt voor groepen in de sfeer van de buitenschoolse opvang. Toch gaat het bij educatie niet alleen om kinderen of jongeren. Het gaat ook om volwassenen, waarvoor groepsgewijs en individueel producten met een sterk educatief karakter beschikbaar zijn.

Inhoudelijk houden anno 2016 zo'n 15 **museumdocenten** zich met educatie bezig. Het zijn als regel goed gekwalificeerde medewerkers, veelal met een onderwijsachtergrond. Kwaliteit staat bij hen voorop. Kwaliteit zit er zeker ook in de **multimediator**, waarmee individuele bezoekers het museum kunnen verkennen. Voor buitenlandse bezoekers worden versies in het Engels en het Duits voorbereid. Het is echter duidelijk, dat **scholen** de belangrijkste partners voor de educatieve programma's van het museum zijn. **Het museum streeft naar duurzame contacten** met individuele scholen, interne cultuurcoördinatoren en leerkrachten. Het ligt voor de hand, dat dit vooral scholen in Dordrecht en (wijde) omgeving zijn, maar door het geven van gastlessen op scholen creëren we ook



een bereik buiten de regio. Het Onderwijsmuseum streeft ernaar om **minimaal 10.000 leerlingen en studenten op jaarbasis in het museum te ontvangen**. Hiervoor zoekt het museum onder andere de samenwerking met vervoersbedrijven, zoals de Waterbus. Hiermee wordt het voor scholen langs de rivieroever makkelijker gemaakt het museum te bezoeken.

Educatie is er ook **buiten de muren van het museumgebouw** in Dordrecht. Bijvoorbeeld via de gastlessen en -colleges, het begeleidend materiaal bij uitleententoonstellingen, in de vorm van lezingen en presentaties, in educatie-adviezen aan derden, in samenwerking met bibliotheken.

Geen museum zonder digitale lijnen naar buiten. **Het Onderwijsmuseum streeft naar een zo groot mogelijk digitaal publieksbereik**: zichtbaarheid in heel het land en ook nog daarbuiten. De website van het museum moet gemakkelijk toegankelijk zijn. Zij moet een duidelijk beeld bieden van de tentoonstellingen, maar ook voldoende inhoud hebben om de volledige collectie naar waarde te schatten. De komende jaren zal tevens worden onderzocht of live-streaming een optie is voor het museum, zodat men ook digitaal een bezoek kan brengen.

Naast dit alles is in de museumshop van het museum educatief materiaal te vinden. Deels gaat het om materiaal van derden, deels zijn het eigen publicaties van het museum. Er is voortdurende vernieuwing. De komende tijd wil het museum voor kinderen van 4-7 jaar een prentenboek uitgeven en voor de wat ouderen een stripboek over de ontwikkeling van het onderwijs.

Productdifferentiatie, daar gaat het niet alleen in de museumshop om. Ook bij de educatieve producten op de museumvloer speelt dit. Als geen ander weet het Onderwijsmuseum dat educatief werk heel fijnmazig dient te zijn. *Fine tuning*, een goede afstemming op de diverse leeftijdsgroepen, het inhaken op specifieke belangstellingsgebieden is essentieel voor een goed resultaat.

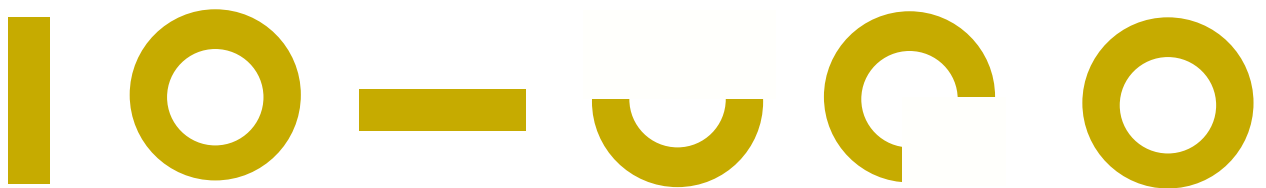


Kennisinstituut: onstluiting van kennis essentieel

Bij het opzetten van tentoonstellingen en educatieve projecten gaat het mede om zorgvuldigheid in de keuze van gebruikte objecten. Die keuze stoelt op **goed onderzoek** en een **nauwkeurige registratie**. Wat is het voor een object? Hoe en waar is het ontstaan? Wie - het persoonlijke verhaal - was de gebruiker? Hoe lang ging het mee? Wanneer raakte het uit de gratie, uit de mode? Zulk soort vragen. En nog andere. Over schoolinrichting, lesmethoden, didactiek, arbeidsvoorwaarden binnen het onderwijs desnoods. De vragen zijn als regel eenvoudiger dan de antwoorden. De grote lijnen en het kleine detail, ze zijn voor de overdracht naar het museumpubliek en andere doelgroepen van het museum even belangrijk.

Het Onderwijsmuseum wil in toenemende mate gelden als kennisinstituut en ook als zodanig bekend staan. Veel kennis is aanwezig en ad hoc leverbaar. Maar in de lange, veelzijdige onderwijsgeschiedenis van Nederland is veel, heel veel nog onbelicht gebleven. Er zijn blinde vlekken in het verleden, lacunes in de kennis. Het Onderwijsmuseum tracht die waar mogelijk zelf te dichten. Veel vrijwilligers zijn daarbij betrokken. Maar de capaciteit is toch beperkt. Het museum stelt haar collectie dan ook graag open voor **wetenschappers en studenten** van alle niveaus om onderzoek te doen en resultaten breed uit te dragen. Jaarlijks begeleidt het museum minimaal twee studenten bij onderzoeken waarbij de collectie bron is.

De in de collectie verborgen kennis over het verleden is belangrijk. Het museum wil echter ook uitdrukkelijk aansluiten bij het heden en vooruitkijken naar de toekomst. **Nieuwe kennis- en onderzoekvelden** dienen zich daarbij aan. Van de voorschoolse opvang tot de digitalisering van het onderwijs, van meertalig lesprogramma's tot de jeugd- en jongerencultuur. Het volgen van recente ontwikkelingen en het daarop aansluitende **actualiseren van de collectie** met nieuwe leermiddelen en

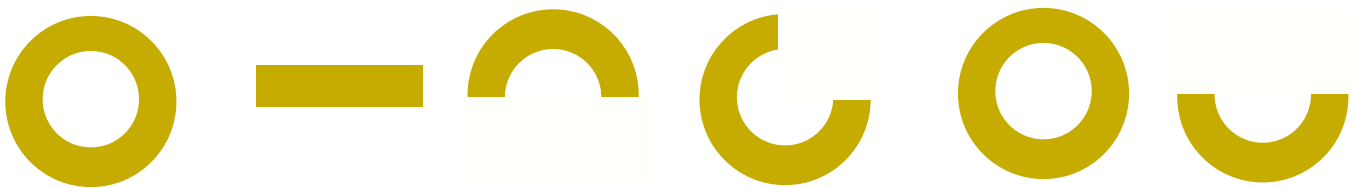


objecten vergen de komende jaren onverminderd aandacht. Het aanvullen van deze zogenaamde **kenniscollectie** wordt gedaan op basis van vragen die bij het museum leven. Opname in de collectie gebeurt alleen als het object niet elders in de Collectie Nederland is te vinden.

Kennis is maar betrekkelijk als zij niet toegankelijk is. Ook voor het Nationaal Onderwijsmuseum is de **ontsluiting van kennis essentieel**. Allerlei vormen van educatie worden daarbij ingezet. Maar ook het leveren van kennis via de eigen website of via die van derden. Een voorbeeld van dat laatste is de website van de Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed, waarmee het Onderwijsmuseum een samenwerking heeft.

Uiteraard, niet alles kan, niet alles moet. Het museum selecteert doelbewust de onderwerpen/objecten en zoekt naar samenwerking met partijen die de missie en visie van het museum versterken. **De komende jaren ontwikkelt het museum daarnaast een aantal initiatieven waarmee het zijn maatschappelijke rol benadrukt:**

- de website Onderwijserfgoed vernieuwen in samenwerking met de Onderwijsinspectie en de Onderwijsraad;
- de presentatie van twee eeuwen verslagen van de Onderwijsinspectie;
- het honderdjarig bestaan van het ministerie van Onderwijs;
- een educatief programma over de onderwijspacificatie, 'de Schoolstrijd'.



collectie: erfgoed als kloppend hart

Als hoeder van het Nederlands onderwijserfgoed heeft het Nationaal Onderwijsmuseum een unieke positie. Het behoud en beheer van een collectie van meer dan 350.000 objecten betekent een voortdurend grote verantwoordelijkheid. De enorme diversiteit in objecten noodzaakt wel tot classificatie. Zo'n 30.000 objecten zijn opgenomen in de zogenaamde **kerncollectie**, een soort top van de pyramide. Dit onderdeel van de collectie is representatief, past in een chronologische tijdlijn, is van hoge kwaliteit en van hoge culturele en/of kunsthistorische waarde. De komende beleidsperiode werkt het museum verder aan het digitaliseren van deze collectie zodat deze uiteindelijk in z'n geheel geregistreerd staat. Relevante deelcollecties maken wij toegankelijk voor publiek op diverse manieren, online en offline.

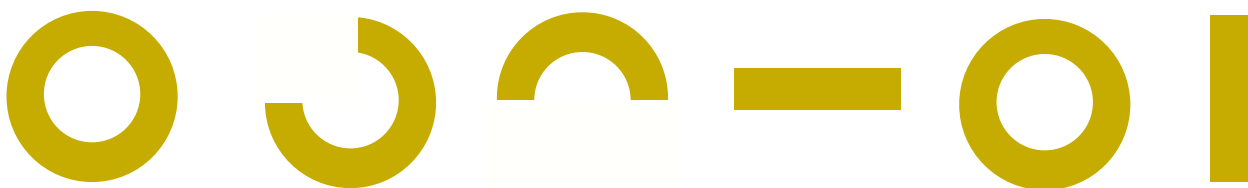
fotografie Thymen Stolk



Het geheel van de collectie vormt het hart van het Nationaal Onderwijsmuseum. Het kloppend hart, **een hart in beweging**. Die beweging stimuleert het museum ook continu: door steeds weer andere objecten in (wissel-)tentoonstellingen op te nemen, door veelvuldige en ruimhartige bruiklenen aan collega-instellingen in binnen- en buitenland. Studie en onderzoek brengen de collectie ook in beweging.

Daarnaast is er beweging door de voortdurende instroom van schenkingen. En door een doelbewust ontzamelbeleid waar we ook de komende jaren mee door zullen gaan. Particulieren, scholen en onderwijsuitgeverijen bieden zeer regelmatig objecten, soms zelfs hele collecties aan. Bij particulieren gaat het dan vaak om jarenlang liefdevol bewaarde objecten, voorwerpen met een eigen verhaal. Uitgeverijen schenken niet zelden cultuurhistorisch erg waardevol materiaal. Het Onderwijsmuseum accepteert en verwerkt ook in de komende jaren **welwillend, doch selectief** schenkingen. Niet alle aangeleverde objecten worden geaccepteerd. Selectiecriteria zijn onder andere kwaliteit en uniciteit en de aanwezigheid van gelijk of soortgelijk materiaal in andere museumcollecties.

Bij een voortdurende instroom van objecten ontkomt het Nationaal Onderwijsmuseum niet aan **uitstroom**, aan **ontzamelen**. Regelmatig wordt de collectie getoetst op haar waarde, haar kwaliteit en vooral op haar actuele of toekomstige gebruiksmogelijkheden. Soms zijn er zoveel objecten van één soort aanwezig dat - in de sfeer van kwaliteitsverhoging - een selectie zinvol wordt geacht. Soms is de conclusie, dat delen van de collectie beter elders kunnen worden ondergebracht. Met de nog steeds gaande herinrichting van de twee depots in Dordrecht wordt per deelcollectie ontzamd. De komende jaren komen zo onder andere de stempelcollectie en de natuurkundecollectie aan bod.



de organisatie: plat, vrijwillig, lerend

Na herstart van het Nationaal Onderwijsmuseum in Dordrecht heeft de organisatie een nieuwe vorm, een nieuwe structuur gekregen. De komende periode (2017 – 2020) wordt die structuur op zijn waarde getoetst en – waar nodig – aangepast of verder verfijnd. In grote lijnen is de organisatie in vier delen te omschrijven:

1. **Een kleine, platte, professionele organisatie.**
2. Daarop aansluitend **een organisatie van vrijwilligers.**
3. Additioneel **een lerende organisatie** met leerlingen, studenten en stagiaires op MBO-, HBO- en universitair niveau.
4. **Een Raad van Toezicht** begeleidt de directeur/bestuurder en zijn werkorganisatie met controle, toetsing en advies.

Projectmatig werken

Medio 2016 had het museum 9,2 medewerkers (fte's) in vaste dienst. Deze personeelsgrootte is bescheiden, maar waarborgt wel de professionaliteit van de organisatie. Voor de periode 2017 – 2020 wordt niet in een uitbreiding voorzien. Het is immers belangrijk, dat de personeelslasten steeds uit regulier beschikbare middelen kunnen worden betaald.

Het museum werkt deels als een **projectorganisatie**. De nadruk ligt op projectmatig werken. In een veelheid van (clusters van) taken worden projectleiders aangewezen. Die zijn in hoge mate verantwoordelijk voor de aansturing van interne en externe medewerkers. Tevens zijn die verantwoordelijk voor de besteding van geld en middelen. Het gaat veelal om heel diverse samenwerkingsverbanden, waarbinnen ook tijdelijke krachten, vrijwilligers, stagiaires en externe partijen kunnen participeren. Binnen de projecten zijn de individuele professionals dus in hoge mate sturend én verantwoordelijk. Door de waaier aan activiteiten en de kleine bezetting wordt van het vaste personeel een **veelzijdige inzetbaarheid en flexibiliteit** verwacht. De **noodzakelijke toetsing** op de voortgang en het resultaat van projecten is uitsluitend voorbehouden aan de directeur/bestuurder en het hoofd publiekszaken/adjunct-directeur.



Vrijwillig werken

Het is bekend, bijna ieder museum is ook een vrijwilligersorganisatie. Het Onderwijsmuseum vormt geen uitzondering en heeft nu al ruim 70 vrijwilligers, groeiend naar **100 vrijwilligers**. Die zijn op alle mogelijke gebieden binnen (en soms ook buiten) het museum actief: collectiebeheer, receptie en ontvangst, horeca, kantoor en technische dienst. Zonder de inzet van vrijwilligers kan het museum gewoonweg niet draaien. Naar schatting nemen de vrijwilligers het werk van zo'n 12 fte's voor hun rekening. De **coördinatie en begeleiding** van de vrijwilligers is in handen van een projectmedewerker (0,5 fte). Aandachtspunten in zijn werk zijn inzetbaarheid, deskundigheidsbevordering en klantvriendelijkheid.

Een **Beleidsplan Vrijwilligers** is leidend voor het vrijwilligersbeleid. Duidelijk is dat er een zeker optimum aan het aantal vrijwilligers bestaat. Onder dat optimum kan het museum niet al zijn taken verrichten; boven dat optimum vormen de vrijwilligers een te zware belasting voor de professionele organisatie.

Rond het vrijwilligersbeleid zijn voor de komende jaren een aantal **concrete doelstellingen geformuleerd**:

- zorgdragen voor **een constante stroom nieuwe vrijwilligers** om het onvermijdelijke verloop op te vangen;
- het opzetten van een **goed werkend systeem voor talentontwikkeling**;
- het vormen van **grotere eenheden**, van vrijwilligersteams, bijv. in de sfeer van acquisitie en het onderhoud van de museumtuin;
- het scheppen van **een goede samenhang** tussen het professionele apparaat en het vrijwilligerscorps.





Lerend werken, werken aan talentontwikkeling

In het Onderwijsmuseum is veel te leren. Het museum wil dan ook mede **een lerende organisatie** zijn, een organisatie waar iedereen gestimuleerd wordt zoveel mogelijk zijn/haar talenten te ontplooiën. Het museum ziet dat als een maatschappelijke verplichting. Dat begint al bij de medewerkers zelf: deelname aan cursussen, studiedagen en workshops en bezoeken aan scholen wordt continue gestimuleerd.

Door zijn gebouw, collectie, inhoudelijke kennis, de aanwezigheid van een restaurant en een winkel zijn er daarnaast op tal van gebieden en op tal van niveaus leer- en studiemogelijkheden. Het museum biedt dan ook een groot aantal **stageplekken** aan. Studenten op HBO- en universitair niveau worden jaarlijks binnen het museum aan afstudeerprojecten geholpen. Met het Da Vinci College is een duurzame relatie aangegaan. Leerlingen/studenten uit die hoek kunnen binnen het museum praktijkervaring opdoen in de sfeer van onderwijsassistent, horeca, gastheerschap (m/v) en facilitaire dienst. Een klas tweedejaars studenten facilitair medewerker helpt elke dinsdag in het museum en krijgen tussendoor les. Met de Pabo-opleiding Dordrecht (onderdeel van InHolland Hogescholen) zijn eveneens vaste contacten over stageplekken. In de komende periode zullen die contacten verder verdiept worden.

Bewaker van de continuïteit

Advies, toetsing, controle: de Raad van Toezicht van het Onderwijsmuseum heeft de rol van welwillend, maar kritisch buitenstaander. De directeur/bestuurder legt aan de Raad verantwoording af. Dat kan soms tot details gaan, maar de belangrijkste taak van de Raad is het mede uitzetten en volgen van **de grote lijnen**: wat wil en moet het Onderwijsmuseum zijn, in hoeverre is het museum op zijn taken toegerust, hoe sterk is de financiële basis van het museum op korte en middellange termijn? Als bewaker van de continuïteit van het museum spelen de Raad van Toezicht als geheel en zijn leden individueel een belangrijke rol. Een rouleringsschema (er is een zittingsduur van maximaal acht jaar) is mede een garantie voor de kwaliteit van het werk van de Raad.

Vriendenvereniging

Organisatorisch neemt de Vriendenvereniging een speciale plaats in. De vereniging fungeert als zelfstandige organisatie. Door haar inzet, bijvoorbeeld bij het leggen van contacten en in het promotionele vlak, zijn er echter nauwe banden met het museum. Met die vereniging bestaat dan ook een warme, synergetische verhouding.



participatie: mensen in een groter geheel

Mensen met elkaar verbinden, mensen zich betrokken laten voelen bij een groter geheel, kansen bieden, samen leven, samen werken. **Participatie heeft vele aspecten.** Terecht, dat er vanuit de particuliere sfeer en de overheid tal van initiatieven worden ontwikkeld om meer binding in de maatschappij te creëren. Iedereen kan een steentje bijdragen. Ook het Nationaal Onderwijsmuseum doet dit vol overtuiging. Bijvoorbeeld door een actief en professioneel ondersteund **vrijwilligersbeleid**. Binnen de grote groep vrijwilligers van het museum zijn mensen van allerlei pluimage te vinden: met een arbeidshandicap, mensen in een herintredingsproject, mensen die de eenzaamheid willen pareren en mensen die bewust een bijdrage aan 'een goed doel' willen leveren of hun kennis willen delen met anderen.

Het Onderwijsmuseum is ook in de sfeer van **stageplekken** actief. Vooral op mbo-niveau is het soms moeilijk stages te verkrijgen. Het museum is een erkend leerbedrijf op diverse studiegebieden met vaste lijnen richting het Da Vinci College. Vanuit die hoek ontvangt het museum regelmatig studenten, die binnen het museum – toch ook een bedrijf - ervaring op de werkvloer kunnen opdoen. Datzelfde geldt voor menig pabo-student en andere jongeren binnen het hbo, die in het museum meelopen.

Participatie speelt zeker in de sfeer van de **ouderen**. Het museum ontvangt regelmatig ouderen in groepsverband. Niet zelden gaat het juist bij die groepen om mensen met een lichte fysieke of mentale handicap. De aard van het museum, de nostalgie die er soms uit naar voren komt, levert als regel een bovengemiddelde herkenningsswaarde op. Door de zorgvuldige en klantgerichte begeleiding van de vrijwilligers van het museum en de mogelijkheden van het restaurant kan aan dit soort groepen een goed ingevuld programma worden geboden. Juist in de onderlinge uitwisseling van herinneringen - ook participatie - ligt de kracht van het museum. Het museum gaat in de komende jaren voor dit soort groepen **aparte arrangementen** aanbieden.



Oudere Nederlanders, **nieuwe Nederlanders**. Het museum werkt af en toe samen met organisaties die een bijdrage leveren aan de integratie van nieuwkomers. Een heel divers gezelschap met - zeker ook qua onderwijs - een zeer verschillende achtergrond. Het museum onderzoekt de mogelijkheid om meer structureel een bijdrage te leveren aan de integratie van bijvoorbeeld vluchtelingen, asielzoekers. Lees- en voorleesprojecten springen daarbij het meest in het oog; de Dordtse Stichting Voorlezen is al een vaste 'inwoner' van het museum. Maar er is - bij onderlinge afstemming - ongetwijfeld meer. Gebouw De Holland leent zich bijzonder voor min of meer bijzondere activiteiten, zoals diploma-uitreikingen en reünies. Het Nationaal Onderwijsmuseum hecht sterk aan zijn maatschappelijke inbedding. Het is duidelijk, dat dit niet beperkt blijft tot burendagen, hoe gewenst ook. De komende jaren zal het museum zijn mogelijkheden rond 'participatie' zeker benutten, soms via een structurele samenwerking met derden, soms – inspeland op de actualiteit – ad hoc.

fotografie Ilse van Donkelaar



financiën: een verdienmodel met vele componenten

De tijd van ongelimiteerde **subsidiestromen** is voorbij. Organisaties in de publieke en culturele sector wordt meer dan ooit gevraagd in hun eigen financiën te voorzien. Het Nationaal Onderwijsmuseum maakt nog steeds dankbaar gebruik van financiële steun vanuit het Rijk (het **Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap**), de **Gemeente Dordrecht** en tal van **sponsors** uit de particuliere sfeer. Het ministerie van OCW hanteert voor de culturele instellingen in de Basis Infrastructuur een norm, waarbij een steeds groter deel van de inkomsten van het museum ook werkelijk zelf gegenereerde inkomsten zijn (ten opzichte van de ontvangen subsidie). Het museum legt zichzelf deze doelstelling ook op en wil in 2020 30% van zijn eigen inkomsten genereren.

In de periode 2017 – 2020 werkt het Onderwijsmuseum verder aan zijn eigen verdienmodel. Daarin vormen de inkomsten door betalende bezoekers de basis, aangevuld met de inkomsten uit het educatieve werk. **Het verder opschroeven van het aantal bezoekers** geldt dan ook als een hoge prioriteit voor de komende jaren. Een element daarin is uiteraard de aantrekkingskracht van de vaste tentoonstelling en de wisseltentoonstellingen. Maar het museum zal ook meer gaan inhaken op allerlei nationale en lokale evenementen, op activiteiten rond de citymarketing van Dordrecht, op activiteiten van andere musea enz. **Samenwerking** met derden is in de komende jaren een belangrijk punt van aandacht.

Cultureel ondernemerschap is breed. Ook het verdienmodel van het Onderwijsmuseum heeft vele componenten. Het museum streeft er naar het **museumcafé** blijvend in eigen beheer te houden. De opbrengsten uit het restaurant, zo blijkt inmiddels, kunnen zich zeker ontwikkelen tot een belangrijke additionele inkomstenbron. Hetzelfde geldt voor de



opbrengsten van de museumshop. Assortimentskeuze verdient daar voortdurend aandacht. Het museum, zo leert de ervaring inmiddels ook, is aantrekkelijk voor de **zaalverhuur**. Bewust zal daarom worden ingezet op de verhuur van zalen, bij voorkeur in de sfeer van onderwijs- en cultuurgebonden activiteiten. De inrichting van de zalen zal in de komende jaren verder worden afgemaakt en toegesneden op de doelgroepen van het museum.

Meer verscholen kan de binnen het museum aanwezige kennis een bijdrage leveren aan het verdienmodel. Aan **advisering** zal in toenemende mate een prijskaartje verbonden zijn, aan het houden van externe lezingen en aan bijdragen op symposia, congressen eventueel ook. **Entreegelden** voor door het museum zelf georganiseerde lezingenreeksen vormen inmiddels een inkomstenbron. Het museum gaat zich beraden hoe te werk te gaan bij de vele mondelinge en schriftelijke vragen vanuit het brede publiek. Het museum heeft klantvriendelijkheid hoog in het vaandel en noemt zichzelf vaak 'het vriendelijkste museum van Nederland'. Iedereen heeft recht op een inhoudelijk goede en adequate reactie op vragen en verzoeken. Maar sommige antwoorden vergen veel tijd van de medewerkers en dus geld. Het museum gaat uitzoeken of er in incidentele gevallen een '**vraagbaakvergoeding**' moet worden gevraagd. Daarnaast wordt er toenemend kritisch gekeken of er een vergoeding gevraagd kan worden voor bruiklenen en grote schenkingen.



Het Nationaal Onderwijsmuseum weet zich inmiddels gesteund door een groot aantal **partners en sponsors**. Tot ver buiten de directe onderwijs sfeer onderkent men het belang van het museum en wil men ook een financiële bijdrage leveren. Sponsoring is wederzijds maatwerk. Het museum werkt met diverse sponsorpakketten. Zo is het mogelijk met iedere sponsor tot een adequate, goed afgestemde overeenkomst te komen. Het totale sponsorbedrag is momenteel nog gering. Het museum streeft er naar de **sponsorgelden op termijn tot 10% van de jaarlijkse inkomsten** te laten uitgroeien.

Meerjarenbegroting 2017 -2020

Het museum werkt aan een gezonde financiële basis. De begroting voor de komende jaren biedt een meerjarenperspectief waarbinnen het museum zich verder kan ontwikkelen. Een groeiende binding met het publiek en de onderwijssector zorgt voor een groeiende financiële onafhankelijkheid. Dat geeft het museum ook de mogelijkheid te anticiperen op toekomstige ontwikkelingen en een financiële basis te leggen voor nieuwe projecten en middelen te reserveren voor vernieuwing.



Inkomsten	2017	2018	2019	2020
Subsidie ministerie van OCW	550.000	550.000	550.000	550.000
Subsidie gemeente Dordrecht	300.000	300.000	300.000	300.000
Entreegelden	170.000	187.000	204.000	221.000
Horeca (incl. catering zaalverhuur)	85.000	93.000	101.000	109.000
Winkel	15.000	17.000	19.000	21.000
Donaties en sponsoring	26.000	26.000	26.000	26.000
Zaalverhuur	15.000	17.000	19.000	21.000
Overige inkomsten	5.000	5.000	5.000	5.000
Bijdrage Vrienden Lessen	3.000	3.000	3.000	3.000
Fondsenwerving	20.000	20.000	20.000	20.000
Totaal	1.189.000	1.218.000	1.247.000	1.276.000
Uitgaven				
Personeelskosten	507.000	517.000	527.000	538.000
Huisvestingskosten	396.000	404.000	412.000	420.000
Algemene kosten	83.000	85.000	87.000	89.000
Accountant en salarisadministratie kosten	14.000	15.000	15.000	15.000
Afschrijving inventaris en hardware	11.000	8.000	8.000	8.000
Afschrijving museale bouw-, inrichtings- en presentatiekosten	25.000	25.000	25.000	25.000
Collectie	6.500	7.000	7.000	7.000
Marketing	38.000	39.000	40.000	41.000
Presentatie	54.000	55.000	56.000	57.000
Educatie	12.500	14.000	15.000	16.000
Totaal	1.147.000	1169.000	1.192.000	1.216.000
Overschot	42.000	49.000	55.000	60.000



Een keuze uit veel meer, 2017 - 2020

Het Nationaal Onderwijsmuseum

- heeft een voortdurend kritische blik naar binnen en een open blik naar buiten;
- stelt inhoudelijke en bedrijfsmatige prioriteiten;
- profileert zich niet alleen als belangrijk nationaal, maar ook internationaal instituut;
- heeft een reëel beleid zoveel mogelijk zelf in zijn financiën te voorzien;
- streeft naar 40.000 tot 50.000 bezoekers in 2020;
- is ambitieus als het kan, realistisch als het moet;

PUBLIEKSBEREIK / MARKETING / COMMUNICATIE

- zet het museum neer als begrip, als merk binnen het onderwijsveld;
- gaat door met een uitgekiend doelgroepenbeleid;
- bindt met name brede lagen van het onderwijs aan zich;
- realiseert zijn communicatie- en marketingbeleid samen met derden;
- verhoogt het publieksbereik ook via online media;
- zoekt kansen in Dordrecht, de Drechtsteden en wijde omgeving;
- volgt zijn inspanningen en resultaten voortdurend via een goede monitoring;
- ze ook in op buitenlandse bezoekers vanaf 2019;
- gaat door met het werven en binden van partners en sponsors;

TENTOONSTELLINGEN

- geeft in 2017 een verdiepende tentoonstellingscatalogus uit;
- past zijn vaste en semi-permanente tentoonstellingen twee keer per jaar aan;
- organiseert in een vast ritme wisseltentoonstellingen (6 in de komende beleidsperiode);
- doet onderzoek naar en verhoogt het verrassend persoonlijke in zijn presentaties;
- baseert zijn themakeuzes op voorafgaand publieksonderzoek;
- kiest soms ook voor verfijnde presentaties voor een kleiner publiek;
- streeft buiten haar poorten naar een grote collectiemobiliteit;
- werkt aan een optimale digitale toegankelijkheid van de getoonde objecten op zaal;
- organiseert in 2017 een groot internationaal congres over onderwijsgeschiedenis;

EDUCATIE

- past zijn educatie, in zowel inhoud als presentatie, nauwkeurig op de diverse doelgroepen aan;
- werkt niet aanbod gericht, maar vertrekt vanuit de behoeftes van het onderwijs;
- streeft naar een duurzame relatie met individuele scholen en onderwijsinstellingen;
- bereikt op jaarbasis minstens 10.000 scholieren en studenten;
- slaat in zijn educatief werk ook digitale wegen in;
- zoekt haar educatief werk ook buiten de fysieke muren van het museum in Dordrecht;

KENNIS	<ul style="list-style-type: none"> • wil in toenemende mate als kennisinstituut gelden; • acht de ontsluiting van zijn kennis essentieel; • sluit aan op nieuwe kennis- en onderzoeksvelden; • vult gericht zijn kenniscollectie aan met nieuwe objecten; • stelt zijn collectie open voor wetenschappers en studenten;
COLLECTIE	<ul style="list-style-type: none"> • heeft in 2020 de kerncollectie 100% geregistreerd; • streeft naar een collectie in beweging en leent ruimhartig uit; • gaat welwillend, doch selectief om met schenkingen; • koppelt zijn collectie wanneer mogelijk aan de actualiteit; • hanteert een welbewust ontzamelingsbeleid; • sluit zich aan bij de website van de Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed;
ORGANISATIE	<ul style="list-style-type: none"> • toetst zijn nieuwe structuur op zijn waarde, verfijnt en past waar nodig aan; • werkt als projectorganisatie; • toetst de projecten op voortgang en resultaat; • vraagt van zijn beperkt aantal professionals inzetbaarheid en flexibiliteit; • breidt het aantal vrijwillige medewerkers tot honderd uit; • zorgt voor een goede samenhang tussen de vrijwilligers en de professionals; • zet een goed werkend systeem voor talentontwikkeling bij vrijwilligers op; • faciliteert de Raad van Toezicht zodanig, dat die op goede wijze zijn werk kan doen;
PARTICIPATIE	<ul style="list-style-type: none"> • richt zich op maatschappelijk inbedding in en buiten Dordrecht; • bouwt het museum verder uit als leerbedrijf; • biedt een professioneel ondersteund vrijwilligersbeleid; • ontwikkelt speciale arrangementen voor ouderen; • levert bijdragen aan de integratie van nieuwe Nederlanders;
FINANCIËN	<ul style="list-style-type: none"> • genereert zelf tenminste 30% van zijn inkomsten; • ziet het opschroeven van het bezoekersaantal als een hoge prioriteit; • houdt de horeca in eigen beheer; • stimuleert de verkoop in de eigen museumshop; • zet krachtig in op zaalverhuur, aan met name onderwijs-gerelateerde organisaties; • gaat voor adviezen kosten in rekening brengen; • streeft naar verhoging van sponsorgelden tot 10% van de inkomsten.