

# Maatschappelijk profiel AHM en Amsterdam Museum



Opdrachtgever	Marijke Oosterhuis & Annemarie van Eekeren, gedelegeerd vanuit de PC.
Auteur projectplan	Mirjam Sneeuwloper & Annemarie van Eekeren
Datum opgesteld	23 juni 2014

## 1. Inleiding

Vanuit de samenwerking Amsterdam Heritage Museums is enige tijd terug de wens ontstaan een helder maatschappelijk profiel te ontwikkelen. In deze samenwerking is het Amsterdam Museum een stadsmuseum en werkt vanuit dat idee al jaren aan verschillende projecten om naast de reguliere museumbezoeker ook de bewoners van Amsterdam te betrekken. Ook voor de andere musea is de ontwikkeling van het maatschappelijk profiel een logische gevolg vanuit de missies en eerdere activiteiten.

Sinds 2010 werkt het Amsterdam Museum samen met Ons' Lieve Heer op Solder en het Bijbels Museum in het verband Amsterdam Heritage Museums (AHM). Hoewel dit oorspronkelijk een samenwerking in de backoffice betreft wordt ook in toenemende mate samengewerkt in programmering, daar waar het past.

Door verschillende sessies in de afgelopen periode binnen en buiten de PC is er een maatschappelijke waarde gekozen. Het profiel moet vervolgens concreet vorm en kleur krijgen, door de keuze van een aantal programmalijnen<sup>1</sup> en de uitwerking daarvan in een meerjarenplan.

De programmalijnen moeten er voor zorgen dat de komende jaren gericht aan het profiel gewerkt kan worden. Ze vormen het kader om projecten op te starten (dan wel af te stoten) en activiteiten van het museum die hierop al aansluiten te integreren.

Uitgangspunt bij de programmalijnen en het meerjarenplan is de ontwikkeling van productformats in het Amsterdam Museum. De programmalijnen kunnen later voor andere locaties ingezet worden en zo ontwikkeld worden dat ze ook voor andere museale instellingen bruikbaar worden. Er wordt gestreefd naar een vermindering van kosten door reeds ontwikkelde producten her te gebruiken en generiek (door) te ontwikkelen.

---

<sup>1</sup> Een programmalijn is een mix van events, exposities, verzamelen, digitaal museum en is duurzaam.

## 2. Aanleiding maatschappelijke profiel AHM en Amsterdam Museum

Maatschappelijke doelstellingen, blijkt uit een inventarisatie uit 2013, zijn diep geworteld in het wezen van de Amsterdam Heritage Museums. Tijdens de inventarisatie is gekeken naar de activiteiten die de musea ondernamen waarbij zij het volgende maatschappelijke doel uitdragen:

**Een toegankelijk museum dat de binding met en tussen de verschillende bevolkingsgroepen vergroot en functioneert als ontmoetingsplek .<sup>2</sup>**

De hoeveelheid activiteiten bleek enorm: van participatietentoonstellingen tot outreachprogramma's, vrijwilligersprojecten, Nederlands tweede taalprogramma's, samenwerking met maatschappelijke organisaties, van meer diversiteit in de organisatie tot het ontwikkelen van een online community.

De zogenaamde maatschappelijke drive, zeker sinds de jaren '70 van de vorige eeuw, is groots aanwezig. Echter veranderingen in de huidige maatschappij zorgen ervoor dat we opnieuw hiernaar kijken. Kan het met nog meer wederkerigheid? Wat kunnen we bijdragen? Voor elkaar betekenen? Hoe zorgen we ervoor dat we er zijn voor iedereen, dus niet alleen voor de traditionele museumbezoeker of schoolgaande kinderen maar voor de hele gemeenschap? Betrekken we iedereen? Staan relaties centraal genoeg? Kunnen we werken vanuit co-creatie? En doen we dat op een manier die past bij het nu?

De museumvereniging heeft in de publicatie 'Meer dan waard'<sup>3</sup> vijf verschillende waarden genoemd die samen de maatschappelijke betekenis van musea duiden. Het zijn: collectiewaarde, verbindende waarde, educatieve waarde, belevingswaarde en economische waarde. In de publicatie wordt geadviseerd te werken aan een sterker maatschappelijk profiel door een (of twee ) waarden als uitgangspunt nemen en je daarop stevig te profileren.

In de Programma Commissie, maart 2014, is voorgesteld het Amsterdam Museum als proeftuin te nemen voor de Amsterdam Heritage Musea. In diezelfde PC is vrijwel unaniem gekozen voor de verbindende waarde als belangrijkste maatschappelijke waarde voor het Amsterdam Museum. Deze waarde is al goed verwoord in visie 2020 als missie van het Amsterdam Museum.

***"In 2020 is het Amsterdam Museum een open en toegankelijk museum zijn die de binding met en tussen de verschillende Amsterdamse bevolkingsgroepen vergroot en functioneert als 'ontmoetingsplek' van de stad"***

De PC heeft opdracht gegeven de verbindende waarde verder uit te werken in programmalijnen en daarbij de wens geuit dit aan te laten sluiten bij de huidige veranderende maatschappij. Verzocht werd om een open denkmodel, een participatie/presentatie format dat zich on- en offline manifesteert en een helder profiel heeft.

In de PC zijn zes voorbeelden van mogelijke programmalijnen gepresenteerd: **Meetingpoint**, over (h)erkenning en identiteit, het meer experimentele **Happy Urban Life**, uitgaande van de waarden van sustainisme, **JAM**, over jongvolwassen en hun talentontwikkeling, **Social Bridging**, waarbij het gaat

---

<sup>2</sup> In de drie ondernemingsplannen van het Amsterdam Museum, het Bijbels Museum en Museum Ons' Lieve Heer op Solder, de Amsterdam Heritage Museums, wordt gesproken over de maatschappelijke doelstellingen die de musea nastreven. Op meta-niveau komen deze overeen en zijn te bundelen tot deze kern.

<sup>3</sup> <http://www.museumvereniging.nl/Portals/0/Meer%20dan%20waard.pdf>

over de verbinding tussen bestaande netwerken, **Top 40**, een lijn die onderzoekt of we kunnen gaan van laagdrempelig naar geen drempel en **Leer Meer**, een bundeling van activiteiten die zich richt op lifelong learning.

### 3. Doelstelling en aanpak programmalijnen

#### Doelstelling

Een sterk maatschappelijk profiel te ontwikkelen voor de Amsterdam Heritage Museums dat bijdraagt aan het doel: **een toegankelijk museum dat de binding met en tussen de verschillende (Amsterdamse) bevolkingsgroepen vergroot en functioneert als ontmoetingsplek (van de stad).**

Op basis van dit profiel productformats ontwikkelen voor het Amsterdam Museum, die later voor de andere locaties van de AHM doorontwikkeld en ingezet worden. Doel van deze formats is om vooral communities aan te spreken en deze nog beter en meer te betrekken bij het museum op basis van wederkerigheid.

#### Aanpak

De werkgroep stelt voor scherp te kiezen en maximaal 2 programmalijnen uit te werken voor de periode 2015-2017. Daarbij wordt één programmalijn prominent uit gewerkt: **Meeting Point- Ontmoet Amsterdam**<sup>4</sup>. Veel van de activiteiten die het Amsterdam Museum onderneemt op basis van de verbindende waarde kunnen vallen onder deze lijn. Het invoeren van Meeting Point – Ontmoet Amsterdam zorgt voor een focus, externe herkenbaarheid en verplaatst het veelal eenmalige karakter van de activiteiten naar een duurzaam meerjarenprogramma.

Tegelijkertijd willen we langzaam starten met een programmalijn (low profile) die wezenlijk anders is: **Happy Urban Life**<sup>5</sup>. Daar waar Meetingpoint – Ontmoet Amsterdam op identiteit, herkenning en erkenning, identiteit van groepen Amsterdammers gericht is, is Happy Urban Life meer gericht op de (autonome) veerkracht en creativiteit van de stad en haar bewoners. Denk hierbij aan postzegelparkjes, repaircafes, samen koken etc. Door te experimenteren vanuit een programmalijn die gebaseerd is op de waarden van sustainisme voeren we een meer experimentele, innovatieve lijn in.

Beide lijnen beogen het Amsterdam van vandaag te tonen, te onderzoeken en te ontmoeten! Om zo te zorgen voor een open een toegankelijk museum dat als ontmoetingsplaats functioneert.

Noodzakelijk voor een scherp maatschappelijk profiel, is de interne inbedding van deze programmalijnen. Inhoudelijk betekent dit dat er een heldere relatie uitgewerkt moet worden met (eigentijds) verzamelen. Daarnaast is communicatie van het maatschappelijke profiel voorwaarde nummer 1. Het is belangrijk om een helder verhaal te communiceren, waarbij niet alleen de activiteiten en producten van groot belang zijn, maar ook naamsbekendheid en publieksbereik.

---

<sup>4</sup> Meetingpoint – Ontmoet Amsterdam is een werktitel. Andere optie is: Studio Ontmoet Amsterdam. Voor de andere instellingen kan wellicht gewerkt worden met Ontmoeting.

<sup>5</sup> Happy Urban Life is een werktitel.

#### 4. Programmalijn Meetingpoint – Ontmoet Amsterdam

##### **Kernwoorden: (h)erkenning, identiteit, podium**

Meetingpoint gaat over de droom dat elke museumbezoeker zich herkent in het museum en zich erkent voelt.

De programmalijn zorgt ervoor dat de waaier van diversiteit die er is in een stad (land) gerepresenteerd wordt in het museum<sup>6</sup>, digitaal en/of op diverse plekken in de stad. Hierdoor wordt het museum toegankelijker voor een breder publiek en opener want we doen het samen met communities. Het museum heeft een podiumfunctie: erkenning. Daarnaast is herkenning belangrijk. Herkenning zorgt ervoor dat zij zich verbonden voelen met het museum.

De lijn bouwt verder op de reeds opgedane kennis en aanwezige expertise in het museum deze bundelt en ruimte open laat voor nieuwe ontwikkelingen.

De programmalijn sluit aan bij specifieke communities in de stad en bij al bestaande events, bijeenkomsten, herdenkingen, feesten vieringen etc. Denk hierbij aan Gay Parade, Stille Omgang en Kwakoe, maar ook bekeringsdag of Keti Koti. Kortom we sluiten aan bij bestaande initiatieven en bieden historische context of podium, of verzamelen eigentijdse stadscultuur.

De lijn is een groeimodel. Vanuit het museum worden impulsen gegeven vanuit verschillende teams, netwerken verbonden en succesvolle initiatieven uit het recente verleden worden daar waar mogelijk opnieuw ingezet. Denk bijvoorbeeld aan de succesvolle registratie van Keti Koti in 2013 en de bijbehorende verzamelde verhalen, de co-creatie tentoonstellingen Turkse Pioniers in Amsterdam en events als een iftarmaaltijd, de bijdrage aan Wereldheidsdag met een herdenking en een kleine presentatie of een succesvolle themasite als Het Geheugen van Oost. Daarnaast moet er heel bewust zogenaamde lege plekken worden ingebouwd om hier participatie / co-creatie te verwezenlijken.

In de doelstelling is te lezen dat productformats worden ontwikkeld. Dit is echter niet wenselijk, een one-size-fits-all model verwaarloosd de input van de specifieke gemeenschappen waarmee we samenwerken. In plaats daarvan heeft Meetingpoint – Ontmoet Amsterdam een aantal verschillende middelen tot zijn beschikking. Deze middelen worden ingezet daar waar passend.

---

<sup>6</sup> Het museum hoeft niet perse een tentoonstelling te zijn. Het kan ook in de vorm van een event, een lezingenreeks, het digitaal museum (hart), op locatie in de stad, aansluiting op het eigentijds verzamelbeleid of het beschikbaar stellen van een ruimte in het museum etcetera.

## Middelen in te zetten bij de Meetingpoint – Ontmoet Amsterdam

- Mobiele Studio voor het verzamelen van stadsverhalen op locatie
- Aansluiting bij eigentijds verzamelbeleid
- Presentatieruimte in het museum (huidige zaal 14 en 15) tevens in gebruik als ontmoetingsplek binnenin het museumgebouw
- Digitaal museum (incl. verhalen sites)
- Kleine pop-up presentaties, interventie mogelijkheden in de vaste opstelling
- Organisatie van events in het museum en op locatie (in samenwerking met)

## Producten opgeleverd vanuit de programmalijn Meetingpoint – Ontmoet Amsterdam

De programmalijn gaat over (h)erkenning en identiteit daarom wordt de inhoud van de culturele producten samen bepaald met leden van verschillende communities, vrijwilligers en museummedewerkers vanuit verschillende team. Samen kijken we welke mix van middelen het beste aansluit.

### Mobiele Studio<sup>7</sup>

- Twee a drie keer per jaar neerstrijken in de stad bij bestaande events voor het verzamelen van stadsverhalen
- De mobiele studio moet ontwikkeld worden, verplaatsbaar zijn, en geschikt voor foto, film, audio, artist impressies, stripprapportage, eigentijds verzamelen etc.
- De mobiele studio is een herkenbaar in de stad als uiting van de programmalijn Meetingpoint – Ontmoet Amsterdam

### Presentatieruimte / Ontmoetingsplek in het Amsterdam Museum

- De presentatieruimte / ontmoetingsplek in het museumgebouw krijgt wisselende presentaties ontwikkeld met en door een specifieke community en/of content vanuit de mobiele studio. De frequentie hangt af van actualiteit en input van buitenaf.
- De presentatieruimte heeft een vaste titel, bijvoorbeeld: *Ontmoet Amsterdam presenteert ... of Studio Ontmoet Amsterdam presenteert... (...Bekeerd, Keti Koti, Turkse Pioniers, Zwarte Piet. Om enkele voorbeelden uit het recente verleden te plaatsen).*
- De ruimte is voorzien van meubilair dat geschikt is voor het maken van tijdelijk presentaties rondom (h)erkenning en identiteit. Er is een vaste vormgeving op zaal en er zijn diverse bouwstenen om de ruimte aan te laten sluiten bij het onderwerp en de wensen van de community. Denk hierbij aan een zg. praattafel met objecten, vertonen van audio, video, platmateriaal, registratie mogelijkheden en een combinatie met online.
- Het betreft zowel een presentatieruimte als ontmoetingsplek daarom is er altijd een vrijwilliger en is de ruimte geschikt voor groepen om bij elkaar te komen en wat te drinken / eten.

---

<sup>7</sup> De mobiele studio is zo ontworpen dat deze niet enkel voor Meetingpoint – Ontmoet Amsterdam gebruikt kan worden maar ook voor andere events van het museum (denk bijvoorbeeld aan N8, of bij een tijdelijke tentoonstelling).

### **Zichtbaarheid programmalijn Online**

- Zichtbaar voor bezoekers en communities zijn de verschillende activiteiten die vallen onder Meetingpoint – Ontmoet Amsterdam.
- Online interactie vindt plaats op platforms die al in gebruik zijn door de communities (kan wisselend zijn: fb, vimeo, youtubekanaal, etc) of via 't Hart en de verhalenites van het Amsterdam Museum.

### **Jaarlijks event Ontmoet Amsterdam**

- Eén keer per jaar organiseren we samen met het netwerk, de verschillende communities, een open event in het Amsterdam Museum. Doestelling van dit event is om de verschillende groepen met ons en met elkaar te verbinden en alle mogelijke geïnteresseerden op de hoogte brengen van het AM als ontmoetingsplek voor de stad.



## 5. Programmalijn Happy Urban Life

**Kernwoorden: empowerment, verantwoordelijk, inclusief, samenwerken, (veer)kracht van de stad, platform**

Happy Urban Life<sup>8</sup> gaat over de droom dat het museum zich aanpast aan de nieuwe fase van de huidige maatschappelijke en culturele ontwikkeling om zo een verbinding te maken met een grote groep stadsbewoners.

De programmalijn zorgt ervoor dat de verandering die er gaande is in de stad (land) geïncorporeerd wordt in het museum<sup>9</sup>, digitaal en/of op diverse plekken in de stad. Er ontstaat ruimte voor experiment en innovatie die tot stand komt in een dynamische uitwisseling van stadsbewoners en museummedewerkers. Hierdoor bevindt het museum zich meer in het nu en creëert daardoor kansen om toegankelijker te zijn voor een breder publiek. Kortom we gaan het experiment aan door de buitenwereld binnen te halen.

De lijn sluit aan bij stadsbewoners die georganiseerd zijn in bedrijfjes, stichtingen, verenigingen of losse samenwerkingsverbanden die tot doel hebben leefbaarheid in de stad en de binding met elkaar te vergroten. Het sluit aan bij de waarden van sustainisme<sup>10</sup>: verbondenheid, menselijke maat, (ecologische) duurzaamheid, delen. Happy Urban Life richt zich op de (veer)kracht van de stad.

Een vast vooraf opgesteld plan werkt niet in deze lijn. Het museum moet juist inspelen op wat partners, stadsbewoners, sleutelfiguren in de stad aandragen. Het museum nodigt mensen uit om actief te participeren, doet dat binnen het kader van Happy Urban Life en sluit aan bij de wens dat het museum als ontmoetingsplek fungeert en de verbinding aangaat.

Doel van deze gesprekken is om samen met deze 'stadmakers' tot een vorm te komen waarin de stad van nu, in het Amsterdam Museum gerepresenteerd kan worden en (eventueel) verzameld. Van belang daarbij is dat de vorm in duurzame en dus herbruikbare formats gegoten kan worden.

---

<sup>8</sup> Happy Urban Life is een werktitel. Een suggestie is om de programmalijn Onderstroom te noemen, maar het advies is om het meer een positieve connotatie mee te geven.

<sup>9</sup> Het museum hoeft niet perse een tentoonstelling te zijn. Het kan ook in de vorm van een event, een lezingenreeks, het digitaal museum (hart), op locatie in de stad, aansluiting op het eigentijds verzamelbeleid of het beschikbaar stellen van een ruimte in het museum etcetera.

<sup>10</sup> <http://www.nytimes.com/2011/01/10/arts/10iht-design10.html?ref=arts>