



Aanpak herinrichting en herpositionering Hof van Nederland

Februari 2020

Inleiding

Het Hof van Nederland is geopend in april 2015 op koningsdag nieuwe stijl. Het is onderdeel van de ontwikkeling van het Hofkwartier waartoe ook het Dordrechts Museum (gereed 2010), The Movies (gereed 2013) en de Kloostertuin (gereed 2009) behoren. Het museum ontvangt momenteel gemiddeld 20.000 bezoekers per jaar. Bij de opening van het Hof in 2015 is afgesproken om na enkele jaren het Hof van Nederland te evalueren en zo nodig aanpassingen te verrichten. Hiervoor is destijds een bedrag van 515.000 euro gereserveerd.

De evaluatie heeft inmiddels plaatsgevonden en een voorstel tot aanpassingen, binnen de gereserveerde gelden, treft u aan in dit stuk.

Bij de start van het project is ingeschat dat het Hof gemiddeld 40.000 bezoekers per jaar zou trekken. Inmiddels kunnen we constateren dat deze inschatting te optimistisch is. Door het doen van aanpassingen en het opnieuw vermarkten van het Hof (herpositioneren) zal de belangstelling toenemen en zullen de bezoekersaantallen stijgen tot circa 30.000 bezoekers per jaar.

De afgelopen jaren zijn de inzichten over historische musea en de verwachtingen van museumbezoek door bezoekers gewijzigd. Waar eerst nog werd verwacht dat meer diepgang zou leiden tot minder bezoekers, wijst de praktijk uit dat juist in Het Hof van Nederland meer uitleg gewenst is. Duiding van het verleden wordt gewaardeerd door onze bezoekers, zoals onder meer blijkt uit het programma 'Ode aan de Synode' en de tentoonstelling 'Werk, bid & bewonder'. Bezoekers zijn betrokken en geïnteresseerd en een hoog percentage kiest voor meer achtergrondinformatie door het aanschaffen van de catalogus. Deze kennis over de wensen van de bezoeker willen we inzetten in Het Hof van Nederland.

Bezoekers verwachten steeds meer een beleving of 'experience' in het museum. Een overkoepelend verhaal met een centraal thema is daarvoor cruciaal. De Eerste Vrije Statenvergadering in het Hof is een gebeurtenis van nationaal belang, maar de bezoeker ervaart te weinig context om de film te kunnen plaatsen in de tijd en op de plek. Dit komt onder meer omdat de zes gepresenteerde onderwerpen nu geen groter en algemeen verhaal over de stad en de plek vertellen. Het gevoel van beleving kan daarom worden vergroot door het toevoegen van het verhaal over het gebouw: 'het Hof spreekt'. Daarnaast wordt de Dordtse geschiedenis gekoppeld aan het nationale verleden met een focus op de Statenvergadering van 1572 en de Synode van 1618/19.

De positionering zal er dan meer zo uit gaan zien:

In Het Hof van Nederland ontdek je welke belangrijke rol Dordrecht, als de oudste stad van Holland, heeft gespeeld in onze nationale geschiedenis. Als plaats van herinnering voor de Nederlandse geschiedenis. Als gaststad van 2 historische vergaderingen, met verstrekkende gevolgen: de Eerste Vrije Statenvergadering in 1572 en de Synode van Dordrecht in 1618-1619. Als plek waar generaties lang is vergaderd en samengekomen, tot op de dag van vandaag.

Het gebouw zelf krijgt meer aandacht. Zoals Wim Pijbes tijdens de slotbijeenkomst van het Europees Jaar van het Cultureel Erfgoed in december 2018 zei: Monumenten dragen verhalen in zich, zorgen voor een 'sense of place'. Het Hof van Nederland is een van de weinige gebouwen in Nederland die dit gevoel kan oproepen bij het publiek. Bezoekers gaan meekrijgen dat het Hof een 'lieu de memoire' is. Dat het oude klooster al eeuwenlang in het hart van Dordrecht staat en dat de hele geschiedenis vanaf het ontstaan in 1275 als het ware aan het gebouw voorbij is getrokken. Door middel van een audiotour krijgt de bezoeker deze geschiedenis te horen.

Nu is de tijd voor aanpassingen. Het Sociaal Cultureel Planbureau presenteerde eind juni het rapport 'Denkend aan Nederland' waarin Nederlanders 'vrijheid' zien als een van de kernwaarden van de Nederlandse identiteit. Bovendien wil de Nederlandse regering inzetten op de historie van Nederland en jongere generaties laten leren over gebeurtenissen, waarden en tradities met verhalen aan de hand van Cultureel Erfgoed.

In Het Hof van Nederland zullen we deze ontwikkelingen vertalen naar de museale praktijk. We zullen schoolklassen en gezinnen beter bedienen in de vaste opstelling door in alle zalen rekening te houden met de beleving van kinderen. Daarnaast weten we dat de 'grijze golf' regelmatig een museum bezoekt en steeds meer geïnteresseerd raakt in de eigen geschiedenis. Er is steeds meer belangstelling voor het 'nationale verhaal', dat zien we nu ook weer duidelijk bij het aantal bezoekers bij de tentoonstelling 'Werk, bid en bewonder' (50.000 bezoekers).

Verder zal Het Hof van Nederland aanhaken bij het Canonnetwerk, een netwerk van musea waar zich objecten van nationale betekenis bevinden. Het oormerken van en vertellen over unieke historische objecten uit Dordrecht die een nationaal verhaal vertellen sluit aan bij het geschiedenisonderwijs. Tot slot neemt het museumbezoek in zijn algemeenheid en in Dordrecht toe. Dit biedt kansen waar niet alleen het Dordrechts Museum en Huis Van Gijn van kunnen profiteren maar ook Het Hof van Nederland.

Inhoudelijke focus

Het onderscheidende element van het Hof is de uniciteit en authenticiteit van de plek. Om dat te benadrukken is een film gemaakt die staat als een huis, maar te weinig context biedt. In het Hof voegen we een nieuwe verhaallijn toe over het gebouw zelf, en over de twee gebeurtenissen die Dordrecht historisch op de kaart hebben gezet: de Eerste Vrije Statenvergadering en de Synode. Beiden gebeurtenissen vonden plaats in Dordrecht, in en om het Hof, en hadden landelijk grote gevolgen voor de kernwaarden in de hedendaagse maatschappij: vrijheid en tolerantie. Daarin onderscheiden we de volgende thema's – die aanhaken bij de Dordtse en Nederlandse geschiedenis:

- Vrijheden (privileges) in de Middeleeuwen (Gouden Eeuw van Dordrecht)
- Vechten voor de Nederlandse vrijheden tijdens de Tachtigjarige Oorlog (Eerste Vrije Statenvergadering)
- Praktijk van vrijheid en tolerantie in de Republiek (Synode van Dordrecht)
- Vastleggen en bevechten van vrijheden toen en nu

Daarnaast is in de 'tijdelijke' tentoonstellingsruimte een 'schatkamer van het archief' gerealiseerd waarin we bijzondere schatten tentoonstellen. Deze presentatie wisselt ieder jaar en krijgt een thema mee.

Verbreding doelgroep

Het Hof springt in zijn huidige vorm niet voldoende in op gezinnen en schoolklassen. Zo is de tone of voice in het Hof te veel op volwassenen gericht en zijn er teveel digitale middelen. Hierdoor lopen we twee doelgroepen mis: het onderwijs en gezinnen. In de nieuwe situatie maken we het Hof ook toegankelijk voor deze groepen. Dit doen we in aansluiting op 'het Hof spreekt' en door in te zetten op analoge spel(vormen) – spellen die op zaal worden gespeeld. Zowel gezinnen als schoolklassen wordt gevraagd mee te denken met het Hof, want die is soms delen zijn geheugen kwijt. De spellen zijn uitdagend, stimuleren tot samenwerken en inspireren tot herhaalbezoek.

De bezoekerservaring wordt meer een beleving met een educatief karakter. Door toevoeging van storytelling en een spelconcept, gaat het Hof zich meer richten op familiebezoek en

onderwijsgroepen. Een verteller (het Hof) neemt de bezoeker mee terug in de tijd. Het gebouw zorgt als personage voor het cement tussen de verschillende thema's en brengt het de gebeurtenissen dichterbij door het persoonlijk te maken.

Om het museum geschikt te maken voor familiebezoek, worden in diverse zalen spelelementen ingezet om de bezoekers meer actief te betrekken bij de verhalen. De spelelementen verdiepen de ervaring in het museum, versterken de lerende werking, dragen bij aan de diversiteit van overdrachtsmiddelen, zorgen voor interactie tussen de bezoekers onderling/binnen de familie en stimuleren herhaalbezoek. Dit vergroot de beleving van de bezoeker. De spelelementen zijn bovendien voornamelijk analoog van vorm, en worden slechts op sommige punten digitaal ondersteund.

Nieuw onderwijsaanbod

Voor het basisonderwijs zetten we de lijn van aansprekende programma's door, en worden de huidige programma's aangepast aan de nieuwe presentatie.

Het Hof is als het historische museum van Dordrecht nu niet aangesloten bij de Canon van Nederland. In de nieuwe situatie zullen zowel het Hof als het Dordrechts Museum zich aansluiten bij het Canonnetwerk, een netwerk van musea met Nederlandse topstukken die behoren tot de historische Canon.

Er wordt aangesloten bij 4 tot 6 canonvensters voor het basisonderwijs en de programma's zijn zoveel mogelijk lesstof vervangend. De belangrijkste canonvensters zijn: Willem van Oranje (Wilhelmus) en Statenbijbel. De gesprekken zijn in een vergevorderd stadium en de verwachting is dat we in 2020 kunnen aansluiten.

Voor het voortgezet onderwijs wordt een educatief programma ontwikkeld dat aansluit bij de leerstof, waarbij identiteit, burgerschap, vrijheid en tolerantie belangrijke elementen zijn. Hiermee zet het museum zijn geschiedenis en identiteit in voor een dialoog over hedendaagse, maatschappelijke thema's. Het Hof van Nederland leent zich bij uitstek om te praten over actuele onderwerpen als tolerantie en (religieuze) diversiteit. De leefwereld van de jongeren wordt zo verbonden met de identiteit en het verleden van het museum.

Horeca

Om de zichtbaarheid van het Hof en het Hofplein te vergroten, zouden wij graag meer leven op het plein willen brengen. De locatie is prachtig, midden in de historische binnenstad, en is alleen al een bezichtiging waard. In de huidige situatie wordt het gebouw en het plein echter onvoldoende gevonden door bezoekers en toeristen.

Daarom stellen wij voor de ruimte van de entree en de horeca met elkaar te wisselen en de horeca uit te breiden met een terras op het plein. De horeca zal sociaal-maatschappelijk worden ingevuld. De inrichting van de buitenruimte en het daarbij creëren van een terras zal in nauw overleg plaatsvinden met belanghebbenden en omwonenden. Daarnaast kijken we naar de invulling en aankleding van het plein, o.a. door een duidelijkere entree voor het museum te maken en geregeld een installatie toe te voegen die publiek trekt (zoals de robotarm tijdens Ode aan de Synode).

Campagne

We moeten het Hof weer op de kaart zetten. Waarbij we ons richten op bewoners in de regio (groot) en landelijke toeristen/dagjesmensen, met daarnaast een focus op het onderwijs en de doelgroep families. Rond en na de opening wordt stevig ingezet met een landelijke campagne. Daarna zullen we jaarlijks Het Hof onder de aandacht blijven brengen met een gedegen communicatie-aanpak. Evenementen zorgen voor diverse communicatiemomenten, maar ook de aansluiting bij landelijke

initiatieven zoals de Tolerance Trail en het Canonnetwerk biedt diverse promotionele mogelijkheden. Daarnaast zal Het Hof centraal blijven staan bij de viering en herdenking van 19 juli 1572.

Wat betekent dit voor de inrichting

Globaal gezien: De inhoud van de presentaties en de publieksbegeleiding zal zich richten op drie onderdelen; het gebouw, de Tachtigjarige Oorlog en vrijheid en tolerantie. De Eerste Vrije Statenvergadering in 1572 en de Synode van 1618/19 krijgen meer ruimte, omdat deze gebeurtenissen het beste aansluiten bij de nationale geschiedenis. De thema's over Huis Ter Merwede, de watersnoodramp van 1953 en industrie komen daarmee te vervallen.

Er komt een nieuwe route door het museum, omdat de huidige route voor bezoekers verwarrend werkt. In alle zalen komt meer diversiteit in de presentatiemiddelen. De informatie/boodschappen van de getoonde objecten wordt niet meer alleen via tekst, maar ook via audio en actieve elementen aangeboden.

Per ruimte:

Op het plein begint de eerste opvallende kennismaking. Daar willen we bezoekers en voorbijgangers al kennis laten maken met wat er zich binnen afspeelt. Bezoekers worden zo al voorbereid en zien ook meteen waar men moet zijn (is nu een terugkomend probleem). Voorbijgangers worden zo verleid om een bezoek te brengen aan het museum.

Een bezoek start met uitleg over het gebouw zelf en introductie van 'het Hof spreekt' (de huidige inlogruimte verdwijnt). Bovendien wordt hier meteen duidelijk dat in dit gebouw in 1572 een historische gebeurtenis heeft plaatsgevonden.

Daarna komt de bezoeker in de zaal boven de Statenzaal terecht waar de Gouden Eeuw van Dordrecht wordt belicht. Het Hof zelf vertelt in een audiotour waar de bezoeker is en leidt de bezoeker rond. In de zaal daarachter komt de periode 1550-1572 centraal te staan, met daarin aandacht voor het Wilhelmus en het begin van de Tachtigjarige Oorlog.

Vervolgens loopt de bezoeker naar beneden en komt in de ruimte voor de Statenzaal terecht. Daar worden de personages van de film geïntroduceerd. De film zelf blijft draaien in de Statenzaal. Na de film loopt de bezoeker naar een ruimte, waar ruimschoots aandacht is voor (godsdienst)vrijheid in de Republiek en de rol die de Synode daarin speelt. De kelder krijgt een educatieve invulling, die interactiviteit stimuleert.

In het algemeen: objecten verschuiven naar de nieuwe ruimtes en worden beter ingepast in de chronologie van het verhaal en het gebouw.

Planning

In 2019 zijn de thema's per zaal, de scenario's voor de storytelling en het spelconcept in grote lijnen opgezet.

In 2020 kan de nadere uitwerking plaatsvinden van de opstellingen, publieksbegeleiding, spellen e.d. Het definitieve inrichtingsplan volgt dan in 2020. Tevens start in 2020 de productie en wordt vanaf het late najaar opgebouwd en ingericht, zodat de opening in 2021 kan plaatsvinden.

Kosten

Voor de inhoudelijke aanpassingen, de storytelling, het spelconcept en de ontwikkeling van nieuwe onderwijsprogramma's denken wij rond de 400.000 euro nodig te hebben. De wisseling en herinrichting van de entree met de horeca – en de uitbreiding van deze laatste – kost ongeveer 115.000 euro. De extra communicatiekosten worden uit het eigen exploitatiebudget betaald.

In totaal is er 585.000 euro nodig om alle aanpassingen in het Hof te bewerkstelligen. 515.000 euro wordt gefinancierd vanuit de reserve SI nazorg Hof. Het Dordrechts Museum zal zelf de extra communicatiekosten van 70.000 voor haar rekening nemen. Dit betekent dat er geen extra middelen worden gevraagd om dit voorstel te financieren.

Dekkingsplan

| WIE | BIJDRAGE |
|-------------------------------|-----------------|
| Reserve SI nazorg Hof | 515.000 |
| Bijdrage DM voor communicatie | 70.000 |
| totaal | 585.000 |