

Allemaal Alkmaar

Nieuwe collectiepresentatie in een vernieuwd museum

PROJECTPLAN

Maart 2023

INHOUDSOPGAVE

Samenvatting

1. Profiel museum
2. Visie en missie
3. De noodzaak van vernieuwing
4. Voor wie?
5. Allemaal Alkmaar – een nieuwe museumpresentatie
6. Participatie en meerstemmigheid – een meerjarig programma
7. Publieksbegeleiding – een inclusief museum voor jong en oud
8. Educatie – vernieuwend aanbod voor de regio
9. Marketing en communicatie - #MIJNStedelijkMuseumAlkmaar
10. Organisatie en planning

Bijlage – Persona's en communicatiemiddelen

SAMENVATTING

Stedelijk Museum Alkmaar ziet het als zijn missie om een breed en divers publiek kennis te laten maken, te inspireren en te verbinden met kunst, cultuur en geschiedenis van Alkmaar en zijn regio. Het museum wil mensen die elkaar in deze verdeelde samenleving vrijwel niet meer tegenkomen verbinden.

In dat streven speelt de nieuwe collectiepresentatie een cruciale rol. De bestaande vaste presentatie is verouderd en gedateerd. In de nieuwe collectiepresentatie *Allemaal Alkmaar* wil het museum de diversiteit en meerstemmigheid van het Alkmaar van nu als uitgangspunt nemen voor de verhalen over het Alkmaar van toen. Die gaan niet alleen over beroemde schilders als Emanuel de Witte en Pieter Saenredam, maar ook over de sporen van het slavernijverleden en de schrille tegenstellingen tussen arm en rijk in deze stad. De geschiedenis van Alkmaar wordt zo vanuit verschillende perspectieven verteld. Doel van de presentatie is om nieuwe doelgroepen (jongeren en gezinnen met kinderen, inwoners met een bi-culturele achtergrond) kennis te laten maken met Alkmaars verleden en het museum als een plek van inspiratie en verbinding te ervaren, met als inzet 20% meer bezoekers.

Meerstemmigheid wordt ook bereikt door twee keer per jaar gewone Alkmaarders (zoals een winkelier, een nieuwe bewoner, de burgemeester enz.) uit te nodigen om aan de hand van een object uit de collectie een kleine tentoonstelling te maken vanuit het eigen perspectief. Zo blijft de collectiepresentatie actueel en fris. Daar zorgen ook de uitkomsten van het CuratorLab voor. Jongeren denken mee met kunstenaars en hun docenten over de presentatie van een object uit de collectie. Het beste idee wordt uitgevoerd als onderdeel van de collectiepresentatie.

Interactiviteit staat centraal in de publieksbegeleiding. De bezoeker luistert niet alleen naar het verhaal van het museum, maar voor verschillende doelgroepen worden activiteiten opgezet die gericht zijn op het zelf of met elkaar ontdekken. Zo wordt Stedelijk Museum Alkmaar een unieke plek waar je andere mensen ziet, ontmoet en spreekt.

Voor de nieuwe collectiepresentatie worden op een verdieping van het museum verbouwd en volledig nieuw ingericht. De kosten van het totale project inclusief tentoonstellingsinrichting, publieksprogramma's, educatie en marketing bedragen 1,5 miljoen euro. Ruim de helft daarvan wordt door het museum zelf gefinancierd. Voor de aanvullende middelen voert het museum een fondsenwervingscampagne.

De feestelijke opening van *Allemaal Alkmaar* is gepland in het voorjaar van 2024.

1. PROFIEL MUSEUM

Stedelijk Museum Alkmaar, geopend in 1875, is één van de oudste musea van Nederland. Sinds 2000 is het gevestigd in een modern museumgebouw in het historische centrum van de stad. Met een eigen winkel en een eigen museumcafé biedt het een culturele totaalbeleving aan de bezoeker. Het is een ondernemend kunst- en cultuurhistorisch museum dat sterk verankerd is in de stad en de regio. Met zijn kwalitatief hoogstaande collectie en zijn ambitieuze tentoonstellingsprogramma heeft het museum het afgelopen decennium nationale betekenis verworven en trekt het in toenemende mate landelijk publiek en media-aandacht.

Stedelijk Museum Alkmaar is een zelfstandige stichting die structureel wordt gesubsidieerd door de gemeente Alkmaar. Het museum beheert, behoudt en presenteert een brede en gevarieerde collectie, die op onderdelen van nationaal belang is, maar in alle gevallen nauw verbonden is met de stad en de regio. Zwaartepunten in de 22.000 objecten tellende collectie zijn de 16e- en 17e-eeuwse schilderkunst en kunstnijverheid, kunst uit de vroege 20e eeuw (de eerste expressionistische beweging in Nederland: de Bergense School) en stadsgeschiedenis.

Met de vaste presentatie, de tijdelijke tentoonstellingen en de overige activiteiten trekt het museum een breed publiek uit de regio en uit heel Nederland. Het museum ontvangt gemiddeld 60.000 bezoekers per jaar. Ruim twee-derde daarvan bestaat uit Museumkaarthouders.

Het museum organiseert een breed scala aan publieksactiviteiten en educatieve activiteiten voor kinderen en jongeren. Stedelijk Museum Alkmaar heeft een belangrijke functie voor het onderwijs en ontplooit voor dat doel tal van educatieve activiteiten, waarmee zowel het primair, als het voortgezet onderwijs in de regio worden bediend.

Stedelijk Museum Alkmaar werkt nauw samen met vele organisaties in de stad en initieert steeds vaker samenwerkingsverbanden in de regio. Het museum vervult daarmee een spilfunctie in de regio Noord-Holland Noord. Op het gebied van onderzoek, collecties en tentoonstellingen werkt het museum veelvuldig samen met universiteiten en met musea in binnen- en buitenland.

Met zijn combinatie van oude kunst, moderne kunst en historie is Stedelijk Museum Alkmaar het 'Rijks' van Hollands Noorden, de museale parel van Noord-Holland boven 't IJ, stevig verankerd in de regio en trots van de stad Alkmaar.

2. VISIE EN MISSIE

Stedelijk Museum Alkmaar heeft de taak om objecten te verzamelen, te beheren en te presenteren en daarbij kennis over de collectie te vergaren en te delen. Die taak zal altijd blijven bestaan. Hoe conservatief deze kerntaak ook moge zijn, musea zijn ook kinderen van hun tijd en onderhevig aan de tijdgeest. Als publieke instelling moeten wij daarom letterlijk en figuurlijk met onze tijd meegaan. Dat geldt met name voor het huidige tijdsgewricht. We leven in een complexe tijd vol onzekerheden en bedreigingen voor de toekomst. De diversiteit van de samenleving is snel toegenomen, de kloof tussen (kans)arm en (kans)rijk enorm gegroeid. De tegenstellingen zijn verscherpt, het debat is gepolariseerd. De verschillende bevolkingsgroepen leven steeds meer in hun eigen bubbel en komen elkaar nauwelijks nog tegen. Bij het gebrek aan collectiviteit is er een grote zoektocht gaande naar identiteit. De toegenomen fragmentatie leidt steeds vaker tot een roep om inclusie. Het is nu belangrijker dan ooit om iedereen bij de samenleving te betrekken.

Juist in deze complexe tijd zijn musea van toegevoegde waarde en vervullen ze een belangrijke rol in het scheppen van nabijheid. Als een veilige, collectieve plek waar ruimte is voor kennismaking met het andere en ontmoeting met de ander. Waarbij de collectie niet als doel, maar als middel kan worden ingezet. Ons museum is de plek waar we oefenen hoe we met de wereld om kunnen gaan, waar we kunnen experimenteren, proberen en samen kunnen werken. Waar we onze bezoekers anders laten kijken, van elkaar laten leren en waar ruimte is voor schoonheid en nuance, voor verwondering en inspiratie.

Missie

Stedelijk Museum Alkmaar heeft als missie om een breed en divers publiek kennis te laten maken, te inspireren en te verbinden met kunst, cultuur en geschiedenis van Alkmaar en de omliggende regio. Het museum speelt een maatschappelijke rol in het verbinden van mensen en groepen in een verdeelde samenleving.

Willen we deze rol waarmaken, dan zullen we laagdrempeliger moeten worden en, met een stevige worteling in de lokale samenleving, daadwerkelijk een breed en divers samengesteld publiek moeten bereiken en verbinden. Voor Stedelijk Museum Alkmaar ligt daar in de komende periode de belangrijkste opgave. De vernieuwing van de vaste museale presentatie met een breed opgezet meerjarig publieks- en participatieprogramma is daarvoor van essentieel belang.

3. DE NOODZAAK VAN VERNIEUWING

Stedelijk Museum Alkmaar dankt zijn succes in de afgelopen periode vooral aan de tijdelijke tentoonstellingen op het gebied van oude kunst (Emanuel de Witte, Allart van Everdingen, De Vaandeldrager van Rembrandt), moderne kunst (Picasso in Holland, De Toorop Dynastie, Rudi van de Wint) en geschiedenis (Maria Tesselschade, Cornelis Drebbel, Plantage Alkmaar). Dankzij deze programmering is het publieksbereik na twee lastige coronajaren weer hersteld op het niveau van 50-60.000 bezoekers per jaar. De kwaliteit van de vaste presentatie is achtergebleven bij het niveau van de tijdelijke tentoonstellingen. De opstelling is tien jaar na de oplevering verouderd en ontbeert de impact die het museum met zijn tijdelijke exposities wel bereikt. De permanente presentaties 'Victorie' en 'De Gouden Eeuw' geven een eenzijdig, glorieus beeld van het verleden dat niet meer strookt met de huidige missie en ambities van het museum en met de nieuwste historische inzichten. Met de collectie willen we meer verhalen vertellen, andere perspectieven laten zien, en meer op de actualiteit kunnen inspelen. Met het museum willen we een breder en meer divers publiek bereiken en ook structureel meer bezoekers trekken. Vernieuwing van de permanente museale presentatie is daarin een onontbeerlijke schakel.

De urgentie daarvan wordt gevoed door ontwikkelingen in de omgeving. Stedelijk Museum Alkmaar vervult in toenemende mate een centrumfunctie in de regio Noord-Holland Noord. Met tentoonstellingsprogramma's en samenwerkingsprojecten die de regio betrekken, van Den Helder tot Wijk aan Zee en van Egmond tot Hoorn, maar ook met educatieve programma's voor het MBO en het VMBO bedient het museum een verzorgingsgebied van meer dan 700.000 inwoners. Daarnaast ondergaat Alkmaar momenteel grote veranderingen. Met de bouw van 15.000 woningen groeit de stad de komende tien jaar van 110.000 naar 140.000 inwoners. Het is belangrijk dat Stedelijk Museum Alkmaar de groeiende en veranderende bevolking in de omgeving kan bedienen met een toegankelijke, eigentijdse presentatie en publieksprogramma's waarin objecten en verhalen over de regio een hoofdrol spelen.

Er zijn daarnaast andere redenen om de inrichting en de presentatie van het museum te vernieuwen. Door de routing in het museum is de huidige collectiepresentatie niet erg toegankelijk en raken bezoekers nogal eens de weg kwijt. Uit publieksonderzoek komt telkens weer naar voren dat bezoekers verrast zijn door de kwaliteit van de exposities en de klantvriendelijkheid van de medewerkers, maar dat de beleving van het museumgebouw met de vaste presentatie als geheel daarbij achterblijft en relatief laag scoort in de waardering. Met een integrale vernieuwing van de collectiepresentatie en een nieuwe, overzichtelijke zaalindeling en logischer routing willen we deze knelpunten oplossen.

Dankzij stevige investeringen van het museum en steun van de gemeente Alkmaar hebben we het museumgebouw de afgelopen jaren achter de schermen flink kunnen moderniseren. Zowel bouwkundig als installatietechnisch voldoet het gebouw nu aan internationale museumstandaards op het gebied van beveiliging en brandveiligheid. De inrichting van het collectiedepot is vernieuwd en uitgebreid. Technische voorzieningen en de ICT-infrastructuur zijn gemoderniseerd. Nu de infrastructuur op orde is, is het moment aangebroken om ook de 'voorkant' van het museum te moderniseren met een nieuw museaal verhaal.

4. VOOR WIE?

Stedelijk Museum Alkmaar streeft met de vernieuwing van de vaste presentatie naar structurele verbreding van het publieksbereik met meer diversiteit en een grotere impact. Naast de overwegend oudere, witte en goed opgeleide bezoekers die het museum nu overwegend trekt willen we meer Nederlanders bereiken met bi-culturele achtergrond, meer mensen met een laag opleidings- en inkomensniveau, meer jongeren, meer mensen met een beperking, kortom: Nederlanders van alle rassen en standen. Op die manier willen we ook meer bezoekers trekken: de komende jaren zetten we daarom in op een publieksbereik van gemiddeld 70.000 bezoekers per jaar. Dat betekent een structurele groei van 20%.

Stedelijk Museum Alkmaar heeft als missie om een breed en divers publiek kennis te laten maken, te inspireren en te verbinden met kunst, cultuur en geschiedenis van Alkmaar en de omliggende regio en speelt een belangrijke maatschappelijke rol in het verbinden van mensen en groepen in een verdeelde samenleving. Het museum wil daarom met behoud van het bestaande publiek meer doelgroepen in de eigen regio bereiken, die het museum nu niet of nauwelijks bezoeken; meer scholieren en jongeren en meer gezinnen met kinderen

Primaire doelgroepen:

- Cultuurliefhebbers (gemiddeld wat ouder en vaak in bezit van Museumkaart)

Deze groep vormt nu een substantieel deel van onze bezoekerspopulatie. Met ons tijdelijke tentoonstellingsprogramma blijven we deze groep aan het museum verbinden. Met een vernieuwde, aantrekkelijke collectiepresentatie verwachten we deze bezoekers te verleiden tot een langer verblijf en meer herhaalbezoek.

- Gezinnen uit de regio (ook kansarme gezinnen)

De regio Alkmaar telt relatief veel gezinnen met kinderen. Daar ligt voor Stedelijk Museum Alkmaar een kansrijk groeipotentieel. Deze doelgroep weet het museum nu voornamelijk te vinden voor workshops en vakantieprogramma's. Met de nieuwe collectiepresentatie wil het museum ook permanent een aantrekkelijke bestemming worden voor gezins- en familiebezoek van kinderen met ouders e/o of grootouders.

- Scholen uit Noord-Holland Noord

Het schoolbezoek aan Stedelijk Museum Alkmaar op dit ogenblik zo'n 4.500 leerlingen per jaar. Onze lange termijn doelstelling is dat alle leerlingen in de regio Groot- Alkmaar tenminste 1 x in hun schoolcarrière Stedelijk Museum Alkmaar hebben bezocht. Op grond van de populatie in de regio willen we met het museum vanaf 2024 gemiddeld 7.500 leerlingen per jaar bereiken, en zo mogelijk meer. Daarbij richten we ons in de eerste plaats op het Primair en het Voortgezet Onderwijs in de gemeente Alkmaar en het Voortgezet en Hoger onderwijs in de omliggende regio. Met name voor het VMBO en het MBO is het cultuuraanbod in de regio gering en ligt er voor het museum een belangrijke opgave.

Secundaire doelgroepen:

- Toeristen (NL en buitenlands)

Sinds de coronapandemie is het verblijfstoerisme in de regio, met name in het kustgebied van Alkmaar toegenomen met een groei van bezoekers uit Zuid- en Oost-Nederland, Duitsland en België. Met de nieuwe collectiepresentatie en de daarbij meertalige publieksbegeleiding wordt het museum een aantrekkelijker bestemming voor toeristen uit binnen- en buitenland. In nauwe samenwerking met Alkmaar Marketing en VVV Hart van Noord-Holland hopen we het percentage toeristisch bezoek aan het museum in de komende jaren gestaag te verhogen.

- Jongvolwassenen

Voor jongeren en jongvolwassenen is er relatief weinig cultuuraanbod in de regio Alkmaar. De nieuwe collectiepresentatie zal het museum zeker toegankelijker maken voor deze doelgroep maar om deze doelgroep daadwerkelijk te bereiken is meer nodig. Met meerjarige participatieprogramma's voor jongeren zoals CuratorLab, door jongeren zelf te ontwikkelen mini-exhibits in de nieuwe collectiepresentatie en evenementen als Museumnacht wordt deze doelgroep effectief betrokken bij het museum

Kwantitatieve doelstellingen

- Met de nieuwe museale presentatie zetten we in op een publieksbereik van gemiddeld 70.000 bezoekers per jaar. Dat is een groei van 20% ten opzichte van het huidige publieksbereik. Daarbinnen streven we naar verbreding van het publieksbereik met meer diversiteit en een grotere impact.
- Groei van het percentage niet-museumkaarthouders met +5%. Dit zijn geen reguliere museumbezoeker, wel in bezit van bijvoorbeeld de AlkmaarPas, een kortingsinstrument voor inwoners van de gemeente met een laag inkomen.
- Op grond van de populatie in de regio willen we in 2023-2026 gemiddeld 7.500 leerlingen per jaar bereiken, en zo mogelijk meer. Nu zijn dat gemiddeld 4.500 leerlingen.
- Buitenlands toeristisch bezoek. We willen aantrekkelijker worden door het aanbieden van een audiotour in verschillende talen en door het gezinsvriendelijke aanbod. Daarnaast werken we samen met toeristische partners om aantrekkelijke voucherregelingen te ontwikkelen. We willen van 2% (2022) groeien naar 5% internationaal toeristisch bezoek oftewel 3500 buitenlandse bezoekers in 2025.
- Stijging van de NPS-score van 43% naar 53%. Met deze Net Promotor Score wordt de klanttevredenheid gemeten. Het meet de waarschijnlijkheid van aanbevelen aan anderen. De gemiddelde NPS- score in de museumbranche is 53%.

- 14% meer luisteraars audiotour, van 35% naar 40% van het totaal aantal bezoekers. Gebruik van de audiotour geeft verdieping. Daarmee bewerkstelligen we bij meer bezoekers impact en betrokkenheid.

5. ALLEMAAL ALKMAAR - EEN NIEUWE MUSEUMPRESENTATIE

De collectie

De nieuwe presentatie toont de volle breedte van de Alkmaarse stadscollectie. Deze bevat een grote diversiteit aan voorwerpen - schilderijen, prenten, tekeningen, sculpturen, zilver, glas, gebruiksvoorwerpen et cetera - die allemaal verbonden zijn aan de stad en regio Alkmaar. Het betreft werk van Alkmaarse kunstenaars, voorstellingen van Alkmaarse locaties of personen, voorwerpen die voor een Alkmaars gebouw zijn bedoeld, die in Alkmaar gemaakt of gebruikt zijn. Kwalitatief het sterkst zijn de verzamelingen 16de- en 17de-eeuwse schilderijen (met hoogwaardige werken van Maarten van Heemskerck, Caesar en Allart van Everdingen, Hendrick Vroom, Pieter Saenredam en Emanuel de Witte) en Alkmaars zilver (met bijzondere stukken van de schutterij, zoals tazza's en lepels, en met representatieve voorwerpen van bekende Alkmaarse smeden als Gerrit Roghair en Willem Hoogland).

Inhoudelijke opzet

Stedelijk Museum neemt de bezoeker mee in een panoramische, visuele rondgang langs hoogtepunten en bijzondere voorwerpen uit de Alkmaarse (kunst)geschiedenis; deze worden in min of meer chronologische volgorde gepresenteerd en op basis van thematische of visuele overeenkomsten losjes gegroepeerd.

Alle bezoekers beginnen op hetzelfde startpunt met een introductie op Alkmaar en de vaste presentatie door middel van een korte introductiefilm.

Alkmaar is bij het grote publiek vooral bekend vanwege de kaasmarkt die al sinds vele eeuwen elke week gehouden wordt op het Waagplein. Daarom zal de rondgang beginnen met een groep voorwerpen (schilderijen, gebruiksvoorwerpen) uit diverse tijdsperiodes rond dit herkenbare thema. Dit geeft meteen gelegenheid om Alkmaar neer te zetten als marktstad in een agrarische omgeving.

In de chronologische omgang komen aan de hand van de collectiestukken thema's aan bod die universele betekenis hebben en die actueel en nog steeds maatschappelijk relevant zijn. Dat helpt de hedendaagse bezoekers zich te identificeren met de objecten en de verhalen die in het museum worden verteld te verbinden met hun eigen ervaringen en ideeën.

- Inpoldering en de strijd tegen water: met diverse gezichten op Alkmaar, onder andere van Salomon van Ruysdael;
- Verscheidenheid in geloofsstromingen en tolerantie: met natuurlijk onze monumentale kerkinterieurs van Saenredam en Emanuel de Witte, maar ook zilverwerk uit de joodse synagoge;
- Kansen(on)gelijkheid in Alkmaar, waarin luxe meubels getuigen van grote rijkdom, maar waarin ook een geschilderd verhaal van Alkmaarse weeskinderen te zien is, naast portretten van vrouwelijke regenten;

- Kolonialisme en slavernij: het levensverhaal van weesjongen Wollebrant de Jongh, die carrière maakte binnen de Verenigde Oost-Indische Compagnie. Aan de hand van dit persoonlijke relaas vertellen we ook over de relatie tussen Alkmaar en het Nederlandse slavernijverleden;
- Sterke vrouwen: het levensverhaal van Maria Tesselschade Roemers Visscher, de getalenteerde zangeres, glasgraveur en dichteres die jarenlang in de Alkmaarse Langestraat woonde;
- Ambacht en traditie: Alkmaars zilver, met diverse voorwerpen van Alkmaarse smeden én de unieke 18^{de}-eeuwse Alkmaarse ‘insculpatieplaten’ die bewaard zijn gebleven – koperen plaatjes met de namen en merktekens van diverse meesters die in onze stad werkzaam waren;
- Stad en platteland: met gezichten in en op de stad van dichtbij en van ver;
- Roem: Wall of fame, met objecten die getuigen van de bijzondere daden van twintigste-eeuwse Alkmaarders of Alkmaarse instellingen, zoals de verzetshelden Fritz Conijn en Truus Wijsmuller, het joodse meisje Marjan Drukker, de voetbalclub AZ en de fotograferende dames Vlaanderen;
- Mens en natuur in serie: twaalf zestiende-eeuwse bordjes met voorstellingen die passen bij de maanden van het jaar, en een serie van 21 uitwijvingen van aarde uit Noord-Holland Noord van hedendaags kunstenaar Herman de Vries.

Meanderend langs deze thema's volgt de bezoeker een chronologische lijn vanaf de zestiende eeuw tot het heden. Dit chronologische principe wordt echter niet al te strikt toegepast. Bij de zeventiende-eeuwse gezichten op Alkmaar hangt bijvoorbeeld een werk uit 1925 van Willem Bastiaan Tholen, dat qua compositie naadloos aansluit bij Allart van Everdingens gezicht op zijn geboortestad. Tegenover het zeventiende-eeuwse imposante interieur van de Grote Kerk door Saenredam hangt een even indrukwekkend interieur van diezelfde kerk door fotograaf Karin Borghouts uit 2018. Naast het portret van zeventiende-eeuwer Wollebrant de Jongh worden achttiende- en negentiende-eeuwse voorwerpen getoond die verwijzen naar slavernij en kolonialisme.

Thematische verdiepingen

Op vijf punten kan de bezoeker haar/zijn rondgang onderbreken en een aparte themazaal binnenstappen, waarin een onderwerp wordt uitgediept. In alle vijf de zalen gaat het om thema's die een belangrijk en kenmerkend hoofdstuk vormen in de (cultuur)geschiedenis van Alkmaar en omstreken, die een zwaartepunt vormen in de collectie en waarover we veel, en het nodige nieuws kunnen vertellen dankzij recent onderzoek n.a.v. eerdere tentoonstellingen en publicaties.

Deze themazalen zijn:

- **Victorie! Het Beleg van Alkmaar in 1573**

Het verhaal van de spannende belegering van Alkmaar door het Spaanse leger en de bredere context van de Tachtigjarige Oorlog. Een educatieve presentatie speciaal gericht op (school)kinderen en hun begeleiders.

- **Werkplaats Van der Heck**

Een presentatie over de lokale meester Claes Jacobsz van der Heck (ca. 1578-1652), die in de 17de eeuw een belangrijke speler was in het Alkmaarse artistieke leven. Hij richtte bijvoorbeeld het schildersgilde op en voerde opdrachten uit voor allerlei Alkmaarse instellingen en personen. Een vrolijke en leerzame tentoonstelling speciaal gericht op families.

- **Landgoed Nijenburg en de familie Van Foreest**

In deze ruimte tonen we de omvangrijke collectie portretten van de familie Van Foreest – het oudste uit 1551, het meest recente uit de 20ste eeuw – en vertellen we over hun rol in Alkmaar en Hoorn als

bestuurders van de stad, van waterschappen en de VOC en WIC, en over hun buitenhuis Nijenburg, gelegen vlakbij Alkmaar en nog steeds te bezoeken. Een evocatieve opstelling gericht op cultuurliefhebbers.

- **Caesar van Everdingen**

De grootste ruimte binnen de nieuwe collectiepresentatie is gewijd aan het werk van 'de Rembrandt van Alkmaar': Caesar van Everdingen (1616/1617-1678). De schilder die geboren en gestorven is in Alkmaar, en naam maakte met zijn 'vleiend penseel': zijn gladde penseelstreek en verbluffende talent in de weergave van stoffen en texturen. Een esthetische presentatie, speciaal gericht op kunstliefhebbers.

- **Alkmaarse schuttersstukken**

Alkmaar beheert maar liefst zestien schuttersstukken – grote groepsportretten van vroegmoderne stadsmilitia's. De grootste collectie na Amsterdam en Haarlem. De vroegste dateert van 1593 en is anoniem, enkele fraaie werken van lokale schilder Zacharias Paulusz stammen uit de jaren 1620 en twee monumentale werken van Caesar van Everdingen uit 1657 sluiten de rij. Een aantrekkelijke en indrukwekkende presentatie aan de hoogste wand in de ruimte, speciaal gericht op cultuurliefhebbers.

6. PARTICIPATIE EN MEERSTEMMIGHEID – MEERJARIGE PROGRAMMA'S

In *Allemaal Alkmaar* gaat het niet om één verhaal, verteld vanuit het perspectief van één alwetende verteller. Wij laten met de collectiepresentatie juist meer invalshoeken vanuit meerdere perspectieven zien. Daarom willen in de presentatie ruimte bieden aan actuele interventies en aan andere stemmen en andere perspectieven. Om de betrokkenheid van, en de impact bij inwoners van de regio te vergroten en diversiteit en inclusie te bevorderen verrijken we de vernieuwde vaste collectiepresentatie met twee meerjarige programmalijnen:

- #MijnStedelijkMuseumAlkmaar: wisselende mini-exhibits gemaakt door mensen en organisatie buiten het museum;
- CuratorLab – interventies en presentaties door, voor en van jongeren uit de regio.

#MIJN StedelijkMuseumAlkmaar - mini exhibits

Binnen de relatief vaste structuur van de nieuwe collectiepresentatie (de rondgang en de verdiepende zalen), zullen we geregeld iets nieuws presenteren zoals een mini-tentoonstelling-in-een-tentoonstelling. Twee keer per jaar vragen we aan inwoners van Alkmaar of andere betrokkenen en organisaties van buiten het museum, zoals een burgemeester, een winkelier, een wetenschapper, een immigrant, een opiniemaker, enz. - om een 'mini-exhibit' samen te stellen rond een object naar eigen keuze. Deze gastconservatoren vertellen een eigen verhaal en geven hun persoonlijke visie bij het object. Elk half jaar wordt een nieuwe mini-exhibit aan *Allemaal Alkmaar* toegevoegd. Deze wordt na een jaar opgevolgd door een nieuwe. Zo zijn er steeds twee actuele interventies in de vaste presentatie te zien.

De mini-exhibits gaan een eigen frisse, duidelijk herkenbare vormgeving krijgen, zodat ze goed opvallen binnen het geheel van de collectiepresentatie. Zo maken we de opstelling steeds weer

verrassend en meerstemmig en hopen we bij onze bezoekers het besef te bereiken dat de collectie van ons allen, en dus ook van hen, is.

Twee voorbeelden:

- *De opening van de nieuwe presentatie in 2024 valt midden in het herdenkingsjaar van de afschaffing van de slavernij. Daarom willen we een van de eerste mini-exhibits wijden aan dit thema. Dat doen we als volgt. Wij geven de werkgroep 'Keti Koti herdenking Alkmaar' onder leiding van voorzitter Henk Heilbron de gelegenheid om een mini-exhibit bij de nieuwe opstelling in te vullen. Wij geven de regie uit handen, maar één voorwaarde is dat de werkgroep reageert op het slavernijverleden.*
- *Een tweede mini-exhibit willen we laten samenstellen door Alexander Reyes Rodriguez, een Alkmaarse man die in zijn boek Rijk door een krantenwijk (2023) vertelt hoe hij na een moeilijke jeugd verslaafd raakte en het criminele pad op ging, maar een ommekeer wist te bewerkstelligen naar een goed, gezond en eerlijk gezinsleven. We zullen hem geheel vrijlaten in het verhaal dat hij wil vertellen. Enige voorwaarde voor hem is dat hij het vertelt aan de hand van ten minste één voorwerp uit onze collectie.*

Jongerenparticipatie: CuratorLab en audiotour

Afgelopen jaar heeft het museum een pilot uitgevoerd met participatie van jongeren uit het VMBO en het MBO: CuratorLab. In dit project denken leerlingen mee over de collectie en ontwikkelen zij samen met kunstenaars en docenten ideeën voor een museale presentatie rond objecten uit de collectie. Het idee dat na een verkiezing onder jongeren en bezoekers de meeste stemmen krijgt, wordt daadwerkelijk uitgevoerd als onderdeel van de vaste museale presentatie. In de nieuwe collectiepresentatie *Allemaal Alkmaar* willen we deze succesvolle pilot voortzetten als een vast programma-onderdeel van de collectiepresentatie. Zo maken we deze meerstemmig en aantrekkelijker voor jongeren.

Stedelijk Museum Alkmaar zet momenteel een jongerenafdeling op. Deze wordt actief betrokken bij de ontwikkeling en de publieksbegeleiding van de nieuwe collectiepresentatie. Deze jongeren maken bijvoorbeeld zelf een speciale audiotour bij de nieuwe collectiepresentatie, die naar verwachting in vorm en inhoud goed aansluit bij de doelgroep.

7. PUBLIEKSBEGELEIDING: EEN INCLUSIEF MUSEUM VOOR JONG EN OUD

Een toegankelijke en inclusieve presentatie

Stedelijk Museum Alkmaar streeft ernaar om voor iedereen toegankelijk te zijn. Dat strekt zich uit van het fysiek toegankelijk maken van het museum voor mensen met een handicap tot en met het taalgebruik in de zaalteksten en de wijze van ontvangst door publieksmedewerkers. Onze doelstelling is dat iedereen zich welkom voelt in het museum, ongeacht leeftijd, achtergrond, sekse, opleiding, etc. We realiseren ons dat we extra inspanningen moeten verrichten om dit te bereiken. De vernieuwing van de collectiepresentatie geeft ons belangrijke nieuwe mogelijkheden om deze ambitie te realiseren. Met de verbeterde routing en zaalindeling wordt presentatie toegankelijker voor mensen met een handicap. Bij de inrichting van de presentatie kunnen we nu bijvoorbeeld zorgen dat bezoekers in een rolstoel of slechtzienden de objecten en het verhaal goed kunnen ervaren. Denk aan

vitrines, leesbaarheid van teksten, kleurgebruik, etc. Hiervoor laten we ons adviseren door de stichting Zonnebloem en terzake kundige experts.

Met vertegenwoordigers uit de regio van de verschillende nieuwe doelgroepen die we met *Allemaal Alkmaar* willen bereiken hebben we een klankbordgroep samengesteld. De samenstelling is deels gebaseerd op de persona's uit ons marketingplan, deels op de samenstelling van de Alkmaarse bevolking. Deze klankbordgroep helpt ons gedurende het gehele voorbereidingsproces om de juiste keuzes te maken – of het nu gaat om invalshoeken, ruimtelijke inrichting of tone of voice - zodat de nieuwe collectiepresentatie ook daadwerkelijk toegankelijk en aantrekkelijk wordt voor de nieuwe doelgroepen.

Speerpunt: Family Learning

Met *Allemaal Alkmaar* wil Stedelijk Museum Alkmaar meer bezoek van families en gezinnen met kinderen genereren. Dit een belangrijke doelgroep in de regio. Om te zorgen dat de nieuwe collectiepresentatie voor deze doelgroep aantrekkelijk en leerzaam is weven we een familiespoor door de opstelling. De kern van dit spoor bestaat uit 5 zogenaamde 'hands on' - installaties, interactieve en tactiele elementen die een duidelijke link hebben met de inhoud van de nieuwe opstelling. De activiteiten sporen kinderen (6-13 jaar) en (groot)ouders aan om samen naar de collectie te kijken, te ontdekken en met elkaar in gesprek te gaan over heden en verleden.

Twee voorbeelden:

- *Heksensabbat, schilderij van Claes Jacobsz van der Heck*

Gezinnen bekijken samen de heksensabbat van Van der Heck. Dit werk met fabelachtige en duivelachtige figuurtjes spreekt tot de verbeelding en nodigt uit om zelf mee aan de slag te gaan. Er staat een tekentafel waar je zelf in de stijl van Van der Heck digitaal figuurtjes kunt tekenen. De figuurtjes worden vervolgens geprojecteerd op de muur, waar ze een eigen leven gaan leiden.

- *Jacob trekt bij Laban weg, schilderij van Cornelis Buys*

Op het schilderij is het verhaal van Genesis 31 te zien, waarin verteld wordt hoe Jacob met vrouwen, kinderen en kudde zijn schoonvader Laban verlaat, nadat hij jarenlang voor hem gewerkt heeft zonder redelijke beloning. Als de band tussen de mannen verslechtert, krijgt Jacob in een droom van een engel de raad te vluchten naar Kanaän. Als bezoeker word je uitgenodigd om de voorstelling goed te bekijken; bezoekers horen of lezen het verhaal. Stel dat jij moet vluchten, wat neem je mee? Naast het werk kun je op een briefje of bord vermelden wat voor jou belangrijk is om mee te nemen.

Een vast en herkenbaar onderdeel van de nieuwe collectiepresentatie zijn workshops voor kinderen en hun (groot)ouders, die met name tijdens schoolvakanties workshops georganiseerd. Ook worden er familierondleidingen georganiseerd, en speurboekjes gemaakt. Bij al deze activiteiten is het uitgangspunt *family learning*: samen kijken, ervaren en onderzoeken. Niet alleen wordt een museumbezoek leuker en informatiever als (groot)ouders meedoen, ook is het waarschijnlijker dat de informatie, de objecten en de verhalen beter blijven hangen.

Een breed aanbod van publieksbegeleiding

Stedelijk Museum Alkmaar wil bezoekers van alle leeftijden verrijken, inspireren en verbinden met de kunst- en cultuurgeschiedenis van Alkmaar. Naast bovengenoemde onderdelen wordt bij *Allemaal Alkmaar* daarom een breed aanbod van doelgroepgerichte publieksbegeleiding ontwikkeld.

- Tentoonstellingsteksten: aan de tentoonstellingsteksten besteden we veel aandacht. Deze zijn puntig, helder en goed leesbaar voor iedereen. We hanteren niveau 4 havo als uitgangspunt. *Allemaal Alkmaar* is geheel tweetalig: Nederlands en Engels.
- Audiotours: er wordt een audiotour geproduceerd voor de museumbezoeker die meer verdieping zoekt. Zo komen in deze tour de specialisten achter het schilderij aan het woord, zoals restauratoren of historici. De audiotour is drietalig, in het Nederlands, Engels en Duits. Voor jongeren wordt een speciale audiotour gemaakt (zie hoofdstuk 6)
- Podcastserie: bij *Allemaal Alkmaar* ontwikkelen twee pas afgestudeerde HKU-studenten een podcastserie. Deze podcasts zijn speciaal gericht op luisteraars van hun eigen leeftijd, dus twintigers, maar in principe geschikt voor alle volwassenen. In elk van hun podcasts staat één werk in de opstelling centraal. Er zijn 2-3 afleveringen op zaal te beluisteren, de hele serie is online terug te luisteren. In deze serie wordt met diverse deskundigen gesproken over de werken (bijvoorbeeld met een bioloog over een schilderij van een landschap, met een dominee over een Bijbelse voorstelling). Ook voeren de makers gesprekken met medestudenten rond brede thema's als geloof, mannelijkheid en racisme. De jonge makers werpen een frisse blik op de collectie en zetten aan tot nadenken en gesprek.
- Anders Kijken-kaarten: door beter te kijken zie je meer en kijk je anders. Gebaseerd op de methode Visible Thinking hebben we voor de collectiepresentatie 12 Anders Kijken-kaarten ontwikkeld waar bezoekers met elkaar naar kunst kunnen kijken. De vragen en opdrachten op de kaarten nodigen bezoekers uit om samen te kijken of bijvoorbeeld te tekenen.
- Rondleidingen voor speciale doelgroepen: voor speciale doelgroepen ontwikkelen wij programma's op maat. In samenwerking met Bibliotheek Kennemerwaard is inmiddels het programma Kunstpraat ontwikkeld voor groepen volwassenen die moeite hebben met de Nederlandse taal, zoals NT2-groepen en groepen nieuwkomers. In het programma staan taal, kunst en ontmoeting centraal. Daarnaast ontwikkelen we bij *Allemaal Alkmaar* een programma voor mensen met dementie en hun mantelzorgers. Dit programma maken wij samen met partners zoals *Geriant Alkmaar*. De museumdocenten en rondleiders worden opgeleid om deze groep op de juiste manier te kunnen begeleiden.

8. EDUCATIE – VERNIEUWEND AANBOD VOOR DE REGIO

Doelstellingen

Met de nieuwe collectiepresentatie *Allemaal Alkmaar* kan het museum het onderwijs in de regio, een belangrijke doelgroep, beter bedienen dan nu het geval is. De ambitie om meer leerlingen in de regio te bedienen krijgt daarmee een krachtige impuls.

De educatieve programma's bij *Allemaal Alkmaar* zijn erop gericht historisch besef te bevorderen, onder andere door verbanden te leggen tussen heden en verleden en door diverse perspectieven op gebeurtenissen, personen en zaken aan te bieden. Op die manier draagt het museum bij aan de vorming van identiteit, empathie en burgerschap.

Door het verhaal van Alkmaar vanuit verschillende perspectieven te vertellen bieden wij handvatten om zorgvuldig een genuanceerde mening te vormen. Hiermee hopen we bij te dragen aan een samenleving waarin mensen begrip hebben voor elkaar. Daarnaast is de museumeducatie gericht op het (leren) kijken naar kunst en het reflecteren op wat je ziet. Daarmee stimuleren we bij leerlingen vaardigheden als waarnemingsvermogen, inlevingsvermogen, uitdrukkingsvaardigheid en dragen we bij aan talentontwikkeling.

Naast deze kwalitatieve doelstellingen streven we ernaar met het vernieuwde educatieve aanbod 50% meer leerlingen trekken. Dit komt neer op een groei van tenminste 2.500 leerlingen per jaar: 1000 leerlingen primair onderwijs, 1000 leerlingen voortgezet onderwijs en 500 uit het MBO, HBO en (toekomstige) docenten.

Aansluiting op het onderwijs

Stedelijk Museum Alkmaar vindt het belangrijk om docenten en leerlingen te betrekken bij de ontwikkeling van de educatieve programma's, zodat deze aansluiten op de lesstof en bij de behoeften. Alle nieuwe programma's bij *Allemaal Alkmaar* laten wij testen door schoolklassen. Met hun bevindingen passen wij de programma's aan. De museumlessen sluiten aan op het vak Wereldoriëntatie en Kunst voor het primair onderwijs en de middelbare schoolvakken geschiedenis, Mens & Maatschappij, Maatschappijleer, Maatschappijwetenschappen, Burgerschap, CKV en de kunstvakken.

Leerlijnen

Wij willen met de vernieuwing van de collectiepresentatie vier leerlijnen ontwikkelen.

Anders kijken

Anders kijken is een leerlijn met interactieve rondleidingen gebaseerd op de methode Visible Thinking (VT). Met deze methode worden leerlingen met behulp van prikkelende doordenkvragen en creatieve kijk-, doe- en tekenopdrachten uitgedaagd om beter naar kunst te kijken en daar zelf betekenis aan te geven. Zo maken leerlingen op een toegankelijke en inspirerende manier kennis met kunstbeschouwing. Ze oefenen 21^e-eeuwse vaardigheden als samenwerken, communiceren en creatief denken, maar leren ook om kritisch en vanuit verschillende perspectieven naar kunst en de wereld om ons heen te kijken. Met de nieuwe collectiepresentatie kunnen we deze methode niet alleen aan het basisonderwijs, maar ook aan het VO gaan aanbieden.

Theatrale museumlessen

Voor groep 7 & 8 en de onderbouw van het VO ontwikkelen we bij de collectiepresentatie een museumles, waar de leerlingen het beleg van Alkmaar ervaren door de gebeurtenis zelf na te spelen. Tijdens de museumles kruipen de leerlingen in de huid van winnaars en verliezers, daders en slachtoffers tijdens het beleg van Alkmaar.

Museumlessen met een koppeling tussen verleden en heden

De thema's in de nieuwe collectiepresentatie bieden uitstekende aanknopingspunten voor museumlessen waarin heden en verleden met elkaar worden verbonden. Het verleden laat je op een andere manier kijken naar het heden. Door met de collectiepresentatie in te spelen op maatschappelijke thema's die op dit moment actueel zijn, krijgt het museum meer relevantie voor het onderwijs.

Drie voorbeelden:

Slavernij en de doorwerking daarvan

In de nieuwe museumles over slavernij gaat het museum 150 jaar na de afschaffing ervan in op de Alkmaarse betrokkenheid bij slavernij, de WIC en de VOC. Leerlingen herkennen in deze les effecten van het koloniale verleden die doorwerken in hun eigen leefomgeving, en zien dat dit niet alleen speelt in Amsterdam, maar ook geldt voor Alkmaar en Noord-Holland Noord.

Klimaatverandering, klimaatcrisis in het museum!

Mens en natuur in de museumles. Klimaatverandering is een van de grootste maatschappelijke problemen en uitdagingen in de 21e eeuw. Maar klimaatverandering is geen nieuw fenomeen. In de museumles klimaat in het museum kijken we naar de klimaatverandering vanuit historisch perspectief. We gaan met leerlingen in gesprek aan de hand van de natuur en landschappen uit het verleden die zichtbaar zijn in onze collectie. Hoe was het toen en hoe is het nu? En wat betekent klimaatverandering voor hen?

Victorie en stadswandeling

Leerlingen ontdekken wat er tijdens de Nederlandse Opstand gebeurde en hoe het Ontzet van Alkmaar daarin een kantelpunt was. Ze bekijken de situatie vanuit verschillende perspectieven in een interactieve rondleiding door het museum waarin heden en verleden worden verbonden. Daarna gaan de leerlingen naar buiten en wandelen langs de Grote Kerk. Daar bekijken ze de sporen van de Beeldenstorm en lopen vervolgens langs de vroegere vestingwerken. De stadswandeling eindigt op de Paardenmarkt waar een massagraf van het beleg uit 1573 is gevonden.

Examentraining geschiedenis en kunst

De nieuwe collectiepresentatie grijpen we ook aan om een groeiende vraag vanuit het onderwijs te beantwoorden: examentrainingen. Deze trainingen bereiden de leerlingen van de bovenbouw van het VMBO, HAVO en VWO voor op het examen Geschiedenis en Kunst. In de museumles oefenen de leerlingen vragen en vaardigheden en het is een goede voorbereiding op het examen. De leerlingen bekijken en onderzoeken de collectie en samen met de museumdocenten leggen zij verbanden en gebruiken de schilderijen en objecten als bron.

Deskundigheidsbevordering

Met de collectiepresentatie Allemaal Alkmaar zet het museum in op vernieuwing en uitbreiding van het educatieve aanbod en op een kwaliteitsslag. Om deze verbeteringsslag te kunnen maken zullen de competenties van de museumdocenten moeten worden vergroot. Onze museumdocenten krijgen daarvoor een I ASK-training aangeboden. Daarin worden zij getraind om op een open en respectvolle manier leerlingen aan te moedigen om open te staan voor onbekende en lastige onderwerpen die wellicht conflicteren met hun persoonlijke belevingswereld. I ASK is een methode die het rechtstreekse contact met de leerling optimaliseert. Onontbeerlijk voor het voeren van een open dialoog in een leerlingengroep.

9. MARKETING EN COMMUNICATIE: #MIJNStedelijkMuseumAlkmaar

Campagne

De campagne voor *Allemaal Alkmaar* start dit voorjaar met de verspreiding van het boekje #MIJNStedelijkMuseumAlkmaar en online publicatie verhalen daarin. Deze fungeren als een teaser voor de nieuwe collectiepresentatie. #MIJNStedelijkMuseumAlkmaar is een verhalenbundel waarin 24 Alkmaarders van alle leeftijden en allerlei pluimage hun binding met een collectiestuk duiden. Een zelfgekozen schilderij of object uit de collectie vormt de aanleiding voor een persoonlijk verhaal. De persoonlijke verhalen bij de collectiestukken zetten we onder andere in voor een reeks in de regionale Alkmaarsche Courant. Lezers leren de betrokkene beter kennen, maar gaan ook met andere

ogen naar het voorwerp kijken. Tezamen vormen de verhalen een veelkleurig en caleidoscopisch beeld van de Alkmaarse bevolking, en van de museumcollectie. De persoonlijke verhalen bij de collectiestukken zetten we onder andere in voor een reeks in de regionale Alkmaarsche Courant.

De mini-tentoonstellingen #MIJNStedelijkMuseumAlkmaar die elk half jaar als interventie aan de collectiepresentatie worden toegevoegd, zijn op dezelfde grondgedachte gebaseerd (Hoofdstuk 6). Dit concept vormt de kern van onze propositie voor *Allemaal Alkmaar*:

Propositie

Laat de collectie van Stedelijk Museum Alkmaar je inspireren met verhalen, kunst en geschiedenis; van vroeger tot nu. Welk verhaal past bij jou?

Enkele maanden voor de opening van *Allemaal Alkmaar*, in de periode dat de museumzalen worden verbouwd en opnieuw worden ingericht, geven we de campagne een tweede impuls. Via regionale media roepen we mensen op om een object in te brengen met een persoonlijk verhaal. De insteek is dat het object waarde krijgt door het verhaal dat erbij hoort. Met een selectie van de ingebrachte objecten en verhalen maken we een presentatie die tijdens de openingsweken in de foyer van het museum voor iedereen (gratis) te zien zal zijn.

Openingsweek

De gedachte dat de museumcollectie VOOR en VAN alle inwoners van Alkmaar en omgeving is trekken we door naar het openingsprogramma. Tijdens een feestelijk openingsweekend houden we open huis met allerlei activiteiten in het museum en is *Allemaal Alkmaar* voor iedereen gratis te bezoeken.

Gelijk daarna worden een week lang worden alle scholen uit de regio uitgenodigd om (gratis) de nieuwe museumlessen in *Allemaal Alkmaar* te volgen

In de eerste week organiseren we verder meerdere openingsavonden waarvoor grote groepen uit de regionale samenleving worden uitgenodigd, waaronder:

- Wijkcentra, bibliotheken, lokale verenigingen;
- Winkeliers, horeca, ondernemers, toeristische bedrijfsleven;
- Politiek, overheden, begunstigers en vrienden van het museum.

Op deze manier hopen we zoveel mogelijk inwoners uit de regio te laten ervaren dat Stedelijk Museum Alkmaar een unieke plek is, waar je niet alleen samen kunst en geschiedenis beleeft, maar ook andere mensen ontmoet en nieuwe verhalen met elkaar bespreekt.

Marketing & communicatie

Boodschap

Voor de marketing en communicatie hanteren we als kernboodschap (belofte): Ontdek het hart van Holland in verhalen van toen en nu.

Communicatiemiddelen

Om de juiste mix van communicatiemiddelen in te kunnen zetten hebben we de gewenste doelgroepen vertaald naar ijkpersonen (persona's). Door deze persona's te projecteren op de

samenstelling van de bevolking in de regio kunnen we het huidige en het gewenste bereik van het museum vaststellen en bepalen waarmee, en via welke kanalen we de doelgroepen het beste kunnen bereiken. Een overzicht van de persona's en de bijbehorende communicatieaanpak is in de bijlage opgenomen.

Overige inzet communicatiemiddelen:

- Free publicity;
- Een impactcampagne op social media en NH Media;
- Gratis toegang;
- Distributie van een folder over het vaste aanbod;
- Acties met samenwerkingspartners zoals Alkmaar Marketing, Vriendeloterij, Museumvereniging, mediapartner NH Media.

Sales

Er worden gemeenschappelijke salesacties en barterdeals met diverse intermediairs en organisaties opgezet en arrangementen in diverse prijssegmenten in de markt gezet. Op dit gebied werken we samen met destiniemarketingpartners, zoals Alkmaar Marketing, VVV Hart van Holland en Holland Boven Amsterdam. Verder organiseren we lokale acties voor Alkmaarders, zoals aanbiedingen voor houders van de Alkmaarpas en speciale openstellingen op winkelavonden i.s.m. binnenstadondernemers.

10. ORGANISATIE EN PLANNING

Organisatie

De collectiepresentatie *Allemaal Alkmaar* wordt voorbereid en gerealiseerd door een projectteam onder leiding van projectleider Tessa van den Dolder. Het kernprojectteam bestaat uit conservator oude kunst en stadsgeschiedenis Christi Klinkert, educator Sara van Doorn, hoofd marketing en publiekszaken Eva Groentjes en medewerker partnerships en begunstiger Nadine Filarski.

Het deelproject van de verbouwing van de museumzalen staat onder leiding van het hoofd museale zaken Loet Schledorn. Het in museumbouw gespecialiseerde bureau Toornend Partners zorgt voor advies en begeleiding van dit deelproject.

Het architectonisch ontwerp voor de museumzalen is in handen van Mecanoo architecten uit Delft onder leiding van Dick van Gameren.

De vormgeving van de collectiepresentatie wordt verzorgd door Jelena Stefanovic van Studio OTW. (Voor een eerder tentoonstellingsontwerp in Stedelijk Museum Alkmaar ontving Studio OTW de FRAME Award, een jaarlijkse onderscheiding voor de best vormgegeven tentoonstelling ter wereld.) Voor de grafische vormgeving van *Allemaal Alkmaar* werken we samen met Sappho Panhuysen van Studio Vrijdag.

Een klankbordgroep die bestaat uit vertegenwoordigers van de diverse nieuwe doelgroepen die het museum met de nieuwe presentatie wil bereiken, adviseert de projectgroep bij de ontwikkeling en de uitwerking van de plannen.

De opdrachtgever van het gehele project is Patrick van Mil, directeur van Stedelijk Museum Alkmaar.

Planning

Door het projectteam is de afgelopen periode al veel voorbereidend werk verricht. De selectie van collectiestukken en de inhoudelijke opzet van de verhaallijnen in de presentatie zijn gereed. Voor de vervolgstappen naar realisatie van het project hanteren we de volgende fasering:

- Voorlopig ontwerp: mei 2023
- Definitief ontwerp: juli 2023
- Start verbouwing: november 2023
- Start opbouw en inrichting tentoonstelling: januari 2024
- Opening: april 2024

BIJLAGE

PERSONA'S EN COMMUNICATIEMIDDELEN

De doelgroepen die Stedelijk Museum Alkmaar met de nieuwe collectiepresentatie wil bereiken, zijn vertaald naar ijkpersonen (persona's). Met persona's wordt het eenvoudiger het aanbod af te stemmen op de behoeften van het gewenste publieksbereik. We gebruiken deze persona's voor de individuele bezoekers aan het museum, dus niet voor schoolgroepen. Met de gegevens over de samenstelling van de bevolking van Alkmaar en de vertaling in doelgroepen volgens Whize kunnen we ons huidige en het gewenste bereik in de volgende ijkpersonen visualiseren:

Persona 1: "Berthe"

- Trots op de geschiedenis van Alkmaar en kunstliefhebber
- Heeft kennis van zaken en komt bovengemiddeld vaak in musea
- Vrouw of echtpaar, 60+
- Is de ouder van persona 5
- (zeer) actief in verenigingsleven en uitgaan
- Is belezen/middelbaar of hoogopgeleid
- Valt in Whize groep *Gezellige Emptynesters/ Zorgeloos en Actief*

Persona 2: "John"

- Houdt van pracht en praal/luxe
- Is trots op zijn afkomst
- Heeft zijn leven lang in en om Alkmaar gewerkt
- Wil graag iets nalaten aan komende generaties
- Is (bijna) gestopt met werken en zoekt verdieping en verbinding
- Valt in Whize groep *Luxe leven*

Persona 3: "Rein"

- Is door werk aan de regio verbonden óf is toerist in eigen land/ uit Duitsland
- Voelt zich niet per sé Alkmaarder
- Komt niet zo vaak in een museum maar vindt cultuur wel belangrijk
- Komt vooral in de stad vanwege werk of om te winkelen
- Identificeert zich met 'lef' en 'durf' maar is ook voorzichtig
- Valt in Whize groep *Gewoon gemiddeld*

Persona 4: "Anouk"

- Is wit of heeft een migrantenachtergrond en heeft een laag inkomen
- Woont in de oudere nieuwbouwgordel
- Doet niet vaak iets met cultuur, eerder met bibliotheek, vereniging of sport
- Voelt zich wel Alkmaarder, zeker als AZ speelt
- Heeft vaker dan gemiddeld een gezin en is vaker alleenstaand
- Heeft een lagere of MBO-opleiding gedaan
- Valt in Whize groep *Dromen en rondkomen/Volks en Uitgesproken*

Persona 5: "Nadia"

- Heeft een druk gezin, is middelbaar- of hoog opgeleid
- Woont in de schil rond de oude stad, nieuwe nieuwbouw of in Heiloo
- Geen gebrek aan geld, wel aan tijd
- Doet graag iets met de kinderen waar ze iets van opsteken
- Heeft geen binding met Alkmaar, wel met geschiedenis in het algemeen
- Valt in Whize groep *Plannen en Rennen/Stedelijke Dynamiek*

Overige campagnemiddelen zullen per persona worden uitgewerkt.

Persona	Hoe bereiken we deze doelgroep	Waarom is deze doelgroep van belang voor ons museum
Persona 1 (Berthe)	• Externe (landelijke) communicatie/campagnes • Urgentie (looptijd tentoonstellingen) • Activiteiten en evenementen • Verdiepend aanbod • Werving van leden • Directe communicatie met achterban • Loyaliteitsprogramma's • Donatiestructuur • (Inhoudelijke) kwaliteit en allure	• Doelgroep bezoekt veel musea • Merkenbouw/imago • Economisch draagvlak • Waarborg voor landelijke-en internationale uitstraling
Persona 2 (John)	• Externe (landelijke) communicatie/campagnes • Urgentie (looptijd tentoonstellingen) • Activatie van achterban (ambassadeurs) • Partnerschappen • Fundraising • Directe communicatie met achterban • Loyaliteitsprogramma's • Donatiestructuur • Exclusiviteit • (Inhoudelijke) kwaliteit en allure	• Doelgroep is vermogend • Merkenbouw/imago • Economisch draagvlak • Binding met regionale bedrijven
Persona 3 (Rein)	• Externe collectieve marketing/citymarketing • Fundraising • Verdiepend ingebed aanbod voor gezinnen • Aanbod in EN en DU	• Doelgroep is groeimarkt • Maatschappelijk draagvlak • Economisch draagvlak • Binding met de regio • Ondersteuning citymarketing
Persona 4 (Anouk)	• Externe (regionale) communicatie/campagnes • Verdiepend ingebed aanbod voor gezinnen en scholen • Bereik via samenwerkingspartners	• Doelgroep is groeimarkt • Maatschappelijk draagvlak • Merkenbouw/imago • Inclusiviteit • Binding met de regio
Persona 5 (Nadia)	• Externe (online) communicatie/campagnes • Urgentie (looptijd tentoonstellingen) • Verdiepend ingebed aanbod voor gezinnen en scholen • Donatiestructuur	• Doelgroep doet veel educatieve uitstapjes • Merkenbouw/imago