

20.02.20

PRESENTATIEPLAN

LAAG VOOR LAAGLAND, OP EXPEDITIE IN ETERSHEIM

Het Minimuseum voor archeologie De Waterwolf en de Expedities in Etersheim bieden een unieke gelegenheid om mensen kennis te laten maken met de cultuurhistorie van het Noord-Hollands laagland en de geschiedenis van Etersheim. Maar die kennis wordt je niet op een presenteerblaadje aangedragen. Je moet zelf op verkenning gaan.

In het minimuseum ervaar je aan de hand van een verrassende mix van analoge en innovatieve, digitale publiekspresentaties welke rol dijk, water en bemaling hebben gespeeld in de lokale en regionale historie en de vorming van het cultuurlandschap. Je ontdekt hoe de bewoners door de eeuwen heen droge voeten hebben gehouden. Interactieve elementen versterken de betrokkenheid bij de geboden informatie en dragen zo bij aan informal learning, 'educatie vanzelf'.

Een tweede vorm van beleving bieden we met de expedities in Etersheim. Op deze twee ontdekkingstochten bezoek je aan de hand van een app of begeleid door een gids verschillende objecten en word je gewezen op opvallende kenmerken van de Etersheimer Braakpolder.

Met deze manier van informatieoverdracht bereiken we meerdere doelgroepen, met afstemming op de verschillende kennisniveaus en de behoeften aan verdieping. De aanpak past tevens in het streven naar kleinschalig en duurzaam toerisme in de Etersheimerbraak.



Presentatie

Minimuseum en expedities krijgen volop de aandacht, in diverse op de doelgroepen afgestemde media. Niet alleen op de dag van de officiële opening, maar zeker ook al in de aanloop daarnaar toe. Er verschijnen inmiddels al meer dan een jaar voorpublicaties in de lokale en regionale pers.

Vanaf het moment dat de eerste schep de grond in gaat, zullen we bouwen aan een breed publiek. Met informatie en 'sneak previews' houden we potentiële bezoekers betrokken en geïnteresseerd. Bijvoorbeeld over het archeologisch onderzoek langs de dijk, dat al sinds 2016 plaats vindt. Zo creëren we een sterke achterban.

Voor de openingsdag zoeken we de publiciteit met inspirerende acties, waar bezoekers actief deel aan kunnen nemen. We organiseren een beoordeling door archeologische experts van vondsten die inwoners van de regio gedaan hebben, volgens de formule Kunst en Kitsch/Vondst of Niets. Er is een wedstrijd 'wie zet met deze scherven het snelste de kruik weer in elkaar'. Op Facebook houden we een fotowedstrijd rond het thema 'gelaagdheid', de winnaars mogen als een van de eersten de expeditie met app lopen.

Uiteraard laten we ook na de opening van ons horen. De al actieve website www.etersheimerbraak.nl wordt geüpdate en heringericht. Hier plaatsen we berichten, foto's, filmpjes en links van betrokken partijen als Alliantie Markermeerdijken, overheden, waterschappen en archeologen.

Onze doelgroepen zijn en blijven op de hoogte.

Doelgroepen

Voor het minimuseum en de expedities gaan we een breed publiek trekken. Naar onze overtuiging is er namelijk een flinke belangstelling. De Alliantie Markermeerdijken heeft in een onderzoek vastgesteld dat Erfgoed en Archeologie in de top 5 staat van thema's waarover de bewoners langs de dijk graag geïnformeerd willen worden. De activiteiten in de regio rond de 100-jarige herdenking van de watersnoodramp van 1916 konden rekenen op een enorme deelname.

Er is interesse voor de cultuurhistorie van het Noord-Hollands laagland en de strijd tegen het water, als onderdeel van de nationale geschiedenis, van Nederland als waterland. De aantrekkelijke manier van presenteren, het zelf kunnen beleven van de geschiedenis, in werkelijkheid en virtueel, wordt de factor die die interesse nog eens versterkt.

Door bezoekerscentrum De Breek als uitvalsbasis van open dagen, rondleidingen en lezingen in te zetten, komen bezoekers onvermijdelijk ook bij het ernaast gelegen minimuseum terecht.

Het minimuseum voor archeologie is interessant voor meerdere doelgroepen.

1. Afkomstig uit de directe omgeving.

- bewoners, geïnteresseerd in het verhaal van hun eigen woongebied;
- mensen die geïnteresseerd zijn in de dijkversterking;
- regionale archeologiebeoefenaars en leden van oudheidkundige verenigingen;
- scholieren: groep 6, 7 en 8 van het primair onderwijs en de onderbouw van het voortgezet onderwijs. Omdat de scholieren bovendien meestal uit de regio komen, gaat het hier ook echt over hun leefomgeving.

2. Bezoekers met een brede culturele of cultuurhistorische belangstelling.

Deze bezoekers worden aangetrokken door de landelijke sfeer en de duurzame uitstraling. Binnen deze groepen kunnen we een onderscheid maken tussen afkomstig uit :

- regio en Amsterdam;
- metropoolregio Amsterdam;
- heel Nederland.

3. Internationale bezoekers.

Hun uitvalsbasis zal voor een groot deel Amsterdam zijn.

4. Passanten

Als de dijk versterkt is, komt er een fiets- en wandelpad op de dijk van Amsterdam naar Hoorn. Deze rechtstreekse fietsverbinding zal veel nieuwe bezoekers op e-bikes vanuit de stad trekken. Daarnaast zijn er wandelaars, fietsers en automobilisten, die via andere routes langs Etersheim komen

5. Passagiers zeilchartervaart

Deze bezoekers brengen een gericht bezoek aan de Etersheimerbraak. Zij bereiken de locatie met schepen van de traditionele zeilchartervaart, die afmeren aan een voor hen bedoelde steiger. De steiger wordt geplaatst als de dijkwerkzaamheden afgerond zijn.

De doelgroepen zijn ook op leeftijd in te delen

- Kinderen
- Volwassenen
- Families zonder kinderen
- Families met kinderen
- Ouderen (met kleinkinderen)

Daarnaast is er een onderscheid te maken tussen individuele bezoekers en groepsbezoeken. Voor de Etersheimerbraak is dit relevant, omdat er de afgelopen jaren een forse verschuiving heeft plaatsgevonden van bezoek door passanten naar reserveringen voor groepsbezoek met begeleiding en beleving. Dit vraagt om maatwerk met een meer servicegerichte aanpak en een breder aanbod.

Aanbod

De doelgroepen verschillen deels in interesse en kennisniveau. Daarom bieden we naast algemene en voor iedereen toegankelijke informatie ook verdieping en specifieke doelgroepgerichte informatie.

Een zo direct mogelijk contact met het verleden zorgt voor beleving. Er zijn bijvoorbeeld objecten (scherven) die je zelf mag vasthouden – of zelfs mee naar huis nemen. Daarnaast beleef je het verleden door middel van augmented reality (AR). Ook organiseren we educatieve activiteiten als een snelcursus archeologisch materiaal determineren en storytelling: de verhalen van (fictieve) bewoners uit het verre en minder verre verleden, over waterwolven, watersnoden, de Schat van Etersheim, de tijd van voor de ruilverkaveling etc.

Zo maken we de geboden informatie beter toegankelijk en realiseren we een laagdrempelige kennisoverdracht.

Minimuseum begane grond

- Glazen 'ontdekvitrines' met een enkel object, waarbij door middel van augmented reality (AR) via een beweegbare tablet het hele object en meer informatie te zien is.
- Glazen vitrines voor de ramen, zodat objecten zowel van binnen als van buiten te zien zijn.
- Tweezijdige informatiepanelen in het raam met (cultuur)historische en archeologische informatie. Eveneens van binnen en van buiten te zien.
- Objectvitrines op een wand met tekst en uitleg.
- Een wand met een bodemprofiel, met daarin verschillende objecten. Door aan wielen te draaien verplaats je een virtuele boor door grondlagen. Op de wand wordt daar informatie over geprojecteerd.

Minimuseum verdieping

- Een dijkprofiel op de wand dat beknopte informatie biedt over polderniveaus, grond- en veenlagen, afgraving, bodemdaling en de versterking van de Markermeerdijken.
- Een ronde tafel met projectie van beelden en een quiz of spel. Bezoekers geven hun antwoorden aan met knoppen in de tafelrand. Bij voorkeur in een meertalige versie.
- Een groot tv-scherm voor presentaties aan specifieke doelgroepen, zoals scholieren, oudheidkundige verenigingen etc.
- Verhuur van deze ruimte voor zakelijke en particuliere bijeenkomsten, zoals vergaderingen, workshops en andere bijeenkomsten (maximaal 10 personen). Een mooie, exclusieve locatie met een Hollands polderlandschap als decor. Eenvoudige catering is mogelijk vanuit bezoekerscentrum De Breek.

Expedities Droge voeten en Verdronken dorp

- Twee thematische routes, te volgen met een gids of met een augmented reality app. De app is afgestemd op twee doelgroepen/ kennisniveaus: basisschool groep 7-8 plus brugklassen 1-2 en volwassenen.

- Een Engelstalige versie (volwassenen) is zeker nodig.

Excursies archeologie

Excursies vanuit het bezoekerscentrum naar archeologische opgravingen op open dagen.

Interactieve lesbrief

Scholen in het gebied ontvangen een deels interactieve, digitale lesbrief, die voorafgaand aan een bezoek in de klas behandeld kan worden. Andere scholen kunnen de lesbrief aanvragen.

De lesbrief bestaat uit PDF's met teksten, foto's, filmpjes, illustraties en vragen, is eenvoudig te downloaden en kan offline gebruikt worden.

De lesbrief maakt scholieren bekend met waterbeheersing en de historie van Etersheim. Zo kunnen de waardering voor het cultureel erfgoed en de verbinding met de eigen omgeving groeien.

Wij denken aan een gezamenlijke versie voor groepen 7/8 van de basisschool en de onderbouw van het voortgezet onderwijs, met daarbij een handleiding voor docenten.

- Aanvullend valt te denken aan een schoolexcursiepakket met speurtocht, (foto)opdrachten etc.
- Scholen (basis en VO) staan open voor intensievere samenwerking waar het gaat om schoolexcursies en schooluitjes en -reisjes.

Waar mogelijk zullen we aansluiten op bestaande initiatieven vanuit onderwijs in en rond het gebied. In de gemeente Edam-Volendam wordt bijvoorbeeld een lesprogramma gemaakt voor de diverse schoolgroepen over het cultureel aanbod in de gemeente.

Prioriteiten

Dit aanbod zal zeker niet in één keer gerealiseerd kunnen worden. Wij onderscheiden korte- en langetermijndoelen.

Prioriteit 1: inrichting van het minimuseum, 2020.

Prioriteit 2: ontwikkeling en realisatie van de expedities, 2020-2021.

Prioriteit 3: ontwikkeling van een digitale lesbrief, 2020-2021.

Communicatie

We hebben verschillende doelgroepen en zullen daarom ook deels specifieke kanalen gebruiken, van lokale, regionale en landelijke pers en special interest bladen tot social media, nieuwssites en radio- en tv-zenders. Er is al een goede samenwerking met het Noord-Hollands Dagblad, Eindeloos Magazine (uitgave Bureau Toerisme Laag Holland), lokale weekbladen en lokale tv-zender LOVE.

Minimuseum en expedities worden al lang voor de feitelijke beschikbaarheid onder de aandacht gebracht via digitale platformen, radio / tv en analoge media. Mijlpalen in de realisatie (eerste schep in de grond, eerste paal minimuseum, opleveren casco, opening museum, openingsfestival) bieden daarbij een goede nieuwswaarde. Een belangrijk element dat waar maar mogelijk terug moet komen, is de combinatie van de attractieve waarde en de cultuurhistorische waarde van de beleving. Anders gezegd: 'leuk en leerzaam'.

Kanalen en middelen

Gezien de schaarse middelen zullen we ons in onze uitingen moeten beperken. Daarom zullen we zoveel mogelijk focussen op samenwerking met andere partijen in de Etersheimerbraak. We hebben ook goede relaties met de ANWB/BTLH en websites die (gratis) dagjes uit promoten. Via deze en andere netwerken zullen we ons vooral richten op het verkrijgen van free publicity.

- Flyers en posters

Verspreiding via toeristische hotspots (de grote bezienswaardigheden) en VVV-kantoren in de regio. Aanlevering (ook) aan gemeenten in de regio. Belangrijk punt: duidelijke routebeschrijving naar de Etersheimer Braakpolder opnemen. Denk ook aan Engelstalige versie(s).

- Persberichten

Een persbericht brengt Etersheim onder een breed publiek. Daarbij beperken we ons tot nieuws dat ook echt een persbericht waard is, zoals openingen van locaties, de afgeronde restauratie van een object, bijzondere vondsten.

- Persrondeleiding

- Een nieuwsbrief zorgt voor betrokkenheid. Hij houdt 'fans van Etersheim' op de hoogte en kan leiden tot herhaalbezoek. Om die reden is een regelmatig verschijnende nieuwsbrief zeker het overwegen waard.

- Digitale aanwezigheid

De Stichting Etersheimerbraak heeft nog geen Facebookpagina. Er is wel een website. De laatste zou uitgebreid kunnen worden naar een portal waar alle betrokken partijen – van provincie, gemeenten en hoogheemraadschap tot de Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed en de Alliantie Markermeerdijken - hun nieuws met betrekking tot het gebied kunnen melden. Het kan daarbij gaan om groot en klein nieuws, van de eerste paal tot de opening, van het vinden van een sponsor voor een project tot een bijzondere archeologische vondst.

Het portal kan ook ruimte bieden aan details en achtergrondinformatie, direct daar te zien of via links op de websites van de betreffende partijen.

Het lijkt ons gezien de kracht van het medium wel zinvol om ook een Facebookpagina te hebben, met een min of meer parallele nieuwsstroom. Daar kunnen ook berichten geplaatst worden die op de actualiteit inspelen en/of een meer wervend karakter hebben. Daarnaast kan ook gedacht worden aan kanalen als Instagram.

- Website

Actueel nieuws

Initiatief en doelstellingen

Blogs, bijvoorbeeld over voortgang archeologisch onderzoek.

Door derden aangeleverd, geen eigen capaciteit beschikbaar.

Informatie en boekingen: expedities, groepsbezoek,

arrangementen, huur verdieping

Activiteitenagenda

Merchandising (sleutelhanger met waterwolfje, pennen gemaakt van gevonden hout, 'schervenchocolaatjes' etc.)

- Social media

Plaatsing op Instagram en gekoppelde automatische plaatsing op Facebook. Voor meer activiteiten is (vooralsnog) geen capaciteit.

- Korte filmpjes waarin je ervaart hoe de augmented reality in het minimuseum en de expeditie-app je laten zien wat er niet is.

- Openingsacties die mensen uitnodigen om mee te doen, een bijdrage te leveren, actief te zijn. Gedachte: "de opening is meer dan een lintje doorknippen, er is iets te doen vandaag, daar wil ik bij zijn."

- De route van de twee expedities aan laten sluiten op aangrenzende wandel- en fietsroutes en ook als zodanig door bebording (gemeente/ANWB) aan laten geven.

- Verhuur van de verdieping

Informatiebrochure (leaflet) met overzicht verhuurmogelijkheden zakelijk en particulier.

Zakelijke platforms voor exclusief vergaderen.

- Brochure met 'de verhalen van Etersheim'. Daarin kun je nog eens teruglezen wat je tijdens je museumbezoek/expeditie allemaal ontdekt hebt.

Tegen betaling te verkrijgen. De waarde van de brochure zorgt er voor dat hij langer bewaard wordt en vergroot zo de kans dat meer mensen kennis maken met de Etersheimer Braakpolder.

Omdat er diverse projecten in ontwikkeling zijn, zal de brochure niet volledig kunnen zijn. Wel valt te denken aan een latere, geüpdate versie. Informatie over lopende projecten kan eventueel op losse leaflets verstrekt worden.

- Zeilchartervaart

De 'bruine vloot' is geïnteresseerd in samenwerking, er is inmiddels een intentieverklaring getekend. Arrangementen zullen t.z.t. ook op de websites van de organisaties vermeld moeten worden.

- Mailings naar scholen in de directe omgeving.

- Bijeenkomst speciaal voor BTLH (Bureau Toerisme Laag Holland) en VVV's.

- Informatie aan/samenwerking met Instituut voor Natuureducatie.

Planning

We houden de regie van de communicatie in eigen hand. Planning en organisatie aan de hand van een communicatiekalender als leidraad voor de externe communicatiemomenten. Voorwaarde: goed bijhouden/actualiseren, alert zijn op het inzetten van social media op de juiste momenten.

Evaluatie

Een inschatting van de belangstelling in cijfers maken is lastig, maar het is wel mogelijk te kijken naar de aantallen mensen die nu al voor recreatieve en educatieve doeleinden naar Etersheim komen. Het ligt immers in de lijn der verwachting dat in elk geval een behoorlijk deel van deze groep in de toekomst ook het archeologisch minimuseum zal aandoen. Volgens opgave van de Stichting Etersheimerbraak trekt het gebied momenteel op jaarbasis zo'n 23.000 bezoekers. Dat is een mooie potentiële basis en vormt tevens een uitdaging voor dit nieuwe museumaanbod in de polder Etersheimerbraak.

Met een verbetering van de infrastructuur in het kader van de dijkversterking wordt de toegankelijkheid van het gebied sterk verbeterd. Afhankelijk van de voortgang van de dijkversterking streven we naar een verdubbeling van het aantal bezoekers binnen een termijn van 5 jaar.

Een halfjaarlijkse evaluatie van bezoekersaantallen en -kenmerken kan inzicht bieden in de effectiviteit van de genomen koers, acties en de middelenmix. Waar gewenst kan dan bijsturing plaats vinden.