

MEERJARENBELEIDSPLAN 2015-2020



MEERJARENBELEIDSPLAN 2015-2020

Inhoud

Inleiding.....	2
Positionering.....	2
Missie.....	3
Visie.....	3
Kernwaardes	4
Doelstellingen 2015- 2020.....	6
Versteving exploitatie.....	6
Werkgelegenheid en ontwikkeling tot leerwerkbedrijf.....	8
Ontwikkeling als podium voor oogbranche.....	9
Samenwerkingen/partnerships	9
School en educatie	10
Toegankelijke collectie voor mensen met een visuele beperking.....	11
Innovatie.....	12
Medewerkers en organisatie	14
Merk en bezoek: het creëren van een totaalconcept.....	15
Marketing / communicatie	16

Inleiding

In een tijd van economische recessie en bezuinigingen op kunst en cultuur opende het muZIEum in september 2012 haar deuren. Het muZIEum heeft zich sinds september 2012 gericht op het opzetten van een goede organisatie met een hecht team van vrijwilligers, blinde en slechtziende gidsen en medewerkers. In de komende beleidsperiode gaat het muZIEum zich richten op een gezonde basisexploitatie en de versteviging van de positie van het muZIEum door structurele samenwerkingen in zowel het culturele, zakelijke als het maatschappelijke veld.

De ambitie van dit beleidsplan is om het muZIEum als een sociaal cultureel educatief podium op de kaart te zetten door het aanbieden van een unieke beleving en de daarmee gepaard gaande voorlichting over zien en niet zien. Het muZIEum is een educatieve beleving voor geëngageerde dagrecreanten, voor de onderwijsmarkt en voor de bedrijvenmarkt. De uitwerking van de ambitie zal leiden tot een versterking van de unieke positie die het muZIEum inneemt als educatieve beleving met grote psychosociale impact.

Positionering

Nergens in Nederland kun je een uur lang een tocht maken door de absolute duisternis om te ervaren wat het is om niets te zien. De bezoeker wordt door een gids met een visuele beperking meegenomen op ontdekkingstocht door het dagelijkse leven van een blinde.

De bezoeker ervaart vooral wat de mogelijkheden zijn als je blind bent. Mensen met een visuele beperking hebben een volwaardige rol in de maatschappij. In het muZIEum zijn zij bij uitstek de verteller hoe dat kan. Daarmee is het muZIEum de plek zijn in Nederland waar een breed publiek ervaart hoe het is om niets te zien en zich bewust wordt van het wonder van het zien. Het vormt op die manier een verbinding tussen de wereld van de ziende en die van de niet ziende mens.

Positie in Nederland

Het muZIEum heeft een unieke positie in Nederland. We bewegen ons op het snijvlak van vrijetijdsbesteding en zorg. Het muZIEum zorgt enerzijds door middel van een échte ervaring dat het een duurzaam voorlichtingsvehikel is waardoor we emancipatie en participatie van blinden en slechtzienden in de samenleving bevorderen. Anderzijds is het in de vrijetijdsmarkt een unieke, spannende beleving die iedereen van 8 tot 80 als indrukwekkend ervaart. Daarnaast is het muZIEum een werkplek voor circa 25 blinden en slechtzienden.

Het muZIEum speelt niet alleen een rol in de vrijetijdsmarkt, maar is ook een educatief instrument in de zorgmarkt. Door samenwerking met organisaties uit de oogbranche als Koninklijke Visio en Bartimeus, of innovatieve partijen als I-cane bundelt het muZIEum haar krachten.

Het muZIEum is in 2013 door de ANWB uitgeroepen tot meest innovatieve uitje van Nederland.

Een vakjury heeft 49 uitjes beoordeeld op de volgende onderdelen:

- bijzonder in de markt
- nodigt uit tot samen uit, écht beleven
- positieve bijdrage aan de samenleving
- vernieuwend op een duurzame manier

De jury was onder de indruk van hetgeen het muZIEum neerzet en biedt. *“Uit alles spreekt trots van de betrokkenen op wat ze kunnen laten zien. Het muZIEum is verbindend voor de gemeenschap en vernieuwend in aanbod en beleving. Waar doorgaans ontspanning bij leisure voorop staat is dat hier niet het geval. Een uur in het donker is spannend. De beleving staat centraal. Het is een stoer*

uitje, je hebt wel een verhaal als je de beleving weer uit stapt. Het is vooral edutainment, te associëren met gezondheid en de werking van je zintuigen. De passie van de blinde en slechtziende gidsen is een beleving op zich. Het uitje draagt bij aan de samenleving door het vergroten van het inzicht van het publiek in de wereld van blinden en slechtzienden. Het muZIEum nodigt uit tot samen uit, écht beleven, op een wijze waar beleving en bewustwording op een unieke en vanzelfsprekende wijze samen komen. Een betekenisvolle invulling van cultureel ondernemerschap.”

Positie binnen de stad Nijmegen

Het muZIEum zocht in haar korte bestaan nadrukkelijk naar samenwerking in de stad, met de overige musea en sloot aan bij onder andere het Gebroeders van Limburg festival, het Gelders museumweekend, 24-uur geschiedenis en de Kunstnacht. Ook ontwikkelde het muZIEum een aantal culturele activiteiten in het donker zoals concerten, hoorspelen en toneelstukken. De ambitie van het muZIEum is om in de toekomst structureel onderdeel uit te maken van het Nijmeegse culturele veld. Verder wil het muZIEum een van de partners worden in het cultuurbeleid van de provincie Gelderland. Dit wil zij bereiken door het aanbieden van het muZIEum als uniek podium voor diverse kunstvormen en door formats en samenwerkingen te bedenken met verschillende partijen in de stad.

Missie

Het muZIEum wil de participatie en emancipatie van mensen met een visuele beperking in de samenleving faciliteren door het publiek een uitzonderlijk unieke beleving in het donker te laten ondergaan.

Blinde en slechtziende mensen (volwassenen en kinderen) doen volop mee in de samenleving. Ze wonen bij ons in de buurt, we komen ze tegen in ons werk en ze zijn leerling bij ons op school. De tijd dat blinden en slechtzienden automatisch naar een blindeninstituut en speciaal onderwijs gingen is grotendeels voorbij.

Maar dat wil nog niet zeggen dat het makkelijk is voor blinden en slechtzienden om in de ziende wereld hun weg te vinden.

Onze samenleving is enorm gericht op alles wat met zien te maken heeft. We gebruiken onze ogen de hele dag om te weten waar we zijn, welke kant we op moeten, wat er te doen is, om te lezen, te leren en te genieten. Om nog maar te zwijgen van boos kijken, verliefd kijken en de andere kant op kijken. Zien is immers nauw verbonden met communicatie en emotie. Voor zienden is het daarom lastig om iets te begrijpen van de werkelijkheid van mensen met een visuele beperking. Het muZIEum biedt een unieke kans om aan den lijve te ondervinden hoe deze werkelijkheid er uit ziet en welke gevolgen dat heeft. Zoals met veel dingen in het leven, je moet ze zelf ervaren om te komen tot een beter begrip van de situatie van anderen.

Visie

Het muZIEum staat door middel van de donkerbeleving bekend als een innovatief, sociaal uitje met een hoog edutainment gehalte waar men naar toe gaat om echt iets unieks te beleven. Het muZIEum is de ontmoetingsplek voor zienden en visueel beperkte mensen.

Het muZIEum levert een substantiële bijdrage aan werkgelegenheid van blinden en slechtzienden en is het podium voor maatschappelijk betrokken ondernemingen, bedrijven en instellingen binnen 'de oogbranche'. Daarmee creëert het muZIEum binnen de samenleving bewustwording voor de maatschappelijke participatie en emancipatie van blinde en slechtziende mensen.

Kernwaarden

Het muZIEum bedient twee doelgroepen: enerzijds haar bezoekers: de business kant. Anderzijds willen we ons ontwikkelen tot een leerwerkbedrijf voor de blinde en slechtziende mensen die in het muZIEum werken. Voor beiden doelgroepen zijn kernwaarden geformuleerd.

Bezoekers

De kernwaarden voor de bezoekers zijn uniek, verrijkend, verwondering, sociaal en gastvrij.

Uniek en innovatief

De beleving is uniek in Nederland, de ervaring zegt meer dan woorden. De bezoeker gaat met de medewerkers met een visuele beperking aan de slag met innovatieve middelen en wordt verrast door de mogelijkheden. Het muZIEum is verbindend voor de gemeenschap en vernieuwend in aanbod en beleving.

Verrijkend

Het bezoek laat een blijvende indruk achterlaat bij mensen. Bezoekers kijken ná de ervaring met andere ogen naar hun eigen wereld en naar de wereld van de blinden en slechtzienden. Tijdens de ervaring moet de bezoeker zijn zekerheden loslaten en leren vertrouwen op een ander. De ervaring en het verhaal van de blinde of slechtziende gids zijn optimistisch en inspireren de bezoeker. De vooroordelen worden weggenomen en inzichten over het 'anders zijn' komen hiervoor in de plaats.

Verwondering in ontmoeting

De ontmoeting met de blinde gids in de donkerbeleving verwondert de bezoeker. De rollen worden omgedraaid, de blinde leidt de ziende. Na een bezoek aan de donkerbeleving heeft de bezoeker ontdekt dat hij zijn zekerheden los kan laten en kan vertrouwen op zijn gids. Hij is verrast en onder de indruk over de mogelijkheden in de wereld van de blinden en slechtzienden.

Sociaal

Het bezoek heeft grote sociale impact als de bezoeker ontdekt wat de impact is als je niets ziet in onze visueel ingestelde maatschappij. De geëngageerde bezoeker voelt zich verbonden met zijn gids.

Gastvrijheid

De bezoeker staat centraal bij het ontvangst. Hij/zij voelt zich welkom, wordt behulpzaam en met aandacht de weg gewezen. De gids ontvangt de bezoeker gastvrij in zijn wereld, stelt hem op zijn gemak en zorgt dat hij vol vertrouwen de tocht door het donker in gaat.

Leerwerkbedrijf

De kernwaarden van het leerwerkbedrijf zijn collegialiteit, diversiteit en ontwikkeling, professionaliteit, ambassadeurschap, toegankelijk en sociaal

Collegialiteit

Wij zijn één team dat gezamenlijk werkt aan de missie. We werken samen aan de kwaliteit en de verbetering van de organisatie van het muZIEum. De blinden en slechtzienden zijn het kloppend hart van de organisatie. Zonder hen heeft het muZIEum geen bestaansrecht. Iedereen werkt en telt mee.

Diversiteit en ontwikkeling

Investering in gidsen door opleiding en ondersteuning. Sterke kanten worden benut. We ontwikkelen diverse functies naar mogelijkheden. Vanuit de ervaringen van de medewerkers werken aan de ontwikkeling van onze producten.

Professionaliteit

De gids is trots op zijn beroep en straalt dat uit. De gids geeft deskundige rondleidingen toegespitst op verschillende doelgroepen.

Ambassadeurschap

De blinde en slechtzijnde medewerkers willen vertellen over hun handicap. Zij willen de mogelijkheden laten zien en vooroordelen wegnemen. Zij fungeren ook buiten het muZIEum als ambassadeur van het muZIEum door het geven van presentaties, woordvoering, social media, het schrijven van blogs en werving van nieuwe kandidaten.

Doelstellingen 2015- 2020

Het muZIEum heeft zich de volgende doelen gesteld om voor de komende beleidsperiode de visie te realiseren.

Verstevinging exploitatie

Huidige situatie

Sinds de opening in 2012 heeft het muZIEum zo'n 40.000 bezoekers ontvangen.

Het bezoekersaantal groeit in 2014 uit van 29.000 naar 35.000 bezoekers.

We richten ons nu voornamelijk op de geëngageerde dagrecreant en scholen. Het muZIEum heeft slechts één product: bezoek aan de donkerbeleving. Voor scholen is hier ook een educatief programma aan gekoppeld. Alleen focus op stijging van de bezoekersaantallen maakt de exploitatie kwetsbaar. Daarom gaan we ons richten op de ontwikkeling van meer producten en het bedienen van meerdere markten. Door de beleving verder uit te breiden en toe te spitsen op verschillende klantsegmenten die we willen bedienen kunnen we ook verschillende prijsstellingen hanteren. De zakelijke markt vraagt immers iets anders dan de consumentenmarkt.

Hoe

Consument

De toegangsprijs voor het muZIEum is in de vrijetijdsmarkt aan de hoge kant.

€ 15,- voor volwassenen, € 10,- voor kinderen. Uit onderzoek van de ANWB blijkt dat de consument gemiddeld € 20,- per dag wil uitgeven. Verhoging van de prijs zou voor de consumentenmarkt riskant zijn. Daarom kiezen wij voor 'upselling'. De bezoeker kan zijn bezoek aan het muZIEum zelf 'opwaarderen'. Hij kan kiezen voor het basisproduct de donkerbeleving, wat uit te breiden is met diverse arrangementen. Hierdoor wordt het bezoek aan het muZIEum aantrekkelijker gemaakt en zullen inkomsten uit de horeca toenemen. We ontwikkelen een makkelijke en efficiënte manier om dit te boeken. De bezoeker wordt geprikkeld om meer af te nemen.

Er wordt een 'buitenbeleving' ontwikkeld. De eerste ervaring met de blindenwereld in het muZIEum is de donkerbeleving. Deze ervaring gaan we uitbreiden naar buiten. Dit willen we doen door geblinddoekte wandelingen buiten aan te bieden onder begeleiding van onze gidsen met een blinde geleidehond of gps hulpmiddelen. Dit zullen we gaan ontwikkelen met partners uit de 'oogbranche'. Deze buitenbeleving wordt een aantal keren per jaar georganiseerd en zal herhaalbezoek stimuleren. De buitenbeleving zal bijdragen aan de zichtbaarheid en de naamsbekendheid van het muZIEum omdat we zo letterlijk naar buiten treden.

Scholen

Veel scholen die nu het muZIEum bezoeken zijn al vaste afnemers. Voor de vaste afnemers worden abonnementen ontwikkeld. Door deze abonnementen aan te bieden vergemakkelijken we het reserveren voor de scholen en verzekeren wij ons van een gegarandeerde afname. Het educatieve programma wordt verder ontwikkeld, zie hiervoor de toelichting onder het kopje school en educatie.

We gaan presentaties ontwikkelen voor scholen. Ter voorbereiding op het bezoek aan het muZIEum komt een blinde of slechtziende medewerker op school vertellen hoe zijn leven er uitziet. Deze presentatie kan los van de donkerbeleving worden afgenomen.

Zakelijke markt

Voor de zakelijke markt wordt het bezoek aan de donkerbeleving uitgebreid. De ontmoeting met de gids zet zich ook door buiten de donkerbeleving. We ontwikkelen een speciaal kennismaking/teambuildingspel en na het bezoek aan de donkerbeleving kan er worden nagepraat met de gids. Dit wordt aangevuld met een lunch- of borrelarrangement. Dit product kan ingezet worden voor bedrijfsuitjes of teambuilding met een hoog edutainment gehalte.

Trainingen en teambuilding

Een bezoek aan de donkerbeleving is spannend. De bezoeker moet zich loslaten en durven te vertrouwen op andere zintuigen dan zijn zicht. Bovendien moet hij zich overgeven aan de gids die hem rondleidt. Deze ervaring leent zich bij uitstek voor trainingen. Met externe partijen gaan we diverse trainingen ontwikkelen gericht op teambuilding, weerbaarheid en verandermanagement.

Externe presentaties en voorlichting

We gaan op aanvraag presentaties en spellen ontwikkelen voor die partijen die niet naar het muZIEum kunnen komen maar wel iets willen leren over de wereld van blinden en slechtzienden. Uiteraard worden deze presentaties gegeven door de blinden en slechtzienden werkzaam bij het muZIEum.

Verhuur

Voor culturele evenementen waarbij de afnemer zijn publiek wil laten ervaren hoe je kunst beleeft als je blind bent. Of voor speciale projecten waarbij instellingen workshops of presentaties willen geven gekoppeld aan de donkerbeleving. Dit doen we alleen als dit onlosmakelijk verbonden is aan de missie van het muZIEum en bijdraagt aan de bewustwording omtrent de handicap. Evenementen of projecten die georganiseerd worden door niet commerciële instellingen faciliteren we door middel van barterdeals.

Werkgelegenheid en ontwikkeling tot leerwerkbedrijf

Huidige situatie

De verhalen van onze blinde en slechtziende gidsen zijn het hart van het muZIEum. In Nederland heeft één op de vijf mensen uit deze groep een betaalde baan. Het muZIEum biedt nu aan zo'n 25 blinden en slechtzienden een betaalde baan of een werkervaringsplaats. De blinden en slechtzienden die nu werkzaam zijn in het muZIEum werken alleen als gids in de donkerbeleving.

Hoe

De ambitie van het muZIEum is om binnen een paar jaar een officieel leerwerkbedrijf te worden. Het muZIEum ontwikkelt hiervoor een werkprogramma waarbij blinde en slechtziende mensen kunnen werken in diverse functies. Hieraan kan op verschillende manier invulling worden gegeven: een betaalde baan, als vrijwilliger, als werkervaringsplek na revalidatie, sociale activering of stageplekken. In de komende beleidsperiode worden meerdere functies ontwikkeld buiten de donkerbeleving. Denk hierbij aan gastheer, educator, ambassadeur, presentator, woordvoerder of blogger. Deze functies zullen tevens bijdragen aan de bewustwording van de bezoeker omtrent de handicap.

Hiermee kunnen wij de ontmoeting met de blinden of slechtzienden uitbreiden naar alle facetten van de organisatie. In dit programma werken we nauw samen met de instanties die hiervoor de aanvullende expertise in huis hebben.

Het muZIEum richt zich met name op de empowerment van jongere blinden en slechtzienden. De jongeren kunnen na school immers meteen aan de slag bij het muZIEum en hun kennis meteen toepassen in een professionele omgeving. Hierdoor behouden zij niet alleen hun vaardigheden, maar kunnen zij deze ook verbeteren. De blinde en slechtziende jongeren leren zich presenteren aan derden en moeten presentaties geven voor groepen. Zij laten de ziende bezoeker van het muZIEum ervaren wat er allemaal mogelijk is met innovatieve hulpmiddelen. Bovendien worden zij meteen hun eigen ambassadeur: zij bouwen aan hun eigen netwerk: mogelijk toekomstige werkgevers bezoeken het muZIEum immers ook.

Het muZIEum ontwikkelt daarnaast een expertisepool. Waar ligt de expertise van de blinde of slechtziende en aan welke programma's kan hij een bijdrage geven? Denk hierbij aan voorlichting voor instellingen die te maken hebben met inrichting, werken met blinden, bewustwording etc.

We hebben een actief wervingsplan ontwikkeld. De blinden en slechtzienden die reeds bij het muZIEum werken, zijn hier actief bij betrokken en werven zelf mee.

Voor de uitwerking van dit werkprogramma zullen wij ons wenden tot verschillende fondsen omdat de ontwikkeling hiervan binnen de huidige exploitatie niet haalbaar is.

Ontwikkeling als podium voor oogbranche

Huidige situatie

Het muZIEum heeft het afgelopen jaar verschillende programma's ontwikkeld met partijen uit de oogbranche. Zo werkten we samen met Visio op de dag van de witte stok, organiseerden we met Dedicon een rally zonder zicht en vond de lancering van de I-cane plaats in het muZIEum. Deze ontwikkeling zetten we verder voort. Het muZIEum vormt voor de oogbranche de voordeur naar het ziende publiek.

Hoe

Het muZIEum werkt aan partnerships met de grote blindeninstituten, verenigingen, fondsen en de leveranciers en ontwikkelaars van hulpmiddelen. Er worden programma's ontwikkeld voor de gezamenlijke doelgroepen die interessant zijn voor beiden partijen.

De 'oogbranche' levert expertise en de achterban, het muZIEum, biedt de ervaring. Het muZIEum wil zich profileren als podium voor de oogbranche. Voor de oogbranche betekent dit een groter bereik en meer naamsbekendheid. Het muZIEum verzekert zich zo van een groter bereik bij de doelgroepen van deze instanties.

Samenwerkingen/partnerships

Het culturele veld

Huidige situatie

Door vestiging van het muZIEum in de Stadsschouwburg van Nijmegen is er een bijzondere samenwerking ontstaan. Als vaste bespeler zorgt het muZIEum overdag voor levendigheid in de Stadsschouwburg. 's Avonds kan het muZIEum zich profileren bij de bezoeker van voorstellingen. In de opstartfase is de focus van de samenwerking vooral gericht geweest op het aanpassen en afstemmen van elkaars werkwijzen. De samenwerking willen we verder uitbouwen.

Hoe

Er worden op marketinggebied dwarsverbanden gelegd tussen donkerbeleving en theaterbeleving. Er worden gezamenlijk arrangementen ontwikkeld voor de consumenten- en zakelijke markt. Ook worden artiesten die in de Schouwburg spelen actief benaderd voor een bezoek aan het muZIEum. Een en ander komt tot uiting in de tweet van Youp van het Hek die voor zijn eigen voorstelling de donkerbeleving bezocht:

[muZIEum](#) [31-jan.](#)

[@muZIEum](#)

Gisteren was er voor gids Bart een leuke verrassing geregeld.

Hij mocht [@youpvanthek](#) rondleiden in de donkerbeleving

pic.twitter.com/C5jellmO

[youp](#)

[@youpvanthek](#)

[@muZIEum](#)en ik vond dat fascinerend,
leerzaam & leuk.

[31 jan. 13 11:31 AM](#)

Ook in de stad sluit het muZIEum aan bij culturele activiteiten zoals de Kunstnacht, het gebroeders van Limburg Festival, het Gelders museumweekend en 24 uren geschiedenis. Het muZIEum continueert de ontwikkeling van een programma voor concerten en optredens in het donker en richt zich op bijzondere culturele samenwerkingen.

Samenwerking met maatschappelijk verantwoorde ondernemingen en instellingen

Huidige situatie

Het muZIEum is in 2014 een partnership aangegaan met de Nijmeegse woningcorporaties. Er is een programma ontwikkeld voor de consulenten van de woningcorporaties om meer inzicht te krijgen in de behoeftes van blinden en slechtzienden voor inrichting van hun woning. Het muZIEum zet deze trend van programmaontwikkeling voort.

Hoe

Het muZIEum sluit partnerships met maatschappelijk verantwoorde ondernemingen die ook hun eigen personeel extra inzicht willen bieden. Denk hierbij aan gemeentelijke diensten, ingenieursbureaus en stadsplanning. Instellingen waarbij het personeel te maken krijgt met mobiliteit van stadsbewoners. Dit geldt ook voor organisaties die te maken hebben met gezondheid, werken met blinden en slechtzienden, zorgverzekeraars etc. Door een programma aan te bieden gecombineerd met de donkerbeleving zullen inrichters meer inzicht en begrip krijgen waar men bij blinden en slechtzienden rekening mee moet houden bij inrichting. We ontwikkelen programma's op maat.

School en educatie

Huidige situatie

Het muZIEum is een ervaringsmuseum. De ontmoeting tussen zienden en niet zienden staat centraal. De donkerbeleving is daarom het hoogtepunt van een bezoek aan het muZIEum, daar ontmoeten de bezoekers de slechtziende en blinde gidsen. De donkerbeleving is een op zichzelf staand educatief programma. Deze ervaring maakt dat lesstof rondom zorg & welzijn en maatschappij concreet wordt en uitermate geschikt is voor alle typen onderwijs (van bovenbouw primair onderwijs t/m wetenschappelijke studies), en vakgericht onderwijs voor bijvoorbeeld brandweer of zorg. We willen het programma buiten de donkerbeleving verder uitbreiden zodat er ook ruimte is voor reflectie.

Hoe

Het educatief programma van het muZIEum maakt gebruik van zoveel mogelijk actieve werkvormen om interactie en betrokkenheid bij de leerlingen en studenten te vergroten. Alles draait om bewustwording van zowel jouw rol in de maatschappij, de omgang met mensen die "anders" zijn, als ook de bewustwording van je zintuigen en de mogelijkheden die dat geeft. Na het bezoek heeft de leerling of bezoeker een nieuwe kijk op zichzelf en de ander. Rondom de donkerbeleving bieden wij een educatief programma aan, waarbij opdrachten gerelateerd zijn aan de ervaring die men heeft opgedaan in de donkerbeleving. De opdrachten zijn zo gemaakt, dat ze vakoverstijgend zijn. Scholen worden gestimuleerd vakken en disciplines in samenhang aan te bieden. Het muZIEum combineert vakken als kv, taal, techniek, en biologie.

De komende jaren wordt het educatieve programma verder uitgewerkt in 2 onderdelen:

- 1) *Uitbreiding lesprogramma:* de ontmoeting met onze blinde en slechtziende medewerkers begint in de klas, voorafgaand, maar ook na het bezoek aan het muZIEum. Uit onderzoek is gebleken dat een bezoek aan een museum beter landt als er voorafgaand aan het bezoek al aandacht aan is besteed en er na het bezoek over wordt doorgepraat. Hiervoor moet met medewerking van de blinde expert een educatief programma worden ontwikkeld waarbij de ontmoeting al start voorafgaand aan het bezoek aan het muZIEum en doorgaat nadat men het muZIEum heeft verlaten. Hierbij moeten de blinden en slechtziende medewerkers meedenken hoe ze ervoor kunnen zorgen dat vooroordelen worden weggenomen en hoe er een positieve beeldvorming kan ontstaan over hun visuele beperking. Niet alleen in het bedenken en ontwikkelen spelen jongeren met een visuele beperking een actieve rol, maar ook in de begeleiding en deelname. Is een bezoek aan het muZIEum niet mogelijk, bijvoorbeeld vanwege de afstand, dan wil het muZIEum de mogelijkheid bieden om de ontmoeting tussen ziende en niet ziende virtueel, via Skype, of filmpjes via de website, te laten gebeuren. Juist blinde en slechtziende jongeren kunnen hier een actieve rol in spelen, omdat deze goed aansluiten bij de jongeren die vanuit de school het muZIEum komen bezoeken.
- 2) *Zelf aan de slag:* leerlingen werken met blinden en slechtzienden samen met innovatieve middelen en ontdekken datgene wat hun leven makkelijker maakt (zie ook het kopje innovatie).

Toegankelijke collectie voor mensen met een visuele beperking

Huidige situatie

Het muZIEum beheert de collectie van Le Sage ten Broek. De collectie vertelt de geschiedenis van de blinden in Nederland. De historische hulpmiddelen worden onderhouden en gedeeltelijk tentoongesteld zodat bezoekers hier ook kennis mee kunnen maken. Uiteindelijk willen we de collectie digitaal ontsluiten om zo ook online de museale ervaring door te laten gaan. De zintuigenunits in de foyer van het muZIEum zijn nog niet toegankelijk voor blinden en slechtzienden. Dat staat haaks op onze missie en zal aangepast moeten worden.

Hoe

Om de expertise van onze medewerkers met een visuele beperking in te zetten bij het educatieve programma is het noodzakelijk dat er aanpassingen worden gedaan in de museale presentatie. De verschillende schermen moeten nog uitgebreid worden met spreekfuncties en brailleleesregels, zodat de in het muZIEum werkzame blinden en slechtzienden ook zelf de bezoekers uitleg kunnen geven over de collectie.

Innovatie

Huidige situatie

Buiten de donkerbeleving kan de bezoeker in de foyer door middel van zintuigenunits meer te weten komen over de werking van zintuigen en oudere hulpmiddelen. Daarmee vertellen we de geschiedenis over de hulpmiddelen die er vroeger waren. We willen de komende jaren de brug naar de toekomst slaan.

Hoe

Door samenwerking aan te gaan met de verschillende innovatieve bedrijven binnen de oogbranche. We ontwikkelen niet zelf, maar gaan samenwerken met verschillende innovatieve bedrijven die op dit gebied de expertise hebben en al veel hebben ontwikkeld. Het muZIEum wil aandacht besteden aan de nieuwste ontwikkelingen op het gebied van hulpmiddelen voor mensen met een visuele beperking. Hier denken we aan een soort 'fablab'. Een speciale ruimte waar bezoekers de nieuwste hulpmiddelen zelf uitproberen. Hiervoor wil het muZIEum samenwerken met partijen als Slechtziend.nl, Accessibility, Worldwide Vision, Visio, Bartiméus, TG Lining en Stichting Aangepast lezen. Op deze manier komt de bezoeker in aanraking met innovatieve ideeën en technieken op het gebied van hulpmiddelen voor blinde en slechtziende mensen. Zowel binnen als buiten de donkerbeleving. Visueel beperkte medewerkers van het muZIEum demonstreren de hulpmiddelen en gaan het gesprek aan met de bezoekers. Door een blinde of slechtziende hiermee te zien omgaan, wordt het belang van deze middelen nog eens extra benadrukt. Hoe blinden en slechtzienden op deze manier beter kunnen functioneren in het dagelijks leven gaat zo meer leven bij de bezoeker. Hoe leest een blinde een krant? Wie van onze ziende bezoekers weet bijvoorbeeld dat smartphones en tablets een steeds belangrijker hulpmiddel worden voor blinden? Door de bezoeker te laten werken met tablets met braille leesregels of spraakfunctie, kunnen zij via social media direct in contact komen met blinden en slechtzienden en zo de dialoog aan gaan. We laten onze bezoeker geblinddoekt het muZIEum liken op facebook, iets in het gastenboek op de website te schrijven of ons te volgen op twitter. Dit draagt meteen bij aan de naamsbekendheid van het muZIEum.

Via Games gaan onze blinden en slechtziende medewerkers gaan de strijd aan met onze ziende bezoekers. Door middel van games wil het muZIEum laten zien wat blinde jongeren o.a. aan vrijetijdsbesteding doen. Want ook jongeren met een visuele beperking spelen virtuele games. De bezoeker kan met onze blinde medewerkers deze games spelen. Dit is vooral van belang voor de aansluiting met tieners. Barrières vallen weg als zinden en niet zinden op hetzelfde niveau met elkaar spelen. Handicap speelt dan geen rol meer. En ziende jongeren zullen ervaren dat blinde jongeren net zo zijn zoals zij. Er wordt zo een basis voor gelijkwaardigheid gelegd. We ontwikkelen deze games niet zelf, maar laten zien wat er al bestaat. Daarmee genereren we meteen meer bekendheid voor de instanties die deze expertise in huis hebben.

Medewerkers en organisatie

Huidige situatie

De dagelijkse gang van zaken runnen we met een klein, efficiënt en gemotiveerd kantoorteam van betaalde krachten (5,5 fte). De vloer wordt draaiende gehouden door een grote groep vrijwilligers (ca. 25). Zij assisteren bij het ontvangen van de gasten in het muZIEum en bij andere werkzaamheden zoals educatie en verbetering van de kwaliteit van de organisatie. Met de groep blinde en slechtziende medewerkers werkzaam in de donkerbeleving bestaat de organisatie uit zo'n 50 medewerkers. In de beginfase is de werkorganisatie voornamelijk gericht geweest op het opstarten van de organisatie en het verfijnen van de processen, publieksstromen en bereikbaarheid. De komende jaren willen we ons focussen op de verdere professionalisering van de organisatie.

Hoe

De medewerkers van het muZIEum kenmerken zich door motivatie, efficiëntie en snelheid. De werkzaamheden zijn gericht op de dagelijkse gang van zaken. De komende jaren wordt er geïnvesteerd op het gebied van professionaliteit en zelfstandigheid. Dit houdt in dat er meer aandacht besteed wordt aan vakinhoudelijke ontwikkeling, het nemen van verantwoordelijkheid en meewerken aan de ontwikkeling van en het gestalte geven aan het beleid van het muZIEum. Dit doen we door competentieprofielen toe te voegen aan de functiebeschrijvingen, de functiebeschrijvingen te herschrijven en door de uitwerking van een persoonlijk ontwikkelingsplan. Een klein team betekent ook een hoge werkdruk. We zullen de komende jaren onderzoeken hoe we deze werkdruk kunnen verlichten door werkprocessen efficiënter te maken, adequate ondersteuning te bieden op het gebied van projectmatig werken en indien mogelijk het team uit te breiden.

Voor de vrijwillige medewerkers worden voortgangsgesprekken geïmplementeerd. Tevens is er een klankbordgroep in het leven geroepen om goed te weten wat er speelt in de vrijwilligersorganisatie om zo nodig aanpassingen aan te brengen in de werkwijzen. We houden regelmatig overleggen en brainstormsessies in het donker. Dit doen we om alle medewerkers te doordringen van het kloppend hart van de organisatie: de donkerbeleving. Voor het kwaliteitsbehoud en de kwaliteitsverbetering van de rondleidingen en de totaalbeleving van het muZIEum wordt een aantal trainingen ontwikkeld op het gebied van het geven van feedback en teambuilding. Deze trainingen zijn ervoor bedoeld om zowel op de inhoud als op de vorm van de rondleidingen en overige werkzaamheden de medewerkers ondersteuning, handreikingen en een heldere basis te bieden. Hierin wordt het hele proces van IN en UIT van de bezoekers (hoe komen ze binnen, hoe gaan ze weer weg) benadrukt en tot een geheel gemaakt.

Het geven van de zintuiglijke ervaring aan de bezoekers is een belangrijk onderdeel. Ook het persoonlijke verhaal (hoe ziet mijn leven eruit) is daarbij een belangrijk onderdeel in de ontmoeting tussen zienden en niet zienden. We zoeken naar uniformiteit in de rondleidingen, waarbij we extra aandacht hebben voor de kwaliteiten en talenten per gids.

Er vinden intervisie bijeenkomsten plaats met de gidsen. Zo helpen gidsen elkaar in de ontwikkeling van hun functie. Vrijwilligers gaan ook regelmatig meelopen in rondleidingen om feedback te geven aan de gidsen. Zo werken we continu aan de kwaliteit van de rondleiding.

In een groeiende organisatie is het belangrijk om te blijven investeren in kwaliteit. We zullen kwaliteiten en kernwaardes van de medewerkers inventariseren. Zodat we weten waar ieders kwaliteiten liggen en bij welk programma de medewerker het best ingezet kan worden.

Merk en bezoek: het creëren van een totaalconcept

Huidige situatie

Het muZIEum is gevestigd in de stadsschouwburg. Binnen de stadsschouwburg heeft het muZIEum nog geen eigen gezicht. Voor onze bezoeker is dat verwarrend. We willen de herkenbaarheid van het muZIEum verder ontwikkelen. De organisatie op de vloer en de ontvangst van de bezoekers staat goed maar kan steeds verbeterd worden. De bereikbaarheid voor het boeken van een rondleiding laat af en toe te wensen over. De bezoeker kan via de website wel reserveren, maar nog niet rechtstreeks boeken. In de donkerbeleving ervaart de bezoeker de wereld in absolute duisternis. Ook in de donkerbeleving willen we steeds blijven werken aan de verbetering van de kwaliteit om zo de ervaring verder intensiveren.

Hoe

In een multifunctioneel gebouw waar meerdere partijen aanwezig zijn is het belangrijk dat de eigen identiteit goed staat. Er wordt een plan ontwikkeld voor een duidelijke signing en routing. De verschillende onderdelen van het muZIEum zijn herkenbaar en vindbaar. De huisstijl wordt in alle facetten doorgevoerd.

De beleving, het bezoek aan de donkerbeleving is uniek. Het muZIEum zet in op het aanbieden van een unieke totaalervaring, waarbij de bezoeker ondergedompeld wordt in de beleving van begin tot einde. In het muZIEum staat de ontmoeting met de blinden en slechtzienden centraal. Deze ontmoeting moet verder strekken dan een bezoek aan het muZIEum alleen. De kennismaking met blinden en slechtzienden begint voor de bezoeker al online en virtueel, nog voordat ze een stap in het gebouw hebben gezet.

Van reservering via de website tot de ontmoeting met de gids in de donkerbeleving tot en met het laatste praatje met de vrijwilliger die de jassen aanreikt; alles maakt onderdeel uit van de beleving.

De donkerbeleving is het hart van het muZIEum. Deze behoeft continu onderhoud. We blijven werken aan verbetering en uitbreiding. De komende jaren willen we nog meer elementen gaan toevoegen zodat de zintuigen op het gebied van geur, tast en gehoor nog meer geprikkeld worden. Ook willen we innovatieve hulpmiddelen gaan toevoegen zodat de bezoeker deze ook in de absolute duisternis kan ervaren.

Gastvrijheid is de basis van het bezoek aan het muZIEum. Kwaliteit en alertheid staan voorop. We werken aan gastvrije organisatie. We organiseren (gastvrijheids) trainingen. We zorgen voor een duidelijke organisatiestructuur, huis- en gedragsregels. We gaan tevredenheidsonderzoeken houden onder de bezoekers en de medewerkers. We werken continu aan verbetering.

We verbeteren de telefonische bereikbaarheid en houden regelmatig kwaliteitscontroles. Het nieuw aangeschafte boekingssysteem heeft ook een online module. Wegens de complexiteit van het inboeken van rondleidingen gekoppeld aan gidsen maken we daar nu nog geen gebruik van. We zullen dit online systeem wel verder gaan ontwikkelen zodat we sneller boekingen kunnen verwerken.

Marketing / communicatie

Huidige situatie

Sinds de opening op de nieuwe locatie in de Schouwburg heeft het muZIEum zich in zeer korte tijd met beperkte middelen opnieuw in de markt gezet en veel naamsbekendheid verworven. De website functioneert voldoende maar moet toegankelijker gemaakt worden en aangepast worden voor betere vindbaarheid voor de verschillende klantsegmenten. Het aantal volgers op social media stijgt langzaam maar kan beter. We hebben hard gewerkt aan search engine optimalisation (SEO) en zijn steeds beter vindbaar, maar dit proces vraagt continu om bijstelling.

Hoe

Het muZIEum zal de komende jaren inzetten op het verhogen van haar naamsbekendheid door een geïntegreerde on- en offline aanpak, slimme free publicity en creatieve evenementen. We versterken onze positie lokaal en regionaal, maar zetten ook in op een aantal landelijke publiciteitsmomenten.

In 2014 is het nieuwe boekingssysteem geïnstalleerd wat meer inzicht zal geven in de bezoekersinformatie en er een goede analyse van het klantenbestand gemaakt kan worden. Er zal regelmatig een klanttevredenheidsonderzoek worden gedaan zodat ingespeeld kan worden op de behoefte van de bezoeker.

Relatiebeheer, loyaliteitsprogramma's en aftersales worden een belangrijk onderdeel van de strategie.

De website zal worden aangepast om de verschillende klantsegmenten beter te kunnen bedienen. De navigatie zal opnieuw worden ingedeeld. Er zal meer gewerkt worden met beeld. Met filmpjes en interviews wordt ingespeeld op de beleving. Onze medewerkers worden het gezicht van de organisatie. De verhalen bereiken de bezoeker al vóór het bezoek aan het muZIEum.

Het social media plan wordt verder uitgewerkt en er zal een actieve wervingscampagne komen voor meer volgers. We maken gebruik van onze eigen ambassadeurs community. We zetten onze eigen medewerkers in om mee te werken en ambassadeur voor het muZIEum te zijn. Samenwerkingspartners worden gestimuleerd om de samenwerking met het muZIEum

kenbaar te maken. Bezoekers worden actief bevraagd op het schrijven van beoordelingen en reviews op sites als Zoover.nl of Dagjeweg.nl zodat anderen worden aangemoedigd tot bezoek.

Het proces van SEO vraagt continu om optimalisatie, teksten aanpassen, analyses uitvoeren en weer aanpassen. SEO en google dient te worden ingezet op alle doelgroepen die het muZIEum wil bereiken; dus niet alleen de consumentenmarkt, maar ook de zakelijke markt en het onderwijs.

Het muZIEum wordt geladen als merk waar men zich aan wil verbinden. De bezoeker zelf wordt uiteindelijk door middel van mond-tot-mond reclame zo de beste ambassadeur.