

indisch
herinnerings
centrum

Meerjarenbeleidsplan 2023-2026

Ontdek, Ontmoet, Herinner



Inhoudsopgave	Pagina
Managementsamenvatting	3
1. Het Indisch Herinneringscentrum	4
<i>Missie; Visie; Strategie; Doelgroepen; Doelgroepgerichte benadering; Terugblik en huidige situatie.</i>	
2. Activiteiten van de organisatie	11
2.1 Het IHC als netwerkorganisatie	11
<i>Focus; Samengevat.</i>	
2.2 Kenniscentrum en digitale collecties	12
<i>Focus; Doelgroepen; (Inter)nationaal kennisloket; Collectieplan digitale collecties; Webportaal Indisch Geheugen met Educatief Platform; Samengevat.</i>	
2.3 Tentoonstellingen	15
<i>Focus; Doelgroepen; Tentoonstellingsbeleid en museumregistratie; Semipermanente tentoonstelling (2022-2029); Wisselexposities; Samengevat.</i>	
2.4 Educatie	17
<i>Focus; Doelgroepen; Educatieve strategie; Samengevat.</i>	
2.5 Publieksprogrammering	18
<i>Focus; Doelgroepen; Strategie; Samengevat.</i>	
3 Communicatie	21
<i>Focus; Strategie; Doelgroepsgerichte communicatie; Naamsbekendheid, zichtbaarheid en merkidentiteit; Samengevat.</i>	
4 De organisatie	22
<i>Inleiding; Contactgegevens; Bestuur; Raad van Toezicht; Comité van Aanbeveling; Staf; Beloningsbeleid; Vrijwilligers; Governance Code Cultuur; Financiën; ANBI-status.</i>	

Managementsamenvatting

Wij hebben de afgelopen jaren hard gewerkt om het Indisch Herinneringscentrum (IHC) goed op de kaart te zetten. Dat is gelukt en daar zijn wij trots op. Wij gaan dat de komende jaren consolideren en waar mogelijk verbeteren dan wel uitbreiden. Wel gaan wij onze focus op de doelgroep verleggen naar een jonger publiek en willen wij ons breder in Nederland (dan alleen in Den Haag) en daarbuiten (Indonesië) manifesteren. Er komt een nadrukkelijker focus op PR en communicatie.

Het verleggen van de focus naar een jonger publiek, doen wij zonder de 1^e generaties uit het oog te verliezen. Een centrale positie is weggelegd voor de semipermanente tentoonstelling *ONS LAND. Dekolonisatie, generaties, verhalen* en het webportaal *Indisch Erfgoed Digitaal* (werktitel). In de uitvoering van het beleid in de komende jaren geven wij nadrukkelijk invulling aan diverse aanbevelingen in het adviesrapport *Deel en Verbind. Nederland, Nederlands-Indië, Indonesië* van de *Advies Commissie Versterking kennis geschiedenis voormalig Nederlands-Indië*¹. De centrale positie van Ons Land en het webportaal wordt versterkt door de publieksprogrammering en onze educatieve activiteiten, die meerstemmig, inclusief en actueel zijn (koppeling heden met verleden).

In dit plan vindt u de richting van de Stichting, worden de strategische doelstellingen vertaald in werkdoelen en leest u wat ervoor nodig is om de werkdoelen binnen de gestelde periode te bereiken. De titel *Ontdek, Ontmoet, Herinner* verwijst naar het Indisch Herinneringscentrum als *dé plek waar je ons Indisch verleden leert kennen, je roots kan onderzoeken en waar je ontdekt wat het Indisch-Nederlands verhaal betekent voor het Nederland van vandaag en morgen*. Aan dit meerjarenbeleidsplan is geen begroting gekoppeld. In de jaarplannen worden de activiteiten in detail uitgewerkt met een bijbehorende begroting.

In hoofdstuk 1 gaan wij in op de doelstellingen en strategische richting van het IHC. Wij blikken terug op de eerste 15 jaar en beschrijven waar wij nu staan.

In hoofdstuk 2 worden de belangrijkste activiteiten belicht van het IHC. Wij omschrijven de doelen die wij hebben als netwerkorganisatie (2.1). U wordt meegenomen in de ontwikkelingen met betrekking tot het kenniscentrum en de digitale collecties van het IHC (2.2). Vervolgens leest u over het strategisch beleid met betrekking tot tentoonstellingen (2.3), Educatie (2.4) en de publieksprogrammering (2.5). In hoofdstuk 3 gaan wij in op de strategische communicatie van het IHC, die gericht is op naamsbekendheid, zichtbaarheid en merkidentiteit. Het afsluitende hoofdstuk 4 beschrijft alle belangrijke gegevens van de organisatie en de wijze waarop wij als Indisch Herinneringscentrum opereren.

¹Voor meer informatie over de Commissie Bussemaker:
<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/tweede-wereldoorlog/collectieve-erkenning-indische-gemeenschap/commissie-versterking-kennis-geschiedenis-nederlands-indie>.

1. Het Indisch Herinneringscentrum

Missie

Het IHC **verspreidt en stimuleert kennis en bewustwording over de geschiedenis** van de WO II in Zuidoost-Azië en de dekolonisatie van voormalig Nederlands-Indië door educatie, tentoonstellingen en publieksactiviteiten. **Herinneren, herdenken** en de **betekenis hiervan voor het heden** zijn daarin belangrijke thema's.

Visie

Het IHC geeft als volgt invulling aan zijn missie:

- Het Indisch Herinneringscentrum geeft het Indisch geheugen een waardige plek in de Nederlandse maatschappij zodat de herinnering aan de geschiedenis nooit verloren gaat.
- Wij bieden op professionele en innovatieve wijze een centrale plek (fysiek en online) om kennis op te doen, onderzoek te doen naar je roots, je identiteit te ontdekken en elkaar te ontmoeten.
- Onze verbindende activiteiten maken dat een breed publiek kennis maakt met een actueel en meerstemmig Indisch verhaal vanuit een herkenbare organisatie.
- Zo maken we zichtbaar wat het Nederlands-Indische en Indonesische verhaal betekent voor het Nederland van vandaag en morgen

Strategie

De adviezen uit het rapport *Deel en Verbind* van de commissie Bussemaker (met name de adviezen 3.6, 5.5 en 5.8) zijn leidend voor de uitvoering van onze strategie, waarbij de focus gericht is op jongeren, het webportaal een geïntegreerd Educatief Platform krijgt en *Ons Land* centraal staat als basis voor onze programmering en educatieve activiteiten. **Actualiteit en meerstemmigheid** zijn een basisvoorwaarde. De vetgedrukte onderdelen in dit onderdeel, geven de verbinding met de hieronder beschreven strategische doelstellingen aan.

Het IHC profileert zich in de eerste plaats als één van de vijf herinneringscentra van de WO II in Nederland en werkt voortdurend aan de bestendiging van zijn positie als nationaal herinneringscentrum. Voor deze taak ontvangt de organisatie een instellingssubsidie van het ministerie van Volksgezondheid Welzijn en Sport (VWS).

Het IHC is ook een uitvoerders van de 'Collectieve Erkenning Indische Gemeenschap'. In de eerste plaats als een van de vijf stakeholders/samenwerkingspartners van de 'Pleisterplaats Museum Sophiahof – Van Indië tot nu'; en in de tweede plaats in het kader van de programmaliijn Erfgoed van 'De extra impuls 2021 – 2025'. In dat kader voert het IHC het *Programma Indisch Erfgoed Digitaal* (PIED) uit in samenwerking met het Netwerk Oorlogsbronnen (NOB) en de Koninklijke Bibliotheek (KB). Met de focus op het webportaal bij het kenniscentrum in Museum Sophiahof profileert het IHC zich als **professionele en innovatieve organisatie**, die een **fysieke en online kennisinfrastructuur** biedt.

Als actieve netwerkorganisatie onderhoudt het IHC duurzame relaties met (inter)nationale (oorlogs)erfgoed- en cultuurhistorische organisaties, betrokkenen, belangrijke stakeholders zoals VWS en fondsen, vrienden en vrijwilligers.

De belangstelling voor de WO II in voormalig Nederlands-Indië is na ruim 75 jaar nog altijd groot en lijkt zelfs toe te nemen. Een voorbeeld daarvan is de presentatie van de resultaten van het onderzoeksprogramma *Onafhankelijkheid, Dekolonisatie, Geweld en Oorlog in Indonesië, 1945-1950* op 17 februari 2022. Deze resultaten en de reacties daarop gebruikt het IHC als nieuwe input voor diverse activiteiten. Ook zijn er vele initiatieven, gerelateerd aan de (persoonlijke) geschiedenis van het voormalig Nederlands-Indië, waarbij onder andere tentoonstellingen, theatervoorstellingen, publieksactiviteiten, podcasts etc. worden gemaakt. Het ministerie van VWS draagt daaraan bij met de extra impuls van de Collectieve Erkenning Indische gemeenschap in Nederland 2021-2024².

Het IHC is zowel uitvoerder van projecten en activiteiten (tentoonstellingen, collectiedigitalisering en -ontsluiting, publieksactiviteiten en educatie), als spin in het web³ van het actuele discours over kolonisatie en dekolonisatie. Daarom ziet het IHC voor zichzelf een **centrale en verbindende positie** in het debat dat zal volgen op het eerdergenoemde onderzoek. Met een inclusieve en multiperspectieve benadering in al zijn activiteiten en uitingen, wil het IHC zich op inhoud verbinden met zijn stakeholders en doelgroepen.

De ooggetuigen van de WO II in voormalig Nederlands-Indië zullen er over een aantal jaren niet meer zijn. Wat rest zijn de (ego-) documenten, dagboeken, filmmaterialen enz. De WO II wordt door de generaties die daarna opgroeiden anders bekeken. Ook laten zij zich vaak anders informeren, veelal via internet en digitale middelen. Het IHC volgt de ontwikkelingen in hoe de nieuwe generaties zich bezighouden met en laten informeren over de WO II en speelt daarop in. En dat kan niet zonder de aanloop naar en de nasleep van de WO II en het kolonialisme te belichten. Dit is onderdeel van de **verlegging van de focus naar een jonger publiek**.

Een versterking van PR en communicatie, gericht op de belangrijkste onderdelen van de strategie (de verlegging focus doelgroep, het webportaal en *Ons Land*) draagt bij aan **een consistente merkbeleving** van het publiek en **gerichte doelgroep communicatie**.

In onderstaande confrontatiematrix zijn de sterktes en zwaktes én de kansen en bedreigingen van het Indisch Herinneringscentrum in beeld gebracht. Het is een overzicht van factoren die van invloed zijn op het realiseren van de strategische doelen van de organisatie.

² Voor meer informatie over de Collectieve Erkenning: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/tweede-wereldoorlog/collectieve-erkenning-indische-gemeenschap>.

³ De rol van 'spin in het web' is niet een label dat het IHC zichzelf toebedeelt. Het geeft aan dat mensen het IHC weten te vinden voor en bevragen over onderwerpen die kolonisatie en dekolonisatie aangaan.

<i>Positief</i>	<i>Negatief</i>
<p>Sterktes (intern)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deskundige samenwerkingspartner • Groot en inhoudelijk sterk netwerk • Bouwt aan een kennisinfrastructuur • 'Producten' met een multiperspectieve benadering • Professioneel en innovatief • Een brede aanpak¹ 	<p>Zwaktes (intern)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Moeite met aantrekken jeugd/scholen¹ • Te veel problemen van anderen oplossen² • Gericht op te brede doelgroep • Kwetsbaarheid van een klein team
<p>Kansen (extern)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Het Indisch Herinneringscentrum heeft een unieke positie binnen Nederland • De digitale (re)presentatie voor kennisoverdracht wordt steeds belangrijker • Inzicht hebben/krijgen in behoeften publiek • Behoefte aan kennis/educatie over geschiedenis van voormalig Nederlands-Indië/Indonesië is groot (inhaalslag) 	<p>Bedreigingen (extern)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 'Opdrogen' fondsen • Interne constellatie Museum Sophiahof³ • Oplopende kosten automatisering: hosting onderhoud en beheerkosten van digitale platforms⁴ • Te weinig regie op eigen agenda (druk van buitenaf is vaak groot)²

Toelichting bij confrontatiematrix:

1. De brede aanpak van het IHC is tegelijkertijd de rem op de ingezette richting om jonger publiek te bereiken. Dat vraagt om heldere keuzes van wat het IHC wel en niet gaat doen.
2. Het IHC is een professionele organisatie met een brede opdracht van het ministerie van VWS. Er is geen vergelijkbare organisatie in het Indisch erfgoedveld. Daardoor wordt het IHC voor hele diverse onderwerpen benaderd en regelmatig gevraagd om als adviseur op te treden, zowel door andere musea en erfgoedinstellingen als door particulieren. Aan de ene kant is dat het succes en de bekendheid van de organisatie. Aan de andere kant wordt er zo vaak een beroep gedaan op de expertise van de stafleden van het IHC, dat de focus en uitvoering van de kerntaken in het gedrang dreigen te komen. Dit vraagt om meer regie op de eigen agenda.
3. Museum Sophiahof huisvest meerdere Indische organisaties, die gezamenlijk zoeken naar een evenwicht, waarbij de som der delen een eenduidige uitstraling naar het publiek geeft. In de komende jaren wordt toegewerkt naar een heldere verdeling van activiteiten en diensten binnen Museum Sophiahof, zodat aan de ene kant het grote geheel (Museum Sophiahof) en aan de andere kant de oorspronkelijke taak van elke organisatie – en dus ook die van het IHC – nog beter tot uiting komt.
4. Een serieus aandachtspunt voor de toekomst is wel hoe de kosten van hosting en beheer goed in de hand houden. De kosten voor automatisering stijgen door de extra producten die het IHC gaat aanbieden. Daarbij komt dat de kosten in het algemeen enorm stijgen vanwege de huidige energiecrisis en inflatie.

De strategische doelen 2023-2026 zijn:

- Het IHC heeft een **centrale en verbindende positie** in Nederland op het gebied van de Indische herinnering en Indische organisaties
- Het IHC vormt de **spin in het web** bij het actuele discours met betrekking tot kolonisatie en dekolonisatie.
- Het IHC is **professioneel en innovatief** in de ontwikkeling van producten en activiteiten.
- Het IHC biedt het publiek een **consistente merkbeleving** en **doelgroepgerichte communicatie** en verbindt dat met de aanwezigheid binnen de Pleisterplaats.
- **Actualiteit en meerstemmigheid** staan centraal en is zichtbaar in alle online en offline uitingen van het IHC.
- Het IHC biedt een **fysieke en online kennisinfrastructuur**.

Doelgroepen

Het IHC hanteert twee algemene doelgroepen:

Het 'brede' publiek

Het IHC richt zich in eerste instantie op 'het brede' publiek, iedereen met of zonder kennis, of een (latente) interesse in het Indische verhaal. Zo kunnen de gebeurtenissen van toen en hun impact onderdeel worden van de bredere Nederlandse geschiedenis.

Nederlanders met een Indische, Molukse (en Indonesische) achtergrond, of zij die zich verwant voelen met deze groep

Deze doelgroep van ongeveer 2 miljoen Indische Nederlanders valt weer onder te verdelen in enkele subgroepen ([Indo-]Europeaan, Moluks, Papua, Chinees, etc.) voor wie verschillende soorten activiteiten aantrekkelijk zijn. Het IHC vervult met zijn activiteiten een brugfunctie tussen de Nederlandse-Indische gemeenschap⁴ en de Nederlandse samenleving, maar ook tussen Indisch-Nederlandse groeperingen onderling.

Doelgroepgerichte benadering

Bij de uitvoering van de activiteiten vindt een verdere demografische segmentatie plaats en is er sprake van een doelgroepgerichte benadering. In de uitwerking van dit plan worden specifieke doelgroepen benoemd daar waar het van toepassing is. In de komende jaren gaat het IHC zich meer en meer richten op jongere doelgroepen (18 – 35 jaar). Dat is van belang om relevant te blijven.

⁴ Met Nederlands-Indische gemeenschap bedoelen wij alle mensen met roots in of een band met voormalig Nederlands-Indië.

Terugblik en huidige situatie

Het IHC bestaat ruim 15 jaar. In die periode is een stabiele en financieel gezonde organisatie opgebouwd. Het team is uitgegroeid tot 9 personen. Voor diverse projecten worden tijdelijk mensen ingehuurd en de staf wordt aangevuld met een trouw team aan vrijwilligers, die waardevol werk verrichten voor de organisatie.

Er is een online kennisinfrastructuur opgebouwd met diverse kennissites, waaronder *Indië in Oorlog, 30 Dagen op Zee, Huizen van Aankomst* en *Inclusief Indië*, die geïntegreerd gaan worden met het webportaal *Indisch Geheugen*. Het fysieke kenniscentrum en de educatieruimte vormen een publieksdienst, waar bezoekers met hun vragen/zoektocht terecht kunnen. In Arnhem heeft het IHC de semipermanente tentoonstelling *Het Verhaal van Indië* (2010-2020) gemaakt samen met Museum Bronbeek. Vanaf de start zijn publieksprogrammering en in toenemende mate educatie belangrijke activiteiten van het herinneringscentrum. Het IHC gaf in 2010 het stripboek *De Terugkeer* uit, dat als nationaal geschenk (200.000 exemplaren) werd verspreid bij middelbare scholen. Het stripboek met een educatief katern en lesmateriaal kent inmiddels een derde herziene druk en wordt nog altijd veel gebruikt op scholen.

In het 10^e jaar van zijn bestaan is het IHC van Arnhem naar Den Haag verhuisd, waar het de kwartiermakers rol van *Museum Sophiahof – Van Indië tot nu* heeft vervuld. Museum Sophiahof komt voort uit de Collectieve Erkenning en is de nationale herinnerings- en ontmoetingsplaats die in het teken van de culturele en historische erfenis van voormalig Nederlands-Indië en Indonesië staat. Het kwartiermakerschap is in 2020 overgedragen aan Stichting beheer Sophiahof (SbS). Binnen Museum Sophiahof hebben de diverse organisaties (*founding fathers*) elk hun eigen expertise en vullen zij elkaar aan. Het MHM, het IHC en SbS hebben een beeldbepalende rol en werken gezamenlijk aan een consistent beeld naar buiten van Museum Sophiahof.

Het MHM heeft een divers aanbod waar het de Molukse geschiedenis en verhalen betreft. De kracht van het IHC zit hem in de heldere programmalijnen op basis van actualiteit en meerstemmigheid, die de herinnering van WO II in voormalig Nederlands-Indië en de nasleep daarvan belichten. Gezamenlijk verzorgen zij het tentoonstellingsaanbod binnen Museum Sophiahof. Samen met het Moluks Historisch Museum (MHM) heeft het IHC de semipermanente tentoonstelling *ONS LAND – Dekolonisatie, Generaties, Verhalen* gemaakt in Museum Sophiahof. Daarnaast zijn er meerdere wisseltentoonstellingen gerealiseerd. Het IHC en het MHM hebben hun samenwerking ondergebracht in de operationele Stichting Tentoonstellingen Sophiahof (STS).

Het programma-aanbod van het IHC en het MHM met aanvullende programmering van SbS - die daarvoor een Programmamanager heeft aangesteld - zorgt ervoor dat het complete programma-aanbod in Museum Sophiahof versterkt wordt. De programmering is gekoppeld aan de inhoud van de tentoonstelling *Ons Land*. Gezamenlijk wordt gewerkt aan het optimaliseren van een samenwerking, waarbij de verschillende organisaties elkaar goed aanvullen en ook individueel tot hun recht komen. Met een heldere verdeling van activiteiten en diensten binnen het geheel van Museum Sophiahof, komt de oorspronkelijke taak van elke organisatie – en dus ook die van het IHC – nog beter tot uiting.

Sinds 2021 is het IHC bezig met digitalisering, waardoor de geboden online informatie in de komende jaren aanzienlijk vergroot wordt. Het IHC werkt hierin samen met SMH '40-'45 partners (*Deltaplan Digitalisering*) en Netwerk Oorlogsbronnen en de Koninklijke Bibliotheek (*Programma Indisch Erfgoed Digitaal*). Zo wordt nu al invulling gegeven aan de adviezen van de commissie Bussemaker.

Duurzaamheid staat hoog in het vaandel van het IHC. Bij het maken van tentoonstellingen worden materialen zoveel als mogelijk hergebruikt. Wisseltentoonstellingen worden zo gemaakt dat zij meerdere malen tentoongesteld kunnen worden op eigen locatie of elders. Van elke afgeronde tentoonstelling wordt een gedigitaliseerde versie gemaakt, zodat de inhoud niet verloren gaat voor het publiek. Het IHC maakt geen eenmalige lespakketten, maar richt zich op online lesmateriaal dat voor de lange duur beschikbaar blijft: het Educatief Platform van het webportaal. Het IHC gaat meer programmaconcepten en -bouwstenen ontwikkelen, waardoor de inspanning voor de organisatie kleiner en kosten voor een programma lager zullen zijn. Hierin laten wij onze professionaliteit en innovatieve kracht zien.

Het publiek van het IHC is over het algemeen wat ouder (40+). Dit is een algemeen beeld bij culturele instellingen, echter wij voelen de noodzaak om in de komende jaren een jonger publiek (18-35 jaar) te bereiken. Waarom? Om relevant te blijven. De ervaring heeft ons geleerd dat het geen makkelijke opgave is. In dit meerjarenplan wordt expliciet aangegeven welke activiteiten specifiek voor een jonger publiek georganiseerd worden.

Het IHC neemt in 2022-2023 deel aan het programma *2nd World*. Dit is een programma dat samen met de SMH-organisaties (oorlogsmusea en herinneringscentra) wordt uitgevoerd. Daarin leren stafleden van de organisaties onder andere hoe je nog beter kunt werken vanuit de vraag van het publiek. Het programma helpt ons om steeds beter in te spelen op de behoeften van het publiek. Tijdens het programma staat de *visitor's journey* (klantreis) centraal en gaan de deelnemende organisaties ieder een eigen digitale strategie ontwikkelen. Bij PR en communicatie wordt het geleerde in de praktijk gebracht door gerichte doelgroep communicatie om zo de *visitor's journey* te optimaliseren voor specifieke groepen.

De bijzondere leerstoel *Koloniale en postkoloniale literatuur- en cultuurgeschiedenis* vanwege het IHC is in 2020 zijn tweede termijn ingegaan (tot 1 mei 2025). Bijzonder hoogleraar Prof. dr. R. Raben geeft inhoudelijke adviezen en voedt de medewerkers van het bureau met wetenschappelijke informatie. Vanuit de leerstoel voert hij de volgende activiteiten uit: onderwijs, onderzoek en participatie in publieksactiviteiten van het IHC.

De leerstoel draagt bij aan het stimuleren van kennis en bewustwording over de geschiedenis van kolonialisme, Japanse bezetting en dekolonisatie van voormalig Nederlands-Indië/Indonesië, en (post)koloniale cultuur in Nederland. En op de lange termijn draagt het eraan bij dat het IHC zich als een centrum van (inter)nationaal niveau profileert. Ook voor wetenschappers, journalisten, geïnteresseerden uit het buitenland is het IHC de plek waar je naartoe gaat als je meer wilt leren over de verhalen en de geschiedenis van de Nederlands-Indische gemeenschappen tot de huidige dag.

Het IHC heeft met name bekendheid in de Randstad en is daar steeds meer geworteld. Dit geeft ruimte voor het vergroten van het netwerk en het organiseren van activiteiten in andere delen van het land. Waarom? In de beginjaren heeft het IHC veel activiteiten verspreid over Nederland georganiseerd. Daar bleek veel belangstelling voor. De afgelopen jaren (na de verhuizing naar Den Haag) is de focus van het IHC sterk op Den Haag c.q. de Randstad gericht geweest. Het kwartiermakerschap voor Museum Sophiahof was hier de hoofdreden van. Nu dat is afgerond, wil het IHC in de komende jaren de blik meer naar buiten richten en meer landelijk actief zijn.

Op 8 februari werd het advies van de commissie Bussemaker overhandigd aan staatssecretaris Maarten van Ooijen van het ministerie van VWS. Daarin wordt de Rijksoverheid geadviseerd over hoe op scholen en in bijvoorbeeld musea meer aandacht kan komen voor de geschiedenis van voormalig Nederlands-Indië; en hoe de kennis over die geschiedenis kan worden vergroot. Het IHC ziet voor zichzelf en voor Museum Sophiahof een belangrijke rol in de uitvoering van de adviezen die voorgelegd zijn. Wij gaan nauwgezet volgen welke adviezen overgenomen worden. In ieder geval ondersteunt het rapport de in gang gezette ontwikkeling van het webportaal *Indisch Geheugen* met het Educatief Platform.

2. Activiteiten van de organisatie

Het IHC wil zijn strategische doelen bereiken met een mix van activiteiten, 'producten' en diensten, die door doelgroepgerichte communicatie (online en offline PR en marketing) met elkaar verbonden worden. Daarbij wordt de focus meer en meer gericht op de jongere doelgroep (18-35 jaar) en hebben het webportaal *Indisch Geheugen* en de tentoonstelling *Ons Land* een centrale rol. De uitwerking van de strategische doelen voor de onderhavige periode worden beschreven aan de hand van de kernactiviteiten van het IHC.

2.1 Het IHC als netwerkorganisatie

Focus:

- Het IHC is een centrum op (inter)nationaal niveau: ook voor wetenschappers, journalisten, geïnteresseerden uit het buitenland is het IHC *de plek*⁵ waar je naartoe gaat als je meer wilt leren over de verhalen van de Nederlands-Indische gemeenschappen van 1900 tot nu.
- De tentoonstellingen en het merendeel van de communicatie en publicaties van het IHC zijn tweetalig (Nederlands en Engels).
- Het IHC is actief in heel Nederland en op internationaal niveau streven wij naar minimaal één internationale samenwerking per jaar.

Het IHC heeft als netwerkorganisatie samenwerkingsverbanden met hoofdspelers in het oorlogserfgoedveld, met Indische en Molukse organisaties (zowel binnen als buiten Museum Sophiahof), universiteiten en hogescholen, musea en erfgoedinstellingen. In aanvulling op het ministerie van VWS is het vfonds een belangrijke verbindende en ondersteunende partner.

In de komende jaren wil het IHC zijn netwerk internationaal uitbreiden. In eerste instantie beogen wij een samenwerking met Indonesische counterparts. In oktober 2022 heeft het projectteam van *Museum Bappenas*⁶ een bezoek gebracht aan het IHC en het MHM. Het team wil met de makers van *Ons Land* samenwerken om een nieuw museum in Jakarta op te richten. Het IHC en het MHM kunnen hun kennis en expertise inzetten voor deze samenwerking. Tegelijkertijd spannen wij ons in om de tentoonstelling *Depokkers* in Indonesië (Depok) tentoon te stellen. Hiervoor zijn eerste contacten gelegd met het Erasmushuis in Jakarta.

Binnen het oorlogserfgoedveld wordt duurzaam samengewerkt. Het IHC maakt deel uit van het bestuur van SMH en draagt zo actief bij aan een strategische agenda en gezamenlijk strategische profilering. Begin 2023 is de Stichting WO2NET opgericht door het ministerie van VWS ter ondersteuning van de oorlogserfgoedsector op het vlak van digitalisering, educatie en de bevordering van samenwerking in de sector. In deze stichting worden het Netwerk Oorlogsbronnen en delen van SMH ondergebracht, waardoor PIED en 2nd World samenwerkingen met Stichting WO2NET worden.

⁵ Met 'de plek' wordt uiteraard het IHC in Museum Sophiahof bedoeld, als een van de partners in de Pleisterplaats van de collectieve erkenning. In alle uitingen van het IHC wordt dat helder verwoord, dan wel in beeld gebracht.

⁶ *Bappenas* is het Indonesische nationaal planbureau.

Het IHC vervult een brugfunctie voor de Indische organisaties en erfgoedinstellingen en streeft een verbindende, adviserende en ondersteunende rol na, zowel met de partners in Museum Sophiahof als daarbuiten.

Het IHC volgt nauwgezet de ontwikkelingen in de erfgoedwereld, anticipeert hierop en speelt in op de ontwikkelingen. Als organisatie worden wij dagelijks benaderd met verzoeken en vragen over het koloniale verleden en de dekolonisatie. Dat maakt ons een spin in het web voor dit discours. Wij volgen wat er leeft binnen de verschillende organisaties, zoeken samenwerking en leveren desgevraagd een bijdrage aan de programmering van activiteiten. Tegelijkertijd leert het IHC ook van andere organisaties, door uitwisseling van informatie en praktijkervaring. Door de aanwezigheid in Museum Sophiahof in Den Haag zijn wij nog beter in staat onze brugfunctie te vervullen.

Samengevat

- Het IHC in Museum Sophiahof is een centrum op nationaal niveau en heeft zich als samenwerkingspartner ontwikkeld tot de spin in het web van 'Indisch Nederland', dat een netwerk van verschillende lokale, regionale en nationale en internationale organisaties verbindt, faciliteert en adviseert.

*Dit sluit aan op de strategische doelen: **Spin in het web** en de **Centrale en verbindende positie**.*

2.2 Kenniscentrum en digitale collecties

focus

- Het IHC vervult een centrumfunctie als (inter)nationaal kennisloket met betrekking tot de kennis over voormalig Nederlands-Indië (koloniale periode, WOII, dekolonisatieoorlog, repatriëring, opvang en verblijf in Nederland).
- In 2025 heeft het IHC een online kennisinfrastructuur met een webportaal dat toegang geeft tot alle digitale collecties met Indisch erfgoed in Nederland, met een nadruk op collecties met betrekking tot de 'persoonlijke verhalen', waaronder *oral history*.
- Het IHC biedt een basisinfrastructuur voor educatie én het reconstrueren van gebeurtenissen en familieverhalen en is daarmee uitvoerder van enkele adviezen uit het rapport van de commissie Bussemaker.
- Het webportaal bereikt in 5 jaar tijd 90.000 bezoekers op jaarbasis.

Doelgroepen

- Iedereen die iets wil leren over de Indisch-Nederlandse geschiedenis.
- Personen (jong en oud) die onderzoek doen naar hun familiegeschiedenis.
- Docenten, leerlingen en studenten.

(Inter)nationaal kennisloket

In het Kenniscentrum van het IHC kan het publiek zowel online als offline media raadplegen, waaronder *30 dagen op zee*, *Hellships* en de *collectie Bussemaker*. Daarnaast heeft het IHC een educatieve publieksruimte, waar samen met het MHM de bibliotheek in Museum Sophiahof. De

bibliotheek heeft een specifieke collectie gericht op de Nederlands-Indische en Molukse geschiedenis.

In 2023 worden het Kenniscentrum en de bibliotheek naar de 1^e verdieping verhuisd – het MHM verhuist naar de 2^e verdieping - en worden de ruimtes onderdeel van de publieksfunctie van Museum Sophiahof. De ‘bibliotheek’ wordt omgevormd tot een educatieve publieksruimte, waar schoolgroepen een introductie op hun museumbezoek krijgen. Hier kunnen bezoekers van het museum ook extra informatie vinden. Er komt een video-installatie, met verhalen van 3^e generatie Indische Nederlanders/Molukkers in relatie tot het jaarthema *Leven met Oorlog*. Het aanbod in het vernieuwde kenniscentrum wordt in de jaren daarop uitgebreid en steeds interactiever gemaakt, zodat het qua inhoud verbonden is met de tentoonstelling *Ons Land*.

Het kenniscentrum wordt bemenst door goed opgeleide vrijwilligers. Zij krijgen voortdurend bijscholing over nieuwe onderwerpen, zodat zij goed voor hun taak zijn toegerust.

De bezoekers van het kenniscentrum zijn voornamelijk mensen van 40 jaar en ouder. De jongere doelgroep is nog slecht vertegenwoordigd. De reden daarvoor is dat jongeren vooral online informatie opzoeken en vaak niet genegen zijn hiervoor een instelling te bezoeken. Met de ontwikkeling van het webportaal *Indisch Geheugen* spelen wij in op deze trend, zodat kennis online toegankelijk wordt en daarmee voorziet in de behoefte om snel en efficiënt informatie tot je te kunnen nemen. Dit is één de speerpunten van het *Rapport Deel en Verbind*.

Met de doorontwikkeling tot het ‘vernieuwde kenniscentrum’, dat geschikt is en interessant voor een jonger publiek, willen wij ook een verandering teweegbrengen in de bezoekerssamenstelling van het fysieke kenniscentrum.

Collectieplan digitale collecties

Het IHC heeft in 2021-2022 collectie van particulieren laten digitaliseren en fotograferen. Het betreft egodocumenten objecten en audio/video en beeldmateriaal.

Het IHC maakt hiervoor een collectieplan. Daarin wordt beschreven op welke manier het IHC zijn collectie wil vormen en afbakenen. Het plan focust zich op digitale collectie: persoonlijke verhalen met daarbij objecten die de persoonlijke verhalen ondersteunen en verbeelden, of die iconisch zijn voor een verhaal. In 2023 wordt het gedigitaliseerde materiaal toegevoegd aan de digitale collectie van het IHC.

In het rapport *Deel en Verbind* wordt in advies 4.1 gegeven een ‘Co-Curator Versterking Kennis Geschiedenis Nederlands-Indië/Indonesië aan te stellen’. Als dit advies doorgang vindt, neemt het IHC/Museum Sophiahof hierin zijn rol, aangezien de betreffende objecten vrijwel dagelijks bij ons worden aangeboden.

Webportaal *Indisch Geheugen* met *Educatief Platform*

Het IHC werkt sinds 2022 samen met de Koninklijke Bibliotheek (Metamorfoze) en het Netwerk Oorlogsbronnen aan het *Programma Indisch Erfgoed Digitaal*, dat vanaf 2023 is uitgebreid met het ontsluiten van *oral history* collecties. Het doel van het programma is om het digitale collectieaanbod van bruikbaar en zichtbaar bronnenmateriaal voor ‘Indisch Erfgoed’ substantieel

en duurzaam te versterken, zodat het kan dienen als basisinfrastructuur voor reconstructie (nabestaanden) en educatie. Er wordt een 'Indische Thesaurus' opgebouwd, zodat de verschillende bronnen in een logische samenhang met elkaar verbonden worden. Zo kunnen gebruikers op een gebruiksvriendelijke manier de juiste informatie vinden. De eindresultaten worden eind 2024 gepresenteerd op het webportaal *Indisch Geheugen*.

Het webportaal *Indisch Geheugen* sluit aan op meerdere adviezen uit het rapport *Deel en Verbind*:

- 3.6: "Ontwikkel en onderhoud een educatief platform...";
- 5.5: "Maak bij het ontwikkelen...gebruik van de kernprincipes om zowel inhoudelijke als didactische kwaliteit ter hand te nemen"
- 5.8: "Ontwikkel en onderhoud een dynamisch digitaal platform waarin erfgoed, onderwijs en publiek samenkomen."

De in het rapport (5.2) verwoorde "Kernprincipes voor educatieve producten en praktijken" kunnen wij direct toepassen bij het Educatief Platform. De adviezen worden toegepast bij de ontwikkeling van het webportaal met het Educatief Platform.

Met het Educatief Platform willen wij verandering brengen in het feit dat het onderwerp voormalig Nederlands-Indië zijn relevantie mist in het onderwijs. Dat doen wij door het Educatief Platform uit te werken tot een breed opgezette digitale educatieplek voor leerlingen, studenten en onderwijsprofessionals; met aandacht voor de geschiedenis van voormalig Nederlands-Indië en de dekolonisatie. Het platform voorziet in een tijdlijn, bronmateriaal en opdrachten. Het al bestaande online educatieplatform *Inclusief Indië* wordt geïncorporeerd in het Educatief Platform.

Wij werken toe naar een platform dat relevant is voor zowel de lessen in geschiedenis, als in maatschappijleer en burgerschapsvorming. In 2027:

- Gebruiken docenten en leerlingen het platform actief voor hun lessen in geschiedenis, maatschappijleer en burgerschapsonderwijs in relatie tot voormalig Nederlands-Indië.
- Vormt het Educatief Platform het centrale punt voor het onderwijs in relatie tot voormalig Nederlands-Indië, en biedt het een omgeving voor docenten en leerlingen waar zij andere lespakketten en online initiatieven op kunnen slaan.

De reguliere activiteiten van het IHC (publieksprogrammering, educatie en *Ons Land*) versterken en ondersteunen de inhoud en het gebruik van het webportaal. Deze wisselwerking is van groot belang.

In de periode vanaf 2024, krijgen het beheer, het behoud en de doorontwikkeling van het webportaal *Indisch Geheugen* een duurzaam karakter. Het IHC werkt samen met het NOB in 2023 een concreet plan met begroting uit, waarin beschreven wordt hoe de werkzaamheden voor het webportaal zich verhouden tot de reguliere taken en werkzaamheden van het IHC en het NOB. Dit zal bestaan uit twee deelplannen.

Samengevat

In 2027 vervult het IHC (met zijn on- en offline media) een centrumfunctie als (inter)nationaal kennisloket voor alle zaken over voormalig Nederlands-Indië in relatie tot de WOII, dat in 2027 op jaarbasis 90.000 bezoekers heeft. Daarbij geeft het IHC invulling aan de adviezen 3.6, 5.5 en 5.8 uit het rapport *Deel en Verbind*.

*Dit sluit aan op de strategische doelen: **fysieke en online infrastructuur en professioneel en innovatief.***

2.3 Tentoonstellingen

Focus

- Een divers, meerstemmig en actueel (fysiek en digitaal) tentoonstellingsaanbod in museum Sophiahof, dat aansluit op de behoeften van de diverse doelgroepen en in toenemende mate de jongere doelgroep (18-35 jaar).
- Een duurzaam tentoonstellingsbeleid: We streven naar herplaatsing van tentoonstellingen, hergebruik van materialen en digitaal maken van afgeronde tentoonstellingen.
- Museum Sophiahof is in 2027 een officieel Geregistreerd Museum.
- in 2027 het bezoekersaantal van het museum op het niveau van 20.000 per jaar.

Doelgroepen

Het 'brede' publiek. En daarbinnen specifiek gericht op:

- Personen of groeperingen, die vanuit hun familie of gedeelde geschiedenis verbonden zijn met voormalig Nederlands-Indië.
- Cultuurliefhebbers, individuele bezoekers die geïnteresseerd zijn in geschiedenis, cultuur en kunst.
- Docenten, leerlingen en studenten.

Tentoonstellingsbeleid en museumregistratie

Bij zijn tentoonstellingsbeleid hanteert het IHC de ICOM-museumdefinitie.

Binnen *Museum Sophiahof – van Indië tot nu* verzorgen het IHC en het MHM de museale presentatiefunctie. Met de tentoonstellingen dragen wij er aan bij dat Museum Sophiahof een publieksvriendelijk, open en relevant museum is voor een breed en divers publiek. In de komende jaren is het streven meer families en jonger publiek aan te trekken door een eigentijds, interactief en vernieuwend aanbod. Het aantrekken van een jonger publiek gaat niet vanzelf. In 2023 slaan het IHC, Het MHM en SbS de handen ineen om een gezamenlijk marketing en communicatieplan op te stellen.

Bij de ontwikkeling van elke tentoonstelling ontwikkelt het IHC (zelfstandig of samen met het MHM) educatieve programma's en randprogrammering. Naast fysieke tentoonstellingen, presenteert het IHC ook tijdelijke en online tentoonstellingen. Met de digitale tentoonstellingen blijven (afgelopen) tentoonstellingen duurzaam behouden.

De tentoonstellingen, in combinatie met programmering en educatie, vormen een congruent aanbod voor bezoekers van Museum Sophiahof. De impuls om het museum te bezoeken, kan voortkomen uit het programma- of educatief aanbod. De aanleiding kan ook de tentoonstelling zelf zijn. De verschillende activiteiten versterken elkaar.

Het IHC/Museum Sophiahof is aangesloten bij de Museumkaart. De toestemming hiervoor geldt gedurende de looptijd van de semipermanente tentoonstelling *ONS LAND – Dekolonisatie, generaties, verhalen*. Daarna moet Museum Sophiahof een geregistreerd museum zijn, dat opgenomen is in het museumregister. In de komende jaren wordt daar naartoe gewerkt. Het doel is om in 2027 de registratie te voltooien.

Semipermanente tentoonstelling (2022-2029)

ONS LAND – Dekolonisatie, generaties, verhalen vormt de vaste basis van Museum Sophiahof. Het actualiseren van *Ons Land* heeft constante aandacht. Door een geïntensiverde PR en marketing willen wij meer bezoekers trekken. Wij streven een jaarlijkse groei in het bezoekersaantal van 25% na.

Wisselexposities

Thema's en onderwerpen uit *Ons Land* worden verder uitgediept in een diversiteit aan wisselexposities. Uitgangspunt daarbij is dat het IHC alleen dan tentoonstellingen zelf maakt als een belangrijk onderwerp/thema nog niet in bestaand aanbod terug te vinden is. De voorkeur gaat uit naar bestaand aanbod van tentoonstellingen, waardoor wij meer energie kunnen inzetten op de ontwikkeling van het webportaal *Indisch Geheugen*, educatie en programmering. In de jaarplannen worden de wisselexposities uitgewerkt.

Samengevat

- Er is een gevarieerd tentoonstellingsaanbod dat in combinatie met programmering en educatie een congruent aanbod vormt voor bezoekers van Museum Sophiahof.
- Museum Sophiahof is in staat gemiddeld een jonger publiek te bereiken.
- Duurzaamheid is een belangrijk aandachtspunt bij tentoonstellingen (hergebruik materialen, bestaand aanbod benutten, digitaal maken beëindigde tentoonstellingen).
- Het bezoekersaantal van het museum is in 2027 is 20.000 per jaar.

*Dit sluit aan op de strategische doelen: **Actualiteit en meerstemmigheid en Centrale en verbindende positie**. De **consistente merkbeleving** en **doelgroepgerichte communicatie** dragen er toe bij dat wij het (beoogde) publiek daadwerkelijk bereiken.*

2.4 Educatie

Focus

- In 2027 is het IHC met het Educatief Platform duidelijk zichtbaar voor het Nederlandse onderwijs m.b.t de geschiedenis van voormalig Nederlands-Indië van 1900 tot nu.
- Het educatief materiaal van het IHC en het educatief aanbod op het Educatief Platform zijn leidend als aanvulling op de bestaande lesmethodes in het onderwijs.
- Docenten, leerlingen en studenten weten het IHC te vinden, zowel online, op locatie als met fysiek materiaal zoals *De Terugkeer*.
- Op jaarbasis bezoeken 50 schoolklassen de *WereldReis* en/of *ONS LAND*
- Het IHC verzorgt op jaarbasis 15 educatieve workshops op diverse locaties in Nederland.

Doelgroepen

Het IHC richt zich met educatie op scholieren, studenten en docenten en maakt daarbij onderscheid in de volgende subgroepen en bijbehorende producten:

- Primair onderwijs (9-12 jr.): *De WereldReis*. De doelgroep wordt bereikt door in te spelen op thema's binnen burgerschapsvorming.
- Voortgezet onderwijs (12-18 jr.): *Inclusief Indië*, *Ons Land* en *De Terugkeer*. De doelgroep wordt bereikt door in te spelen op actuele thema's als migratie, oorlog, culturele identiteit.
- HBO (18-25 jr.): Workshop Dekolonisatie in de Klas. De doelgroep wordt bereikt door in te spelen op de actualiteit/het publieke debat van kolonialisme/dekolonisatie en lesgeven.
- Docenten.

Educatieve strategie

Om onze doelen te bereiken willen wij met onze educatieve materialen opgenomen worden in de leer – en kerndoelen zoals opgesteld door de overheid, en genoemd worden in de geschiedenis – en maatschappijleerlesmethoden. Daarbij willen wij zichtbaar zijn in publicaties zoals die van het expertisecentrum Stichting Leerplan Ontwikkeling (SLO). Ook volgen wij de adviezen uit het rapport *Deel en Verbind* op, onder andere door te werken met de kernprincipes zoals verwoord in advies 5.5 om zo de inhoudelijke en didactische kwaliteit te borgen. Het Educatief Platform sluit zoals hierboven al vermeld aan op de adviezen 3.6 en 5.8.

Met gerichte keuzes in zijn educatief aanbod – en daardoor meer focus op een compact en kwalitatief goed aanbod - verwacht het IHC een toenemend aantal scholieren, studenten en docenten in Nederland te bereiken met het brede Indische verhaal. Met het Educatief Platform bieden wij één centraal punt waar het educatieve materiaal (nu Inclusief Indië, vanaf 2024 het Educatief Platform) samenkomt, waarbij voormalig Nederlands-Indië (koloniale tijd, Tweede Wereldoorlog, onafhankelijkheidsoorlog en migratie) als geheel wordt gepresenteerd. Het educatiemateriaal is net zoals de andere activiteiten van het IHC meerstemmig, inclusief, persoonlijk en actueel.

Om het Educatief Platform en het bijbehorende netwerk verder te kunnen ontwikkelen, is vanaf 2025 een uitbreiding van de educatieve staf noodzakelijk. Dit onderdeel wordt meegenomen in

het plan dat in 2023 wordt opgesteld voor het beheer, behoud en de doorontwikkeling van het webportaal.

In aanvulling op het Educatief Platform, biedt het IHC twee andere educatieve ‘producten’ aan:

- Schoolbezoeken aan *De WereldReis* (PO) en aan *Ons Land* (VO); en de workshop *Dekolonisatie in de klas* (HBO). Alle lessen (PO, VO en HBO) laten zien hoe relevant de geschiedenis van voormalig Nederlands-Indië is - en kan zijn – en hebben links naar de actualiteit.
- *Stripboek De Terugkeer*. De strip bevat een educatief katern met docentenhandleiding (VMBO; HAVO en VWO) en werkbladen.

In 2022 ontvingen wij in totaal 32 schoolklassen: 400 leerlingen van het PO en 445 leerlingen van het VO. Dit aantal gaan wij geleidelijk uitbreiden tot 50 schoolklassen in 2026.

Samengevat

De belangrijkste punten op een rij:

- Focus op een digitale transitie, waarbij de online vindbaarheid, toegankelijkheid en bruikbaarheid van het IHC voorop staat.
- Hoofddoel: Het realiseren van een Educatief Platform dat docenten en leerlingen gebruiken bij lessen en voor achtergrondinformatie en verdieping; met voormalig Nederlands-Indië als één geschiedenis, vanuit verschillende perspectieven en gericht op persoonlijke verhalen; en een duidelijke doorlopende tijdlijn met informatie over voormalig Nederlands-Indië en Indonesië.
- Subdoel: Een verdiepende excursie in de vorm van schoolbezoeken (*De WereldReis*, *Ons Land*, workshops) als aanvulling op het Educatief Platform.
- Op jaarbasis bezoeken 50 schoolklassen de *WereldReis* en/of *ONS LAND* en verzorgt het IHC 15 educatieve workshops op diverse locaties in Nederland.

Dit sluit aan op de strategische doelen: Actualiteit en meerstemmigheid, professioneel en innovatief en fysieke en online infrastructuur.

2.5 Publieksprogrammering

Focus

- Het programma-aanbod leidt bij het publiek tot meer kennis en bewustwording van een gedeelde koloniale geschiedenis.
- In 2027 is 50% van de programmering gericht op de doelgroep 18-35 jaar.
- Een gemiddelde bezettingsgraad van 90% van de capaciteit van de programmalocatie.

Doelgroepen

Het zwaartepunt van de programmering is gericht op:

- Nederlandse jongeren 18-35 jaar, al dan niet met een specifieke Indische achtergrond.

Aanvullend zijn er programma’s voor de groepen die het IHC al goed bereikt en waarvoor minder inspanning nodig is om hen te bereiken:

- Het ‘brede’ publiek

- Nederlanders met Indische, Molukse, Chinese, Papua en Indonesische achtergrond of zij die zich hiermee verwant voelt.
- Geïnteresseerden in de geschiedenis van de WO-II in Nederlands-Indië in al zijn facetten.

Strategie

De publieksprogrammering van het IHC draagt bij aan de positionering van de pleisterplaats, het IHC/Museum Sophiahof als belangrijke speler op het gebied van de geschiedenis van voormalig Nederlands-Indië, specifiek gericht op de koloniale periode vanaf 1900, WO-II, de dekolonisatie en de postkoloniale geschiedenis. Bij de programmering staat de mens centraal met aandacht voor de actualiteit en het persoonlijke verhaal. De programma's leggen een verbinding met de tentoonstellingen en in het bijzonder *Ons Land* in Museum Sophiahof, als ook met het aanbod op het webportaal *Indisch Geheugen*.

Het IHC blijft programma's organiseren voor de algemene doelgroep, maar gaat verder specificeren in programma's voor diverse subgroepen, met een focus op het bereiken van de jongere doelgroep (18 – 35 jaar). In 2022 was ongeveer 30% van de programmering gericht op de doelgroep 18-35 jaar. Het IHC werkt er naartoe dat dat percentage in 2027 gestegen is naar 50%.

Om impactvolle programma's te maken, behandelt het IHC thema's die op de actualiteit inspelen en worden goede, sterke en steeds wisselende sprekers ingezet. Wij werken met samenwerkingspartners, die een groot en inhoudelijk sterk netwerk hebben. Vanaf 2023 wordt het aantal programma's voor de jongere doelgroep verhoudingsgewijs opgevoerd en gaat het IHC vaker landelijk opereren.

De programma's van het IHC zijn inhoudelijk gekoppeld aan thema's van *Ons Land*. Dat maakt programma's van het IHC onderscheidend en in lijn zijn met de doelstellingen en kerntaken van het IHC.

Het IHC streeft naar bekendheid op zowel nationaal als internationaal niveau. In de komende jaren gaan wij op zoek naar nieuwe samenwerkingspartners in het buitenland, voornamelijk in de buurlanden of landen die banden hebben met de geschiedenis van WO-II in Nederlands-Indië.

Samengevat

- Het IHC selecteert deskundige samenwerkingspartners (*impact partners*), die een groot en inhoudelijk sterk netwerk hebben.
- Het IHC maakt eigentijdse programma's, thematisch gekoppeld aan de actualiteit én de semipermanente tentoonstelling *Ons Land* en de wisseltentoonstellingen
- Het IHC werkt met heldere programmaconcepten voor diverse doelgroepen, zodat de impact van de publieksprogrammering van het IHC voelbaar is en sterker wordt in de samenleving. Extra inspanning wordt verricht om de jongere doelgroepen (18 – 35 jaar) beter te bereiken: In 2027 is dat gegroeid van 30% naar 50% van ons publiek.
- De programma's van het IHC worden goed bezocht. Gemiddeld is de zaal tot 90% van de capaciteit gevuld.

*Dit sluit aan op de strategische doelen: **Actualiteit en meerstemmigheid, centrale en verbindende positie en spin in het web.***

3. Communicatie

In dit onderdeel wordt specifiek ingegaan op de communicatie van het IHC als een van de vijf nationale herinneringscentra. Daarnaast zijn wij onderdeel van de pleisterplaats Museum Sophiahof, die wij met de stakeholders samen vormgeven. De aanwezigheid van meerdere organisaties op één adres is soms verwarrend zijn voor buitenstaanders. Om verwarring te voorkomen, wordt samen met het MHM en SbS in 2023 een gezamenlijk marketingplan opgesteld, met richtlijnen over hoe wij allen op een eenduidige wijze richting publiek communiceren en zo van Museum Sophiahof een succes maken.

Focus

- Doelgroepsgerichte communicatie, die aanzet tot (inter)actie én met een focus op jongere doelgroepen.
- Naamsbekendheid en herkenbaar imago als *creator*⁷ en als een verbindende organisatie vergroten.
- De communicatie, en het strategisch nadenken daarover, maakt onderdeel uit van ieder project/elke activiteit in een vroegtijdig stadium.
- Constante aandacht voor *Ons Land* en het webportaal *Indisch Geheugen* in alle communicatie-uitingen.
- Publieksonderzoek (impactmetingen en evaluaties) wordt een standaard onderdeel van de activiteiten van het IHC om zo de behoeften van de diverse publieksgroepen te leren kennen.

Strategie

Het streven is dat in 2027 communicatie een integrale rol heeft bij ieder project.

Het IHC heeft een culturele en maatschappelijke functie. Juist dan is het van belang om bij de communicatie over onze projecten en producten in te zetten op conversie: het uitnodigen om zelf actie te ondernemen. Bij iedere communicatie-uiting probeert het IHC zoveel mogelijk mensen te bereiken, zowel binnen als buiten onze huidige achterban. Dat vraagt om communicatie-uitingen die aantrekkelijk, doelgericht en voor iedereen toegankelijk te zijn.

Sinds 2019 werkt het IHC eraan om niet alleen informatief te communiceren, maar ook persuasief. Het IHC wil een brede doelgroep bereiken en zoveel mogelijk personen uitnodigen tot actie, zoals een nieuwsbriefinschrijving, volger worden of het museum/kenniscentrum bezoeken. De komende jaren zet het IHC dit voort om zo een steeds groter wordende (trouwe) achterban te creëren. Daarin staan uitingen met betrekking tot *Ons Land* en het webportaal *Indisch Geheugen* centraal, waarbij de relatie met adviezen uit het rapport van de commissie Bussemaker steeds gelegd wordt.

Bij de strategische communicatie staan twee onderwerpen centraal: *Doelgroepgerichte communicatie* en *Naamsbekendheid, zichtbaarheid en merkidentiteit*

Doelgroepgerichte communicatie

Sinds 2019 werkt het IHC stapsgewijs aan doelgroepgerichte communicatie met als doel de interactie met de verschillende groepen te verhogen. Deze werkwijze zal zich - met de kennis opgedaan bij het programma 2nd World - nóg verder gaan ontwikkelen in de aanloop naar 2027.

Om doelgroepgericht te communiceren maakt het IHC heldere keuzes:

⁷ De *creator* (schepper) is origineel, intuïtief en creëert graag een ideaal. Wij laten zien dat het IHC vernieuwend is en het vermogen heeft om te ontwikkelen, te bouwen, te presenteren én uit te voeren.

- De focus ligt op het bereiken van de jongere doelgroep (18-35 jaar).
- Voor de verschillende doelgroepen worden stilistische keuzes gemaakt, zowel visueel als tekstueel.
- Projecten en evenementen worden benaderd vanuit het perspectief van de doelgroep: Voor wie is het programma bedoeld? Hoe spreken we die doelgroep aan? Aan welke behoefte(n) wordt voldaan en wat heeft de doelgroep eraan?

De nieuwe huisstijl, die in november 2022 geïntroduceerd is, is een belangrijk middel om de communicatiedoelen daadwerkelijk te kunnen bereiken. Hiermee benaderen wij de verschillende doelgroepen met een passende visuele stijl. Bij de ontwikkeling van de huisstijl is de doelgroep van 18-35 jarigen bewust centraal gesteld.

Met de kennis opgedaan bij 2nd World, maken wij in 2023 een begin met publieksonderzoek (impactmetingen en evaluaties) om zo inzicht te krijgen in de behoeften van de diverse publieksgroepen. Dat wordt zo uitgebreid dat publieksonderzoek in 2027 een standaard onderdeel van de activiteiten van het IHC is.

Naamsbekendheid, zichtbaarheid en merkidentiteit

De nieuwe huisstijl heeft een cruciale rol in de zichtbaarheid van het IHC, zowel als partij binnen Museum Sophiahof als in brede (landelijke en internationale) campagnes. De huisstijl biedt richtlijnen voor hoe het IHC zich richting publiek kan profileren. De nieuwe wijze van communiceren zal het nationale imago van het IHC versterken en zorgt voor een krachtige positionering.

Met de focus op de jongere doelgroep van 18-35-jarigen, is het van belang meer online en hybride aanbod te creëren. Daarom gaat het produceren van nieuwe communicatiemiddelen hand in hand met het samenstellen van hybride vormen van publieksactiviteiten en educatieve projecten. Het IHC gaat vanaf 2023 zijn (communicatie)aanbod verder uitbreiden met podcasts, video (series) en interactieve programma's die on- en offline combineren. Op deze wijze is het IHC in staat meer - en vooral ook jongere - doelgroepen bereiken.

Samenvattend: Het IHC positioneert zich als *creator* en als een verbindende organisatie. Die uitstraling wordt vertaald naar al onze communicatiemiddelen, programma's en projecten.

Samengevat

- Het IHC heeft een doelgroepsgerichte communicatie, die aanzet tot (inter)actie én met een focus op jongere doelgroepen.
- De vernieuwde huisstijl en merkidentiteit van het IHC draagt bij aan een vergrote naamsbekendheid van het IHC met een herkenbaar imago als *creator* en verbindende organisatie.
- Het IHC begint in 2023 met het uitvoeren van publieksonderzoek (impactmetingen en evaluaties), dat in 2027 een standaard onderdeel is van alle activiteiten.

*Dit sluit aan op de strategische doelen: **consistente merkbeleving en doelgroepgerichte communicatie***

4. De organisatie

Inleiding

Stichting Indisch Herinneringscentrum is op 8 november 2007 opgericht. Het IHC staat ingeschreven in de Kamer van Koophandel onder nummer 09176064. Het fiscale (RSIN-) nummer is 8186.53.899. De Stichting IHC is een culturele ANBI en niet btw-plichtig. Het IHC is gehuisvest in en maakt onderdeel uit van *Nationaal Museum Sophiahof – van Indië tot nu* in Den Haag en is één van de vijf stakeholders van de (extra impuls van de) Collectieve Erkenning van de Indische gemeenschap. Het IHC is ook lid van de brancheorganisatie Stichting Musea en Herinneringscentra '40-'45.

Contactgegevens

Adres:
Sophialaan 10
2514 JR Den Haag

Contact opnemen:
info@indischherinneringscentrum.nl
Tel. 070 - 200 25 00

Website: www.indischherinneringscentrum.nl

Bestuur

Yvonne van Genugten, Directeur/Bestuurder

Raad van Toezicht

Henk Itzig Heine, voorzitter
René Laurens
Alexander Scholtes
Magda Wallenburg

Comité van aanbeveling

Bernard Bot	Partner van Meines & Partners, oud-minister van Buitenlandse Zaken
Adriaan van Dis	Schrijver
Hans Goedkoop	Historicus en programmamaker
Martine Gosselink	Directeur Mauritshuis
Thom Hoffman	Acteur en fotograaf
Ernst Jansz	Muzikant/schrijver
Kete Kervezee	Oud Inspecteur-Generaal van het Onderwijs
Sjors van der Panne	Zanger
Winnie Sorgdrager	Minister van Staat
Mei Li Vos	Lid van de Eerste Kamer

Staf

Lisa Aarsen	Medewerker Educatie
Jill Bakker	Medewerker Communicatie en Marketing
Margaret Leidelmeijer	Coördinator Kenniscentrum en Tentoonstellingen
Nienke Nagel	Officemanager/Projectassistent
Romé Mulder	Projectmedewerker Educatie
Yulia Pattopang	Medewerker Publieksactiviteiten
Jan van Rosmalen	Collectiespecialist
Patty Schellekens	Financieel Administratief Medewerker

Beloningsbeleid

De Wet Normering Topinkomens (WNT) is van toepassing. Stichting Indisch Herinneringscentrum volgt de cao Sociaal Werk.

De leden van de Raad van Toezicht zijn onbezoldigd. Zij ontvangen een vergoeding van € 800,- per half jaar en vergoeding van reiskosten.

Vrijwilligers

Het IHC werkt in aanvulling op de staf met vrijwilligers, die assisteren bij diverse werkzaamheden en publieksactiviteiten. Een aantal vrijwilligers werkt in het kenniscentrum om bezoekers informatie te verschaffen. De Stichting geeft vaste vrijwilligers een vrijwilligersovereenkomst. De vrijwilligers zijn onbezoldigd.

Governance Code Cultuur

De Stichting onderschrijft de principes van de Governance Code Cultuur en past deze principes toe. We scheppen waarde voor en in de samenleving. We handelen integer en rolbewust. We besturen zorgvuldig.

Financiën

Het IHC wordt als herinneringscentrum gefinancierd door het ministerie van VWS en ontvangt een jaarlijkse instellingssubsidie. Daarnaast vraagt het IHC subsidies aan voor projecten.

ANBI-status

Het IHC en de Vrienden van het IHC hebben beide de ANBI-status en zijn aangemerkt als culturele instelling.