

# **Beleidsplan SHNI periode 2008-2011**

## **Inhoud**

1. Inleiding
2. Visie
3. Doelstelling
4. Doelgroepen
5. Activiteiten
6. Communicatie en informatievoorziening
7. Organisatie
8. Begunstigers
9. Middelen

## **1. Inleiding**

De Stichting Het Nederlandse Interieur is opgericht op 3 februari 2000. De doelstelling luidt volgens de oprichtingsakte:

1. De bevordering van de belangstelling voor vormgeving, functie en betekenis van het bestaande Nederlandse interieur van woonhuizen, kerken, nutsgebouwen en andere gebouwen uit alle perioden tot heden.
2. De bevordering van de studie van deze interieurs vanuit diverse oogpunten en disciplines.
3. De bevordering van het behoud van deze interieurs en de studie daartoe.

De stichting ontplooit een aantal activiteiten om deze doelen te bereiken. Voor vakgenoten organiseert zij driemaal per jaar een studiedag, waarvoor zij regelmatig een samenwerkingsverband aangaat met andere organisaties of belangenverenigingen. Daarnaast organiseerde de stichting in 2005 een lezing voor een breder cultureel geïnteresseerd publiek, de Lunsingh Scheurleerlezing. Driemaal per jaar geeft de SHNI een nieuwsbrief uit en sinds 2004 heeft zij haar eigen website. Een folder geeft verder bekendheid aan de stichting. Zij heeft inmiddels 375 begunstigers, waaronder circa 50 bedrijven.

Alle activiteiten van de Stichting Het Nederlandse Interieur worden op vrijwillige basis ontplooid door een negenkoppig bestuur. Incidenteel werd er gebruik gemaakt van de diensten van enkele vrijwilligers en van de netwerken van de Raad van Advies. De werklast van de huidige activiteiten wordt weliswaar door diverse bestuursleden als vrij groot ervaren, maar de ambities van het bestuur zijn nog groter. Het werd tijd voor bezinning over de toekomst van de SHNI.

In het najaar van 2006 had het bestuur een aantal bijeenkomsten onder begeleiding van een organisatiedeskundige. De sessies waren erop gericht de doelstellingen aan te scherpen, het ambitieniveau vast te stellen en de activiteiten voor de komende jaren te bepalen. De centrale vraag was wat we in de komende jaren willen bereiken en wat er voor nodig is aan menskracht en middelen om dit voor elkaar te krijgen. Er werden werkgroepjes gevormd die plannen ontwikkelden op diverse terreinen: onderwijs, vakgenoten, pr en financiën. De algemene conclusie is dat de SHNI haar doelstellingen wil aanscherpen, de eigen organisatie efficiënter wil laten opereren en de activiteiten wil uitbreiden.

## **2. Visie**

De SHNI streeft ernaar om het kennisniveau over het Nederlandse interieur op een hoger plan te brengen.

Interieurs vormen de gebruikskant van een gebouw en dragen daarom in belangrijke mate bij aan de betekenis daarvan. Omdat het gebruik van interieurs

aan verandering onderhevig is wordt er voortdurend in de materie ingegrepen hetgeen zowel de bestudering als de instandhouding compliceert.

Het uitgangspunt van de stichting is het interieur als cultuurdrager. Zij wil dit uitgangspunt inhoud geven en uitdragen. Kennisontwikkeling is daarbij cruciaal omdat kennis helpt om de betekenis en culturele waarde van interieurs te bepalen, zowel voor de wetenschap als voor de samenleving.

In de praktijk van monumentenzorg, museumbeheer en andere erfgoedinstellingen is een groeiende belangstelling waar te nemen voor de context waarin interieurs zijn ontstaan en functioneren. Als onderdeel van een gebouw of een museale collectie vormen interieurs, interieurafwerkingen, interieuronderdelen en interieurobjecten een aparte categorie die om specialistische kennis vraagt.

Die behoefte aan kennis bestrijkt het hele gebied van wetenschap, monumentenzorg en musea en bestrijkt een breed scala aan terreinen waaronder: theorievorming, methodologie, idee\_ngeschiedenis, geschiedenis van constructies, materialen, technieken en gebruik, betekenisverlening en waardestelling, verandering van gebruik en aanpassing van interieurs, presentatie, beheer, onderhoud, conservering en restauratie. Elk specialisme draagt op eigen wijze bij aan de opbouw van de kennis over het Nederlandse interieur. Een uitwisseling van kennis tussen specialismen is noodzakelijk.

### **3. Doelstelling**

Het stimuleren van kennisontwikkeling op het terrein van het Nederlandse interieur door het verzamelen, verspreiden en uitwisselen van kennis.

### **4. Doelgroepen**

De doelgroep van de stichting is de groep 'vakgenoten' op het terrein van het Nederlandse interieur:

- Onderzoekers uit verschillende disciplines
- Mensen werkzaam in de monumenten- en restauratiewereld
- (Interieur)architecten en andere ontwerpers
- Eigenaren en beheerders van cultureel waardevolle interieurs

De volggroep van de stichting is: het 'cultureel geïnteresseerde' publiek.

### **5. Activiteiten**

- Studiedagen

De studiedagen (drie per jaar) zijn in het bijzonder gericht op een van de doelgroepen. De keuze van de sprekers weerspiegelt zoveel mogelijk de diverse disciplines. We streven naar een koppeling met een interessante locatie en een afwisseling in dagen met een wetenschappelijk thema (kunsthistorisch of anderszins), een restauratiethema en een 'transformatie' thema. Een uitgewerkt plan voor de studiedagen 2008 (incl. metingen, middelen/dagsponsor en planning) en een globaal plan voor de daaropvolgende drie jaar is in de maak, waaronder de tweede Lunsingh Scheurleerlezing.

- Website

De website heeft verbetering en uitbreiding. Om dit op professionele wijze te kunnen aanpakken gaan wij in deze beleidsperiode over van een HTML-site naar een CMS-omgeving (content management system) waardoor het beheer van de site eenvoudiger wordt.

- Nieuwsbrief

De nieuwsbrief voldoet uitstekend en zal met enkele bescheiden aanpassingen op dezelfde wijze worden voortgezet.

- Opleidingen en Trainingen

De werkgroep opleidingen heeft een plan opgesteld over de mogelijkheden om kennis over te brengen aan specifieke doelgroepen binnen de categorie vakgenoten. De volgende generatie wetenschappers, restauratoren, architecten en ontwerpers wordt opgeleid met wisselende aandacht voor de geschiedenis van het Nederlandse interieur. Hiaten in het aanbod van de bestaande opleidingen kunnen het meest adequaat worden aangepakt in de sfeer van de bijscholing.

Een bijzondere doelgroep zijn de architecten. Zij zijn vanaf 2008 wettelijk verplicht om door bij- en nascholing voldoende op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen in hun vakgebied. Eenzelfde verplichting zal naar verwachting vanaf 2011 voor interieurarchitecten gelden. Dit biedt SHNI de mogelijkheid om met op de beroepsgroep toegesneden cursusprogramma's de waarde van en de kennis over het Nederlandse interieur te belichten, en dieper in te gaan op aspecten als behoud, documentatie, restauratie etc.

Ook onder professionals werkzaam in musea en monumentenzorg is er behoefte aan het delen van kennis en bijscholing. Onderzocht wordt hoe ook deze beroepsgroep door middel van een op te zetten cursusprogramma kan worden bediend.

De te ontplooiën cursusactiviteiten zullen kostendekkend moeten zijn.

## **6. Communicatie en informatievoorziening**

Het imago van de stichting is: betrokken en onafhankelijk. De communicatiemiddelen worden uitgebreid en aangepast aan het nieuwe imago.

De doelstelling van de stichting **stimulering van kennisontwikkeling van het Nederlands interieur** wordt mede bereikt door de inzet van de twee communicatiemiddelen van de stichting: de nieuwsbrief en de website. Site en nieuwsbrief zijn meer dan alleen een nieuwsmedium waarin activiteiten van de stichting en van derden worden aangekondigd; het zijn ook middelen om kennis onder vakgenoten te verspreiden. Deze kennis betreft onderzoeksprojecten, interessante interieurlocaties en bedreigde of te transformeren locaties, opinies van vakgenoten over uiteenlopende interieuraspecten, eigen activiteiten en andere studiedagen en tentoonstellingen van anderen, recente publicaties en dergelijke. Website en nieuwsbrief zullen meer op elkaar afgestemd worden zodat we de vakgenoten, onze belangrijkste doelgroep, het meest effectief kunnen benaderen.

- Flyer

De folder is bijna op hetgeen betekent dat een nieuwe zal worden gemaakt. Een nieuwe strooifolder of flyer is nodig voor het verstrekken van enige basisinformatie over de stichting waardoor mensen zich ook in de toekomst via de flyer als begunstiger zullen opgeven.

- Briefkaarten en e-cards

Het uitgeven van Ansichtkaarten en e-cards dient hetzelfde doel als de flyer: bekendheid geven aan de stichting en aanmeldingsgegevens.

- Persberichten

Bij gelegenheid zullen persberichten worden opgesteld om wapenfeiten of nieuwsfeiten van de stichting kenbaar te maken.

- Interviews

Het bestuur streeft er naar eens per jaar een interview af te geven voor een vakblad waarin de stichting en haar missie voor het voetlicht komen.

## **7. Strategische allianties**

De SHNI participeert in het Platform Mariaplaats, een multidisciplinair platform voor wetenschappelijk onderzoek en de materiële cultuurgeschiedenis waarin ruim tien landelijk opererende instellingen en stichtingen op het terrein van het cultureel erfgoed zijn vertegenwoordigd. Het platform zorgt voor uitwisseling van kennis. Door middel van studiedagen wordt kennis onder de achterban van de aangesloten organisaties verspreid.

Hiernaast kent de SHNI ook enkele andere strategische partners waarmee zij contact onderhoudt en samenwerkt, , onder meer in de vorm van studiedagen. Dit betreft

onder meer de Textielcommissie Nederland, de sectie Kastelen en Landhuizen met een Museale Functie van de Nederlandse Museum Vereniging (NMV), en Icomos Nederland.

## **8. Organisatie**

Het bestuur van de SHNI bestaat uit negen mensen. In de nabije toekomst zullen enkele bestuurszetels vacant komen. Binnen het huidige bestuur is niemand met meer kennis op pr-gebied terwijl daar wel behoefte aan is. Het bestuur gaat op zoek naar een persoon met deze achtergrond om de gelederen op dit punt te versterken.

De ambities van de stichting maken een efficiëntere inzet van de bestuursleden noodzakelijk. Om meer inzicht te krijgen in de verdeling van taken en verantwoordelijkheden waar bestuursleden zich aan committeren zullen profielen worden opgesteld. Er zullen projectleiders worden aangewezen voor verschillende activiteiten waarvan de werkzaamheden in de profielen zullen worden meegenomen.

Verder zijn er enkele vrijwilligers die nog meer bij gerichte taken zullen worden betrokken.

Ten slotte is er gezien de ambities behoefte aan een vaste, betaalde bureamedewerker die een dag per week zal besteden aan notuleren en het voeren van het secretariaat, financiële administratie, ondersteuning bij fondsenwerving, het bijhouden van het begunstigersbestand en de website, het voeren van de regie over de praktische organisatie van studiedagen en het verzorgen van het archief.

## **9. Begunstigers**

- Werving

De begunstigers worden geworven door mond tot mond reclame, door kennismaking op onze studiedagen, via onze folder, de nieuwsbrief en de website. Het bekendmaken van de stichting zal in de toekomst bovendien geschieden door middel van ansichtkaarten en e-cards, persberichten en interviews.

Door gerichte mailing aan verschillende bedrijfstakken die zich bezig houden met interieur zal geprobeerd worden deze categorie fors uit te breiden. Een aparte folder (met propositie) voor bedrijven is gewenst.

- Verschillende soorten begunstigers

Het begunstigersbestand bestaat uit enkele verschillende groepen: particulieren, studenten en bedrijven. De categorie 'bedrijven' bestaat enerzijds uit bedrijven actief op het gebied van ontwerp, restauratie en toelevering van interieurs en

interieuronderdelen, en anderzijds uit instellingen, zoals bibliotheken, musea en dergelijke. De begunstigersbijdragen wisselen per categorie. De bijdrage voor alle categorieën gaat omhoog. Zie onder middelen.

## **10. Middelen**

- Sponsorbeleid

Er zullen enkele structurele sponsors worden gezocht voor een periode van minimaal drie jaar. Voor elke studiedag wordt een dagsponsor gezocht. Het aantal bedrijven dat begunstiger is zal naar verwachting toenemen in de komende beleidsperiode. Gedacht wordt aan een club van ondernemersvrienden, in ruil voor naamsvermelding, websitelinks en kortingen op studiedagen.

- Financieel beleid

Gezien de ambities van de SHNI voor de komende beleidsperiode kan worden gesproken van een doorstart. Om de kosten te dekken zal de begunstigersbijdrage worden aangepast.