



Jaarverslag

MARINIERSMUSEUM 2020

“Het stoerste uitje van Rotterdam”

Inhoud

Voorwoord	1
Personeel en organisatie	3
Bezoekersaantallen	6
Facilitair	8
Museumwinkel	11
Collectie	12
Vaste opstelling & tentoonstellingen.....	17
Marketing, Communicatie & Evenementen	21
Educatie	36
Bedrijfsgegevens	38

Voorwoord

2020 was een jaar van uitersten. Corona zorgde ervoor dat we meerdere malen onze deuren moesten sluiten voor publiek. In totaal is het Mariniersmuseum 103 dagen gesloten geweest, van de 315 dagen dat het wel had gekund. In deze dagen hebben we 13.991 bezoekers ontvangen, dat is 68% van het voorgaande jaar, terwijl we met het team medewerkers alles op alles zouden zetten om een significante groei te realiseren van ruim 20 duizend in 2019 naar ongeveer 25 duizend. Deze cijfers en het feit dat we niet kunnen doen wat we zo graag doen: mensen kennis over het Korps Mariniers bijbrengen, is een teleurstelling.

Maar er waren ook hoogtepunten, waarvan de grootste zijn: het 40-jarig bestaan van het Mariniersmuseum, 25 jaar op de locatie aan de Wijnhaven in Rotterdam, 355 jaar Korps Mariniers en 75 jaar Bevrijding van de stad Rotterdam.

Tussen alle lockdowns door hebben we dit op bijzondere wijze, in klein verband, op 8 december 2020 mogen vieren in het bijzijn van minister van Defensie mevr. Bijleveld, burgemeester van Rotterdam dhr. Aboutaleb en commandant der Korps Mariniers dhr. Mac Mootry. Gezamenlijk verbonden zij een rood lint, verwijzend naar de rode bies op het uniform, om op deze manier de gelegenheid officieel te maken en de tijdelijke tentoonstelling *Helden* te openen.

In dit jaarverslag kunt u lezen hoe het Mariniersmuseum in 2020 in ontwikkeling is gestegen. Verschillende vaste exposities zijn aangepast en verbeterd, er zijn twee tijdelijke tentoonstelling gemaakt en er is door de Vrienden van het Mariniersmuseum bijgedragen voor de ontwikkeling van een digitale, interactieve beleving van de stad Rotterdam over het bombardement op 14 mei 1940, direct erna en de ontwikkeling tot heden. Zo'n 300 historische foto's en 7 stadspanorama's zijn verwerkt in deze nieuwe publiekstrekker. Met het onderzoeksmateriaal hiervan is in de zomer van 2020 de fototentoonstelling *Stad in puin. Rotterdam na het bombardement in beeld* gerealiseerd.

Op verschillende vlakken is verbinding gezocht met de achterban. Zo werden oud- en actief dienende mariniers verrast met een jubileummunt en een speciaal voor hen ontwikkelde historische stadswandeling vanuit het Mariniersmuseum. Via de sociale mediakanalen is extra ingezet op het bereiken van verschillende doelgroepen. Vrijwel wekelijks werden er twee berichten gepost. Eén bericht was gericht op de inhoudelijke collectie van het museum of de historie van het Korps, het andere bericht was een educatief filmpje voor kinderen in

de leeftijd van 6-12 jaar. Speciaal voor deze doelgroep heeft het museum een karakter laten creëren: museummarinier Majoor Maas, gespeeld door onze educator Milan. De museummarinier is tevens ontwikkeld tot een geanimeerd stripfiguur die wordt gebruikt als beelddrager bij educatief materiaal.

Kinderen konden figuur Majoor Maas waarderen en gaven het Mariniersmuseum deze zomer dan ook het cijfer 8,9, hetgeen hoger ligt dan het Maritiem Museum (8,6), doorgaans onze grootste concurrent. Dit zagen we onder meer terug de vele blijde gezichten en aan de winkelomzet. Ook onze vrijwilligers hebben een belangrijke bijdrage geleverd aan deze positieve waardering; zij staan steeds meer service-gericht de bezoekers te woord.

Momenteel is het Mariniersmuseum gesloten, maar alle nadelen hebben voordelen. Doordat er in 2020 hard gewerkt is aan het ontwikkelen van campagnes, activiteiten, tentoonstelling en educatief materiaal is het Mariniersmuseum helemaal klaar voor heropening. Zodra de deuren weer open mogen zal elke bezoeker, jong of oud, een hele mooie bezoekerservaring hebben.

Frédérique van Steekelenburg – van der Stelt
Directeur Mariniersmuseum
januari 2020



Personeel en organisatie

Personeelsleden

Het aantal vaste personeelsleden van het Mariniersmuseum telt 6,3 fte (fulltime equivalent). De situatie per 31 december 2020:

Directie

Steekenburg-van der Stelt, Frédérique van *Directeur*

Collectie

Bruggen, Casper van *Conservator*

Draak, Sjak *Collectiebeheerder*

Boersma, Hans *Onderzoeker en registrator (op zzp-basis)*

Dijk, Casper van *Collectiebeheerder en depotmedewerker (op zzp-basis)*

Communicatie & Educatie

Qualm, Christina *Medewerker Communicatie en Evenementen*

Slot, Susan van 't *Medewerker Marketing en Communicatie*

Hooft, Milan 't *Medewerker Educatie (op zzp-basis)*

Dufais, Nathalie *Onderzoeker & Medewerker Communicatie (op zzp-basis)*

Bedrijfsvoering & Facilitaire zaken

Pluijm, Ad van der *Facilitair manager/coördinator vrijwilligers*

Majaiti, Mohammed *Medewerker Beheer & Behoud en Facilitair Medewerker*

Voor het personeel waren er afgelopen jaar een aantal veranderingen. Collectiebeheerder Sjak Draak keerde terug van een jaar parttime detachering in het Marechausseemuseum in Buren naar het Mariniersmuseum. Jeffrey Kiers nam zijn werkzaamheden over in Buren. Samen met Mohammed Majaiti en een aantal vrijwilligers en stagiaires is de collectieverhuizing van het depot in Den Haag naar het depot in Soesterberg in juni 2020 afgerond.

Begin 2020 begon Milan't Hoofd als educator in het museum. Hij heeft veel zaken ontwikkeld op het gebied van educatie. Susan van 't Slot is per 1 maart 2020 begonnen als medewerker marketing en communicatie. De focus van haar taken liggen op marketing, zowel op naamsbekendheid als online media. De werkzaamheden van deze nieuwe medewerkers worden verderop in dit jaarverslag besproken.

Opleidingen

Alle vaste medewerkers en het grootste deel van de vrijwilligers heeft de basis-BHV gevolgd en op 23 en 30 maart 2020 zou de jaarlijkse (herhaling) BHV-training plaatsvinden.

Aangezien het museum de deuren moest sluiten i.v.m. het coronavirus is deze (herhaling) BHV verplaatst naar eind september 2020. I.v.m. de nog

steeds geldende coronaproblematiek in september is, in overleg met de lesgevende instantie, besloten deze opleiding naar maart 2021 door te schuiven. Er is afgesproken dat de BHV-pasjes tot die datum geldig zullen blijven.



Ziekteverzuim

Het ziekteverzuim was 16,95 % in 2021. Dit betreft een flinke stijging t.o.v. 2020 toen het ziekteverzuim 1,56 % betrof. De oorzaak hiervan is twee langdurig zieke medewerkers. Ondanks dit hoge ziekteverzuimpercentage en andere onverwachte tegenvallers (covid) hebben we, met behulp van zzp'ers en collega's uit andere vestigingen, enorm veel bereikt in 2020.

Vrijwilligers

Het vrijwilligersbestand is in het jaar 2020 met 2 personen gedaald van 25 naar 23 personen. Petje af voor alle vrijwilligers die, ondanks alle coronaperikelen, in de periodes dat het kon vol overgave hun werkzaamheden hebben verricht in het museum. De waardebon uitgegeven door de SKD en het kerstpakket dat thuis werd bezorgd werden zeer gewaardeerd.

Op 18 februari 2020 is er een vrijwilligersbijeenkomst geweest, waarbij de vrijwilligers op de hoogte zijn gesteld van de laatste ontwikkelingen aangaande het museum en werden zij verwend met een zoete

**als
vrijwilliger
ben je het
puntje op
de i**

(zo, dat mag ook wel eens
even gezegd worden)

versnapering. Op 9 maart vond er een meeting plaats met de vrijwilligerscoördinatoren van alle vestigingen op het NMM. Op 2 oktober 2020 is er een meeting geweest via Teams met de vrijwilligerscoördinatoren van alle vestigingen.

Uitgaven aan vrijwilligersvergoeding

Januari	€ 2.187,50
Februari	€ 2.812,50
Maart	€ 1.447,50
April	-
Mei	€ 162,50
Juni	€ 1.910,00
Juli	€ 2.650,00
Augustus	€ 2.695,00
September	€ 2.312,50
Oktober	€ 1.990,00
November	€ 1.422,50
December	€ 917,50
Totaal	€ 20.507,50



Tijdens de verschillende lockdown werden de vrijwilligers regelmatig per email op de hoogte gesteld van de ontwikkelingen in het museum door de vrijwilligers coördinator. Wekelijks werden er een aantal geselecteerde vrijwilligers gebeld.

In september 2020 is de nieuw, zorgvuldig uitgezochte bedrijfskleding geleverd. Iedere vrijwilliger heeft een polo met lange en korte mouwen en een vestje.

Bezoekersaantallen

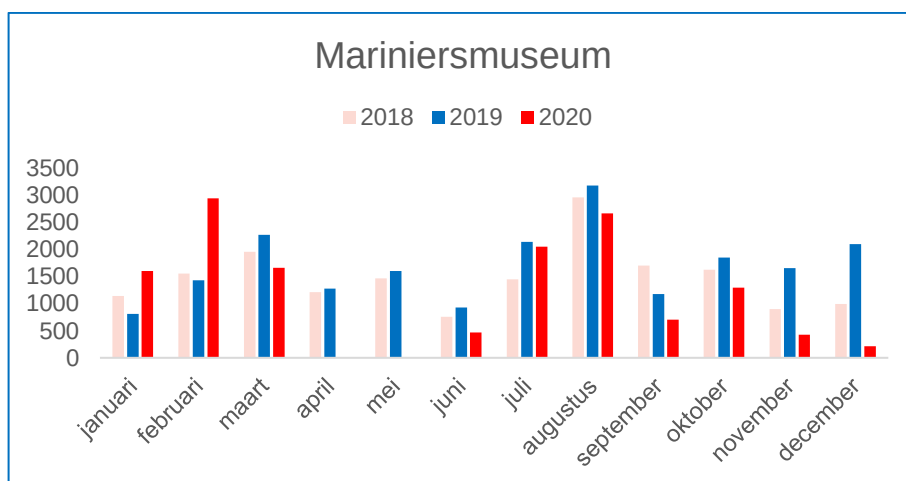
In totaal bezochten in 2020 13.991 bezoekers het Mariniersmuseum in Rotterdam.

De bezoekers zijn per maand als volgt te verdelen:

Bezoekers	2018	2019	2020
JAN	1138	806	1598
FEB	1551	1429	2934
MRT	1952	2266	1655
APR	1209	1273	0
MEI	1462	1601	0
JUN	757	927	466
JUL	1445	2134	2047
AUG	2955	3173	2662
SEP	1700	1172	703
OKT	1623	1845	1290
NOV	895	1649	424
DEC	994	2092	212
Totaal	17.681	20.586	13.991

Dit betekent een daling van 32,03 % t.o.v. 2019 toen er 20.585 bezoekers naar het museum kwamen. Een en ander is te verklaren door het feit dat het Mariniersmuseum in totaal 103 dagen gesloten is geweest als gevolg van drie afzonderlijke *lockdowns* i.v.m. Covid-19.

De onderstaande grafiek laat de cijfers zien t.o.v. voorgaande jaren:



Hierin zijn de volgende bezoekerscategorieën te onderscheiden:

Bezoekerscategorie	2018	2019	2020
Vol betalend	3.896	4.085	3.519
Defensie	2.287	2.045	524
Scholen	676	1.039	400
Korting	982	1.286	129
Derden/R'dampas	3.909	4.418	3.245
Museumkaart	3.892	4.527	3.888
Gratis	608	366	295
Evenementen	1.431	2.819	1.680
Bankgiroloterij			311
Totaal	17.681	20.585	13.991

Facilitair

Algemeen

Op 6 januari 2020 zijn de nieuwe toegangsprijzen in het kassasysteem gezet en deze zijn per direct ingegaan.

Van resp. 12 maart t/m 31 mei; 4 t/m 18 november en 15 t/m 31 december 2020 is het museum gesloten geweest i.v.m. Covid-19.

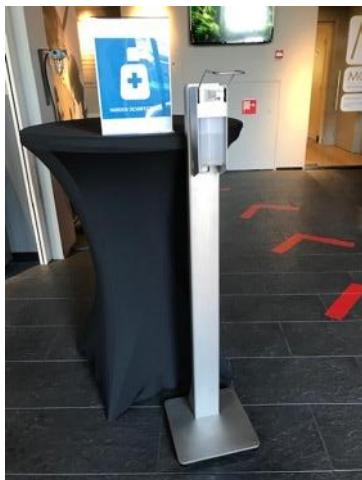


‘Corona-proof’

In de laatste week van mei 2020 is het museum ‘corona-proof’ gemaakt. Er zijn vloerstickers geplakt, pictogrammen geplaatst en er is een ontsmettingszuil in de entree geplaatst.

Tevens is er een groot spatscherm op de balie gezet. Er zijn diverse soorten desinfecterende middelen aangekocht om het museum zo schoon en veilig mogelijk te houden. Er is eenrichtingsverkeer gecreëerd; bezoekers gaan met de lift omhoog naar de 3^e verdieping en via de trap naar beneden.

Per 1 juni is het *online ticketing* systeem van Global Ticket binnen de website geïmplementeerd en bij de balie in gebruik genomen zodat de bezoekers verdeeld over de dag en gedoseerd het museum konden bezoeken.



In de eerste helft van juni 2020 is alle verlichting vervangen voor LED-verlichting. Dit is zowel in het museum als in de entreehal op de begane grond geïnstalleerd. E.e.a. moet een fikse besparing opleveren in het gebruik van energie.

Begin juni is er in het kantoorgebouw onder de vloer een waterontharder geplaatst waardoor het gehele kantoorgebouw van gefilterd water wordt voorzien. Dit was nodig omdat de kwaliteit van het Rotterdamse drinkwater zeer beneden het landelijk niveau was. Tevens heeft de jaarlijkse inspectie van de brand/inbraak installatie plaatsgevonden. Er werden vrijwel geen problemen geconstateerd. Daarnaast is er in juli door de firma Deltics een



nieuwe "Firewall" geïnstalleerd voor zowel het museum als het kantoorgebouw.

Medio juli is de houten vloer op de tweede verdieping geschuurd en in de wax gezet. Hierdoor is deze verdieping twee dagen gesloten geweest.

Eind september is het wapenschild boven de ingang van het museum, na een langdurige renovatie, weer opgehangen.

Ook werd in september de nieuwe bedrijfskleding geleverd. Deze bestaat uit een poloshirt korte mouw, poloshirt lange mouw, een fleece- en een softcell jack. De kleding is nu zwart i.p.v. blauw met het nieuwe bedrijfslogo op de voorzijde en de naam op de rug.





In de eerste week van december is er een tussenwand gemaakt van hout met daarop een bord “Moderne Missies” bij de ingang van *Moderne Missies* op de tweede verdieping.

Museumwinkel

Resultaten museumwinkel

Het assortiment van de winkel van het museum wordt nog steeds uitgebreid.

De bruto winkelomzet was in 2020 € 19.404,67, in 2019 was dit € 22.216,34, ondanks de omstandigheden van de pandemie en dus een sterk verminderd aantal bezoekers is er dit jaar toch een goede omzet behaald.

De brutowinst over het jaar 2020 bedroeg € 8.490,40 tegen € 9.744,38 in 2019.

Dit geeft aan dat er een duidelijke behoefte is bij bezoekers om een aankoop te doen in de museumwinkel n.a.v. een bezoek aan het museum.



Collectie

Inleiding

De afdeling collectie van het Mariniersmuseum heeft dit jaar de geplande werkzaamheden uit het jaarplan 2020 slechts gedeeltelijk kunnen uitvoeren. Niet alleen werd het museum getroffen door de maatregelen in verband met de coronapandemie en daarnaast waren twee medewerkers van de afdeling collectie niet aanwezig in verband met ziekte.

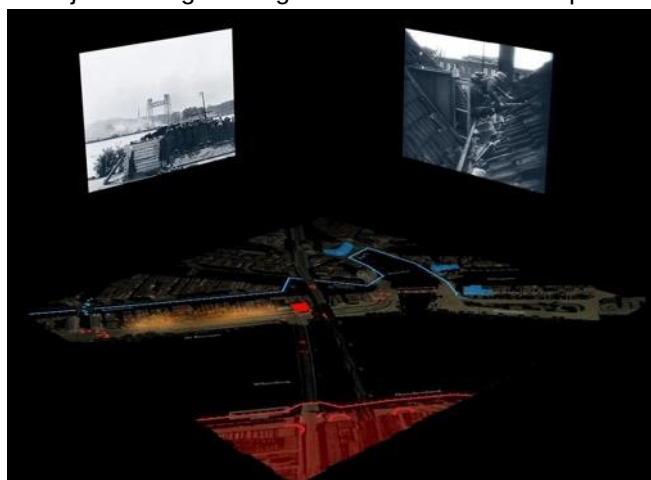
Collectiebeheer & behoud

Collectieplan.

In het jaarplan was opgenomen dat er in 2020 een nieuw collectieplan voor het Mariniersmuseum geschreven zou worden. Dit zou in het najaar uitgevoerd worden. In plaats hiervan is eerst meegewerkt aan de totstandkoming van een collectieplan voor de gehele SKD, dat in december in concept werd afgerond. Op basis hiervan kan in 2021 het collectieplan Mariniersmuseum geschreven worden.

Beheer

In januari 2020 is een begin gemaakt met de noodzakelijke standplaatscontroles in het depot in Soesterberg en verbetering van de opslag van de eerder verhuisde objecten. Met behulp van de stagiaire Loïs Hoekmeijer werd hiermee een vlotte start gemaakt. Helaas kwam dit project in maart abrupt tot stilstand door de coronapandemie, waardoor het niet mogelijk was om de werkzaamheden in depot voort te zetten. De stagiaire kon haar stage niet meer op locatie afmaken en heeft vervangende opdrachten thuis uitgevoerd. Hierdoor kon zij haar stage toch goed afronden. De standplaatscontrole zal in 2021 weer opgepakt



worden. Naar schatting heeft nu ruim 90% van de objecten een correcte standplaats, dit moet weer 100% worden.

Behoud

Vanwege de herinrichting van de opstelling *Meidagen 1940* is de maquette van de binnenstad van Rotterdam gerestaureerd, waarna

deze in de nieuwe opstelling is geplaatst.

Daarnaast zijn de schilderijen *Kleden van een jonge rekrut* en *Bij de kleermaker* (beiden vervaardigd door H.M. Krabbé) van restauratie teruggekeerd. Deze werken hangen inmiddels aan een wand met allerlei pronkschilderijen in de vaste opstelling op de 2^e etage.

In depot 09 in Soesterberg zijn in het eerste kwartaal een aantal objecten omgepakt zodat alle pallets een goede plek in de stellingen konden krijgen en de objecten beter toegankelijk zijn. Dit konden we in eigen beheer uitvoeren omdat onze behoudsmedewerker inmiddels gekwalificeerd is om met de reachtruck te rijden.

Verhuizing

In de eerste maanden van 2020 werd de verhuizing van de objecten uit de depot-F (2^e etage) en depot-B (zolder) uit het Tromphuis voorbereid. Deze objecten waren eerder vanuit het depot in Den Haag naar Rotterdam overgebracht. Omdat in deze ruimtes het klimaat niet optimaal beheerst kan worden werd besloten deze depots definitief op te heffen. Vanwege de lockdown tijdens de eerste coronagolf werden de objecten pas in juni naar Soesterberg overgebracht. Dit proces werd uitgevoerd door het collectieverhuisbedrijf Art Handling.

Bij aankomst werd de collectie vrijwel direct overgebracht naar de quarantainekluis. Nadat ze hier uit kwamen bleek er nog geen ruimte vrij te zijn in de geplande depots. Door de lockdown en de uitloop van de werkzaamheden voor het Marechausseemuseum waren de NMM-collega's nog niet toegekomen aan het



vrijmaken van de benodigde stellingen. Door de langdurige opslag in depot 09 zullen de objecten daarom in 2021 opnieuw een periode in de zuurstofarme quarantainekluis geplaatst worden voordat ze hun definitieve plek in depot 01 krijgen.

In het derde kwartaal is het depot in Den Haag grotendeels leeggeruimd. De nog af te stoten collectie is afgevoerd naar DMO en de behoudsmaterialen (zuurvrije dozen en melinex) zijn

naar Rotterdam overgebracht. Er resteren nu alleen nog een aantal karren met wissellijsten. Omdat hierbij opnieuw schimmelvorming is geconstateerd moeten deze eerst schoongemaakt worden voor ze in Rotterdam geplaatst kunnen worden.

Het afronden van de herinrichting van de bibliotheek door de vrijwilligers is in 2020 geheel tot stilstand gekomen door de maatregelen in verband met Covid-19. We hopen dit in 2021 weer op te pakken. Voor de herinrichting van de depots in Rotterdam geldt hetzelfde evenals behoudswerkzaamheden in het depot.

Registratie & Onderzoek

Registratie

De registratie-achterstanden zijn in 2020 verder opgelopen. Vanwege deze achterstanden is de verwerving van objecten op een laag pitje gezet. Er zijn slechts 11 objecten ingevoerd in Adlib. Daarentegen zijn bij 3765 objecten wijzigingen aangebracht in de records. Dit betreft voor een deel standplaatswijzigingen of aanvullingen, maar daarnaast zijn veel records verbeterd. Zo zijn voor de pilot van het project *Digitaal Platform* een groot aantal records van onderscheidingen gecontroleerd en verbeterd.

In april is de 'Monitor Overheidsinformatie en Erfgoed' ingevuld, een vragenlijst over collectiebeheer die tweejaarlijks moet worden ingevuld voor de Erfgoedinspectie.



Onderzoek

Voor het project *Digitaal Platform* is onderzoek verricht, evenals voor de tentoonstellingen *Meidagen 1940*, *Moderne Missies* en *Helden*. Hierbij is gebruik gemaakt van de kennis en kunde van Hans Boersma. Daarnaast is tijd gestoken in het beantwoorden van publieksvragen.

In 2020 bleek de interesse in de *posts* op *social media* alleen maar te zijn toegenomen. Het publiek waardeert de historische informatie. Om goede *posts* te schrijven is vaak ook onderzoek nodig. Waar mogelijk proberen we dit onderzoek te combineren met andere projecten.

Het onderzoek voor de tijdelijke tentoonstelling *Stad in Puin. Rotterdam na het bombardement in beeld* en voor het project *Panorama Rotterdam* werden uitbesteed aan freelance medewerker Nathalie Dufais. Bij het laatste project werd zij bijgestaan door Hans Boersma.

Verwervingen & Bruiklenen

Bruiklenen

In 2020 liepen twee kortdurende bruiklenen: fotomateriaal voor de tentoonstelling *Dossier Indië* in het Wereldmuseum Rotterdam en een mariniershelm M1934 voor de tentoonstelling *Leeuwen op de Coolsingel* in Museum Rotterdam. Vanwege de lockdowns zijn deze bruiklenen enkele malen verlengd, waarna alle objecten in december 2020 werden geretourneerd.

Een groot deel van de collectie van het Mariniersmuseum en de SHVKM bevindt zich niet in depots, maar op een aantal bruikleenlocaties. Dit zijn vrijwel allemaal kazernes van het Korps Mariniers of de Marine. Volgens afspraak met de SHVKM worden deze locaties jaarlijks gecontroleerd op aanwezigheid, standplaats en conditie van de objecten. Hiervan moet elk jaar voor 1 maart een rapport worden uitgebracht. In 2020 is slechts één bruikleencontrole uitgevoerd bij een bruikleennemer. We ontvingen een signaal dat er mogelijk een schilderij uit de collectie ontvreemd zou zijn op de Van Ghentkazerne. Hiervoor is een snelle controle uitgevoerd van alle objecten die aan deze kazerne in bruikleen gegeven zijn. Hierbij bleek dat er inderdaad een schilderij ontbrak. Hiervan is aangifte gedaan bij de Koninklijke Marechaussee. Het betreffende schilderij is vrijwel direct daarna bij huiszoeking aangetroffen bij de waarschijnlijke dader. Het werk had minimale schade opgelopen, maar zal in 2021 door onze vaste restaurator worden hersteld.

Verwervingen

Er zijn in 2020 weinig objecten als schenking aangenomen. In totaal 25 schenkingen waarvan een aantal fotoalbums van mariniers die in Nederlands-Indië hebben gediend. Een

bijzondere schenking
was een zeldzame
groepsfoto van een
compagnie van het
1^e Bataljon Mariniers
uit 1887. Deze foto
maakt deel uit van
een serie, waarvan er
al twee exemplaren
in de collectie
aanwezig.



Vaste opstelling & tentoonstellingen

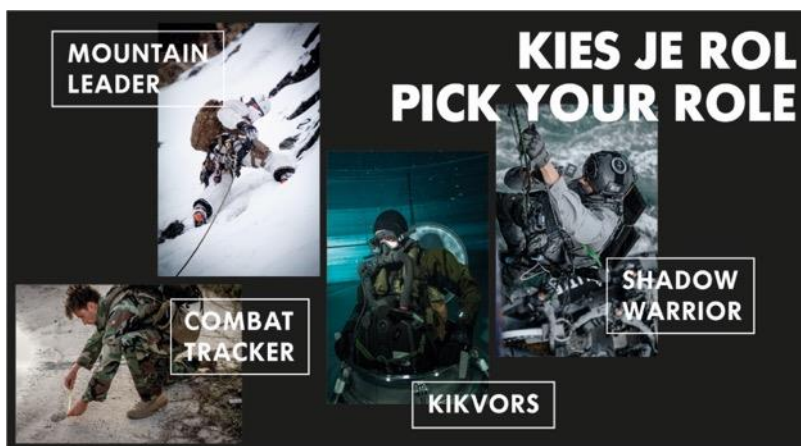
Eerste etage: *Mariniers op Missie*

In oktober 2019 maakte de educatieve familietentoonstelling *Expeditie Speurneus 2.0* plaats voor de 'experience' *Mariniers op Missie*. In deze uitdagende interactieve opstelling krijgen bezoekers een unieke kans letterlijk zelf te zien en te ervaren wat mariniers beleven tijdens hun uitzendingen in het buitenland. Een team van bezoekers kon kiezen uit drie missies; een reddingsactie in de jungle, een missie op zee, of in 'de arctic'. Via geavanceerde audiotechniek wordt de bezoeker meegenomen in de wereld van het Korps Mariniers.

In het najaar van 2020 is deze familie-experience *Mariniers op Missie* aangepast. Hierbij is voornamelijk ingezet op een meer uitdagende bezoekerservaring.

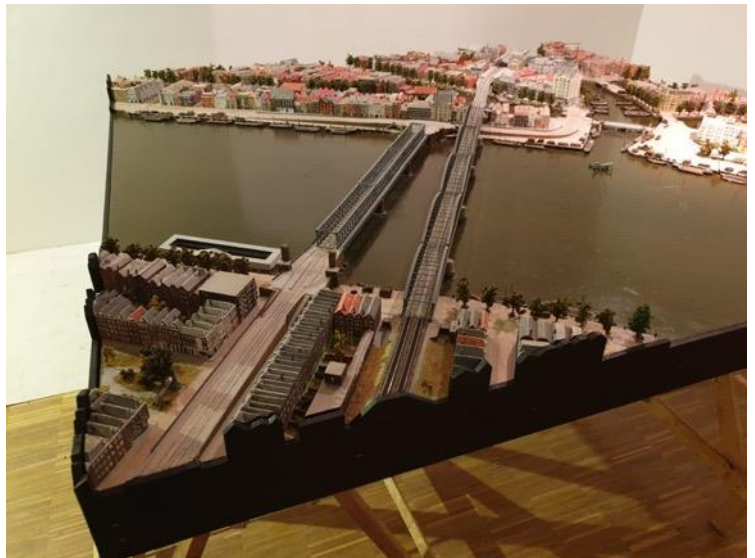
Al sinds de opening van de tentoonstelling in 2019 bleek de complexe opzet een voorname drempel voor een bevredigende bezoekerservaring. Zowel op technisch gebied als inhoudelijk vlak is in samenwerking met Bruns BV, Kinkhorn & HooftstukM een verbeterslag gemaakt. Meest in het oog springende wijziging is het terugbrengen van het aantal looppaden door de *experience*. In de vernieuwde opzet is gekozen voor één route.

Vanuit inhoudelijk oogpunt is gekozen om de verschillende specialismen binnen het Korps Mariniers aan bod te laten komen. Voorheen waren dit meer algemene functies. Bezoekers kiezen een specialist en ontvangen de bijbehorende uitrusting. Gezien de voornaamste doelgroep van deze tentoonstelling (gezinnen met jonge kinderen), zijn zowel de video- als audio-fragmenten opnieuw opgenomen: ditmaal met Majoor Maas in de hoofdrol.



Tweede etage: Meidagen 1940

De vaste opstelling *Mariniers in Rotterdam* werd in 2020 geheel aangepast en in een nieuw jasje gestoken. De maquette van de omgeving van de Maasbruggen maakt al vanaf 1982 deel uit van de collectie van het Mariniersmuseum, toen nog gevestigd in het Hulstkampgebouw op het Noordereiland. Oorspronkelijk kon het publiek met behulp van knopjes en lampjes belangrijke locaties in Rotterdam terugvinden. De maquette is uit de opslag gehaald, weer in elkaar gezet, door de medewerkers van Midwintertimmerwerk opgeknapt en weer presentabel gemaakt. In een speciale ruimte is deze met behulp van audiovisuele media omgevormd tot een 'levende maquette', die de *Strijd om de Maasbruggen* tijdens de



vier Meidagen van 1940 – 10-14 mei – stap voor stap in kaart brengt.

Door toevoeging van projecties op zowel de maquette als de achterwanden, een commentaarstem, gesproken ooggetuigenverslagen en geluiden van het strijdgewoel komt de maquette nu *tot leven*. De bezoeker krijgt een duidelijke indruk van het verloop van de *Strijd om de Maasbruggen*. Hier omheen is een expositie over deze strijd opnieuw vormgegeven. De tentoonstelling draagt nu de titel *Meidagen 1940*.

Schilderijenwand

In het begin van het 3^e kwartaal is als aanvulling op de vaste opstelling van de 2^e etage een vernieuwde schilderijenwand opgeleverd, die een beeld geeft van de activiteiten van de mariniers in Rotterdam in een eeuw van vrede, voorafgaand aan de strijd in mei 1940.

Tijdelijke tentoonstellingen

Tentoonstelling: Stad in Puin. Rotterdam na het bombardement in beeld

In een nieuw gerealiseerde tentoonstellingszaal op de 2^e etage was voor 2020 de tijdelijke tentoonstelling *GETEKEND*, met kunstwerken uit het zogenaamde Joe Bonham Project

gepland. Deze zou aanvankelijk tegelijk opengaan met de aftrap van de Invictus Games in Den Haag. De voorbereidingen waren in een vergevorderd stadium toen deze tentoonstelling, als gevolg van de coronacrisis, helaas moest worden afgelast. Het museum had daardoor een lege tentoonstellingszaal. In korte tijd werd daarom een nieuw plan bedacht. Naar aanleiding van de eerste onderzoeksresultaten van het onderzoek dat voor het project *Panorama Rotterdam* werd uitgevoerd, werd de foto-expositie *Stad in Puin. Rotterdam na het bombardement in beeld* gerealiseerd. Beide projecten sluiten thematisch goed aan op de - nieuw vormgegeven - vaste opstelling *Meidagen 1940*.



Medio juli opende de tentoonstelling, waarin indrukwekkende beelden werden getoond van de verwoestingen die het bombardement op 14 mei 1940 heeft aangericht in de historische binnenstad van Rotterdam. Ondanks de coronamaatregelen is de tentoonstelling zeer succesvol gebleken en ontvingen we veel positieve reacties. De tentoonstelling werd dan ook wegens succes verlengd t/m 26 oktober.

Gastconservator voor deze tentoonstelling was Nathalie Dufais, die zowel verantwoordelijk was voor inhoud als uitvoering. De zaalinrichting werd mede mogelijk gemaakt door Midwinterwerken, Gallery Color en Letterfreaks.



Opstelling: Panorama Rotterdam

Aansluitend op de tentoonstelling *Stad in Puin* werd dit jaar gewerkt aan de interactieve opstelling *Panorama Rotterdam*. Het Duitse bombardement op 14 mei 1940 had enorme gevolgen, voor zowel de bevolking als op de historische binnenstad van Rotterdam. Veel van het oude Rotterdam verdween. Speciaal voor het Mariniersmuseum werd een *Interactieve Augmented Reality 360°* stadskijker ontwikkeld, die bezoekers montages toont van historische foto's gemonteerd in herkenbare Rotterdamse stadsbeelden van nu. Daarbij wordt informatie gegeven over de belangrijke rol die de mariniers tijdens de meidagen van 1940 hebben gespeeld bij de verdediging van de stad.

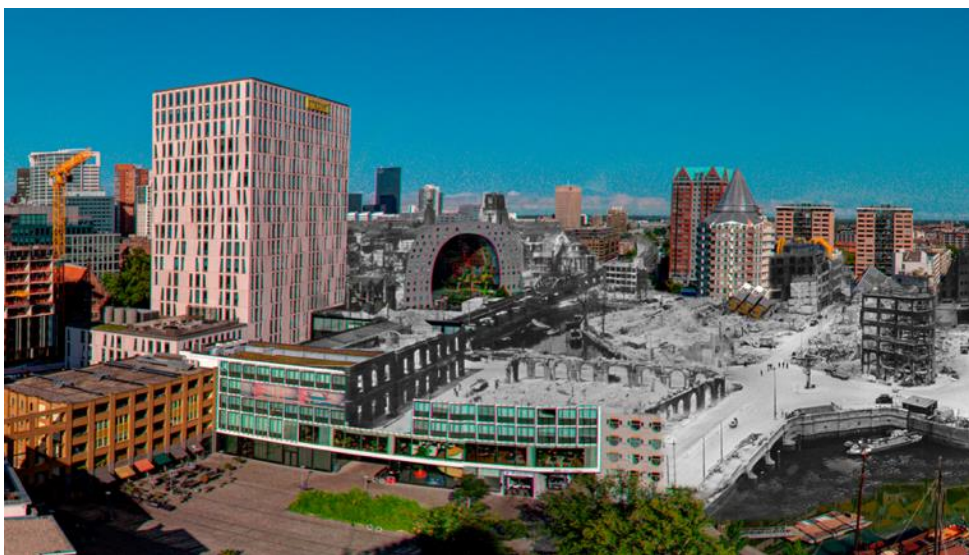
Een 360 graden draaibaar scherm toont een antieke plattegrond van Rotterdam. Op de plattegrond zijn historische foto's en 3D modellen van belangrijke locaties gepositioneerd



zoals de Maasbruggen, de Laurenskerk, het Gemeentehuis, het Erasmusgebouw en moderne plaatsen zoals die van de markthal en de kubuswoningen. Vanaf diverse daken in de stad zijn 360° opnames gemaakt die bezoekers van het museum digitaal kunnen bezoeken. Sommige panorama's en foto's zijn 'gemixt' met historisch visueel archiefmateriaal. Door oud en nieuw te combineren ontstaat een besef hoe de stad eruit heeft gezien en wordt het verhaal van verzet door de Nederlandse mariniers verteld. De installatie kon in november 2020 in gebruik worden genomen.



De research en het verzamelen van het benodigde archiefmateriaal, alsmede de inhoudelijke projectleiding werd uitgevoerd door freelance-medewerker Nathalie Dufais met assistentie van freelancer Hans Boersma. De technische ontwikkeling en uitvoering van het *Panorama* was in handen van ArtiShoc; plaatsing werd mede mogelijk gemaakt door Midwinterwerken. Dit project kon dankzij de gulle sponsoring van de Stichting Vrienden van het Mariniersmuseum mogelijk worden gemaakt.



Tentoonstelling: Helden

In december 2020 werd een nieuwe tijdelijke tentoonstelling geopend, bedacht en geproduceerd werd door de afdeling publiekszaken, met als actueel onderwerp *Helden*.

Inspiratie werd gevonden in de term *held* die tijdens de coronacrisis te pas en te onpas werd gebruikt. Dit onderwerp sloot naadloos aan op het thema van het jubileum van het Korps Mariniers dat de titel droeg: *Helden van de Maasbruggen*.

Tijdens het vooronderzoek rees de vraag of - als de term held te pas en te onpas wordt



gebruikt - deze niet devalueert. Wie is dan nog een echte held? Om bij de basis van het museum te blijven lag de focus op militaire helden. Zij kunnen door een speciale dapperheidscommissie onderscheiden worden met een medaille waarvan de Willemsorde de hoogste is. Maar aan welke criteria moet een marinier dan voldoen?

De commissie dapperheidsonderscheidingen en eretekens vond dit ook een interessante discussie en verleende medewerking aan de totstandkoming van de tentoonstelling. Er werd inzage verleend in alle protocollen van de commissie. Samen met Dirk Staat (conservator NMM), die de rol van gastconservator vervulde, werden er zogenaamde bouwstenen geïnterpreteerd: Moed, Beleid, Trouw en Strijd. De bouwstenen voor de militaire held. Drie mariniershelden werden langs de lat gelegd van deze bouwstenen gelegd: eeuwenlange volksheld Michiel de Ruyter, op handen gedragen, strijdvaardige marinier Giovanni Hakkenberg en bescheiden jonge marinier Thomas. Zij doorstonden de toetsing en dienden als leidraad van de tentoonstelling.

Naast het aanbieden van inhoudelijke informatie stelt de tentoonstelling ook in de gelegenheid tot om met elkaar in gesprek te treden. Er zijn diverse elementen in de tentoonstelling opgenomen waar de bezoeker kan *participeren*. In de zogenaamde *bullseye* zijn vele helden opgenomen, zo kunnen bezoekers zelf hun ultieme held selecteren. Ook worden zij in de gelegenheid gesteld hun eigen held kenbaar te maken. Dit kan enerzijds



het Mariniersmuseum actief deelnemen aan deze tentoonstelling.

door een held te nomineren in de *Photobooth* - speciaal voor dit doeleinde geplaatst in de tentoonstelling - of door thuis een held te nomineren in de *Wall of fame*. Zo kan men niet alleen binnen de muren, maar ook buiten de muren van

Marketing, Communicatie & Evenementen

Inleiding

In 2020 is de afdeling publiekszaken gestart met een nieuw team. Susan van 't Slot is in maart het team komen versterken als medewerker marketing en communicatie en Milan 't Hooft heeft dit jaar de taken voor de educatieve werkzaamheden op zich genomen. Samen met Christina Qualm vormden zij dit jaar de afdeling publiekszaken en namen zij alle publieksgerichte activiteiten op zich.

Een nieuw team, wat een uitdaging *an sich* is, en vrij snel kwam het leven in het teken van de Corona-maatregelen te staan. Tot driemaal toe een lockdown, onduidelijkheid en wijzigingen van regelingen met betrekking tot groepsvorming en evenementen leidde tot het continue aanpassen van de programmering. Het overgrote deel van het jaar is er thuisgewerkt, ook toen het museum wel geopend was. Verre van ideale omstandigheden voor een afdeling die zo gericht is op de bezoekers *beleving*.

Een kort overzicht van dit jaar:

Onderwijs-stakingsdagen - januari

Tijdens de stakingsdagen heeft het museum in samenwerking met *Kidsproof Rotterdam* activiteiten aangeboden aan (o)ma's en (o)pa's.

Voorjaarsvakantie - februari

In de voorjaarsvakantie stond het thema 'voertuigen' centraal in het museum. Speciaal hiervoor werd er een eerste themaspeurtocht ontwikkeld met daarbij 2 verschillende bouwplaten van de BV 206.



Foto: Kubilay Altintas

Museumnacht - maart

Met 1000 bezoekers was deze editie van de Museumnacht 010 de meest succesvolle ooit. In samenwerking met scheepswerf *de Koningspoort* werd er een foodcourt ingericht waar de mariniers van de Taskforce met bezoekers in gesprek gingen. In het museum waren de

Marine Mechanics aanwezig om te vertellen over hun werk als monteur bij het Korps Mariniers.



24 uren herdenking – 4 mei

Op 4 mei heeft het museum traditiegetrouw ieder uur een omgekomen marinier uitgelicht op social media. Deze online herdenking trok dit jaar extra veel online bezoekers vanwege de lockdown.

Zomervakantie – juli en augustus

De zomervakantie is de eerste schoolvakantie na de (eerste) lockdown. Zoals ieder jaar heeft het museum een bijdrage geleverd aan het Jeugd Vakantiepaspoort. Hiermee kunnen kinderen van de basisschool uit de regio Rotterdam leuke dingen doen, vaak gratis.

Daarnaast was er een speciale kinderprogrammering en werd de eerste tijdelijke tentoonstelling van het jaar, *Stad in Puin. Rotterdam na het bombardement in beeld*, geopend. Tevens was vanaf deze vakantie de actieve stadswandeling *Op patrouille met Majoor Maas* verkrijgbaar. Hiermee kunnen bezoekers nu ook buiten de muren van het museum de verhalen van de mariniers ervaren.



Herfstvakantie - oktober

Tijdens de herfstvakantie stond er een bijzondere samenwerking met het Maritiem Museum op het programma. De Mijnenveger Hr.Ms. Mahu was uitgenodigd door het Mariniersmuseum om ligging te nemen aan de passantensteiger van het Maritiem Museum in de Leuvehaven. Samen met de collega's van het Maritiem Museum was er een thema programmering opgesteld dat zou leiden tot wederzijdse bezoekers en inkomsten. Vlak voor de vakantie bleken deze activiteiten vanwege herziene corona maatregelen geen doorgang te kunnen vinden. In allerijl werd er een aangepaste programmering voor het Mariniersmuseum verzonnen. Onder de noemer *Museummarinier* konden de jeugdige bezoekers in het museum allerlei testen ondergaan en bij goed gevolg mochten ze zich museummarinier noemen.

Opening Helden - december

Op 8 december werd de tweede tijdelijke tentoonstelling *Helden* geopend. De tentoonstelling werd - geheel coronaproof - geopend in aanwezigheid van de minister van Defensie, burgemeester van Rotterdam, commandant van het Korps Mariniers en de algemeen directeur van de SKD. Fakkeldragers van het Korps Mariniers heette de aanwezigen welkom en het geheel had door de maatregelen vastgestelde groepsgrootte een intieme en gezellige sfeer. Alle aanwezigen ontvingen deze middag de speciaal voor deze tentoonstelling en als jubileum aandenken van het 40-jarig bestaan van het museum; een 'HELD medaille'.



Foto's: Eva Plevier

Feestweekend - december

Het weekend na de opening was er een feestelijk weekend ter gelegenheid van het 40-jarig bestaan van het museum, waarvan 25 jaar op de huidige locatie. Het museum was versierd, er was voor iedere bezoeker een taartje en leuke *goodies*. Ook kon men het dak van het

Witte Huis bezoeken en waren er speciale kinderactiviteiten waarvoor Majoor Maas speciaal aanwezig was in het museum.

Afgelaste evenementen

Helaas moet het overzicht worden afgesloten met een overzicht van de afgelaste evenementen als gevolg van de Coronamaatregelen. De volgende activiteiten stonden op de jaarplanning en waren in veel gevallen al in een vergevorderd stadium van voorbereiding: meivakantie, DMRC-regatta met herdenkingsevenement, 14 mei de jaarlijkse Vriendendag & herdenking op het Zadkine-plein, juni reünie PTG-3, Veteranendag, Sportdag COM, Wereldhavendagen. Daarnaast kwam ook een 3-daags evenement in samenwerking met de Pakjesboot tijdens Sinterklaas helaas te vervallen. Ook de grote reünie in het kader van 355-jarig Korps Mariniers en de kerstvakantie-activiteiten konden geen doorgang vinden. Al met al veel teleurstellingen en gemiste bezoekers.

Persberichten

Dit jaar zijn er een 9 persberichten verstuurd:

Januari:	Zilver bij ANWB-verkiezing 'Leukste uitje'
Februari:	Activiteiten tijdens de Museumnacht; Activiteiten tijdens de voorjaarsvakantie
Mei:	24 uren Herdenking op social media
Juli:	Opening tentoonstelling <i>Stad in Puin</i>
Augustus:	Activiteiten tijdens de zomervakantie; <i>Op patrouille met Majoor Maas</i>
September:	Verlenging tentoonstelling <i>Stad in Puin</i>
Oktober:	Activiteiten tijdens de herfstvakantie (verzonden door Maritiem Museum)
November	Eerste prijs meest Kidsproof-museum van Rotterdam door Museumkids
December	Opening tentoonstelling <i>Helden</i> & feestweekend.



In de prijzen

Het Mariniersmuseum heeft dit jaar twee mooie prijzen in ontvangst mogen nemen. In januari werden we opnieuw verkozen tot een van de drie leukste uitjes van Zuid-Holland volgens de ANWB-verkiezingen. We sleepten de zilveren bokaal binnen. Daarnaast prolongeerde het museum haar *Kidsproof* vermelding, die werd uitgereikt door de Museumvereniging. Daarmee werd het Mariniersmuseum het meest Kidsproof museum van Rotterdam.



Ingehuurde partijen/ Partners

Global Tickets

Global Tickets is een *online-ticketing* bedrijf, gespecialiseerd in technische vernieuwing en oplossingen voor musea. In juni 2020 mochten de musea weer open in Nederland, op voorwaarde dat dit uitsluitend geregistreerde bezoeken betrof. Het Mariniersmuseum had deze optie al eerder onderzocht. Hierdoor kon het onlinesysteem begin juni gekoppeld worden aan de website.

AFIX

Dit jaar startte de samenwerking met AFIX, een online marketingbureau gespecialiseerd in adverteren en het bereiken van hele specifieke doelgroepen op social media.

Door de inzet van Afix heeft het Mariniersmuseum veel mensen weten te bereiken en is de conversie naar de website aanzienlijk verhoogd.

Today

Ontwerpbureau Today heeft het museum in het afgelopen jaar met meerdere projecten en producten bijgestaan, bijvoorbeeld voor de buitencampagne in de zomer.

Out of Home Masters

Out of Home Masters is gespecialiseerd in de planning en inkoop van buitenreclame. Het Mariniersmuseum heeft in de zomer A0 stoppers en voor de zomervakantie-campagne. Out of home Master hebben ons zeer goed bijgestaan met advies en reportages.



Foto: Milan 't Hooft

Kidsproof

Op www.kidsproof.nl zijn de leukste gezinsuitjes en kinderactiviteiten terug te vinden. Het is een landelijk organisatie met een regionale focus. Ook dit jaar heeft het Mariniersmuseum samengewerkt met Kidsproof Rotterdam/ Nederland. Wij hebben een aantal campagnes ingekocht specifiek voor de doelgroep 6 t/m 12 jaar. Door het uitzonderlijke jaar hebben echter niet alle campagnes evenveel opgeleverd. Toch zijn we blij met de samenwerking die wij dan ook in 2021 zullen continueren.

*Korps Mariniers*

Met het Korps zijn de banden weer aangetrokken op zowel marketing- als communicatie gebied. Zo is er een gezamenlijk contentkalender gemaakt en is het museum partner geweest in de tweede uitgave van de Marinierskalender.

Overige partijen

Met de partners Rotterdam Festivals, Rotterdam Partners, Rotterdam Stadspas, Museumkaart, Bankgiroloterij heeft het museum door de telkens veranderende

coronamaatregelen dit jaar intensief contact gehad. Een aantal acties kon doorgang vinden, zoals de introducee met de VIP-pas van de BankGirolo Loterij, maar een aantal andere acties helaas niet. Door het intensieve contact met elkaar staat niets in de weg voor een goede samenwerking in de toekomst.

Naamsbekendheid

Door de coronamaatregelen was het grootste gedeelte van het jaar niet mogelijk om in groepen anders dan een gezinssamenstelling op pad te gaan. Dit was duidelijk te merken aan het aantal rondleidingen en groepsboekingen.

Wel was er vraag naar kinderfeestjes. Gemiddeld werd er 1 kinderfeestje per week georganiseerd in het museum.

Door de *online ticketing* was het mogelijk om in de weekenden vooraf een bezoek aan het Witte Huis te reserveren. Doordeweeks, als het gebouw in gebruik is als kantoor, bleek dit door de coronamaatregelen helaas niet mogelijk (i.v.m. onvoldoende afstand in de kleine lift).

Nieuwe folder

De SKD heeft voor alle vestigingen een nieuwe folder gemaakt, waarbij de nieuwe huisstijl is doorgevoerd.

Zomer

Tijdens de zomervakantie hebben we een naamsbekendheid campagne ingezet in de regio Rotterdam. Het betrof een outdoor A0 stopper campagne met een afgestemde online verkeerscampagne. Mensen die langs eenabri of A0 bord reden en hun locatievoorzieningen aan hadden staan op hun mobiele telefoon kregen de advertentie via de door hun bezochte social media nogmaals te zien.

Verjaardag

Het museum bestond afgelopen jaar 40 jaar en was 25 jaar gevestigd aan de Wijnhaven. Voor de opening van de tentoonstelling *Helden* en het 40-jarig bestaan is er in de week van 10 december een naamsbekendheidcampagne uitgezet. Hiervoor heeft het museum samengewerkt met Rotterdam Festivals. Online en offline beeldmateriaal werd via A0, advertenties, online banners en digitale schermen in de stad gedeeld. De maand december was hiervoor in geheel gereserveerd. Door de sluiting midden december is de campagne 'Helden' doorgeschoven naar de voorjaarsvakantie.

Citydogs

Via Citydogs werd de nieuwe folder en zomerflyer verspreid in de regio Rotterdam Centrum en in het Westland.

Advertentie magazine

- *Gers* (nr. 26) - naamsbekendheid: speciale editie over meidagen 1940
- *Max magazine* - uitjes
- *Uitmagazine Rotterdam* - verjaardagcampagne

*Kidsproof. - Free publicity*

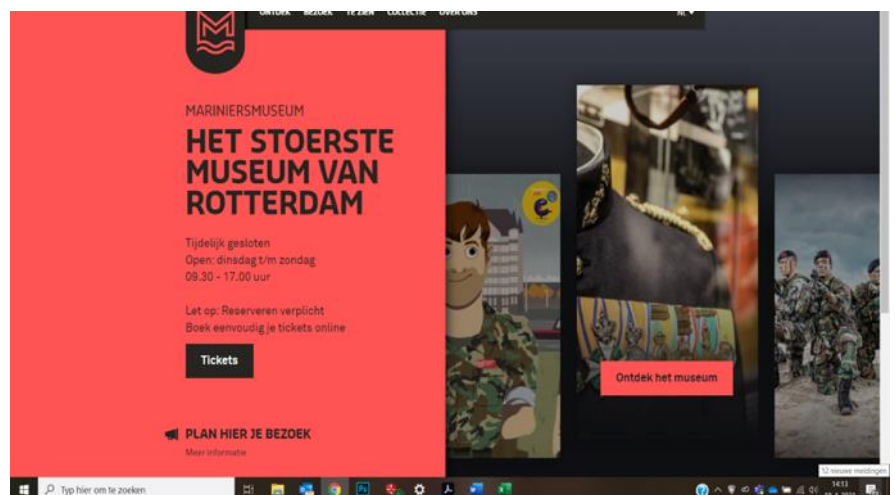
- Via Kidsproof hebben we een gratis advertentie gekregen in *Stoer*, het magazine voor stoere jongens onder de 13.

Online media

2020 was het jaar waarin veel marketing werd ingezet op de onlinekanalen. Er is goed nagedacht over doelgroep-bereik, de content, storytelling, advertenties en informatievoorziening die vanuit het Mariniersmuseum werd geplaatst.

Website

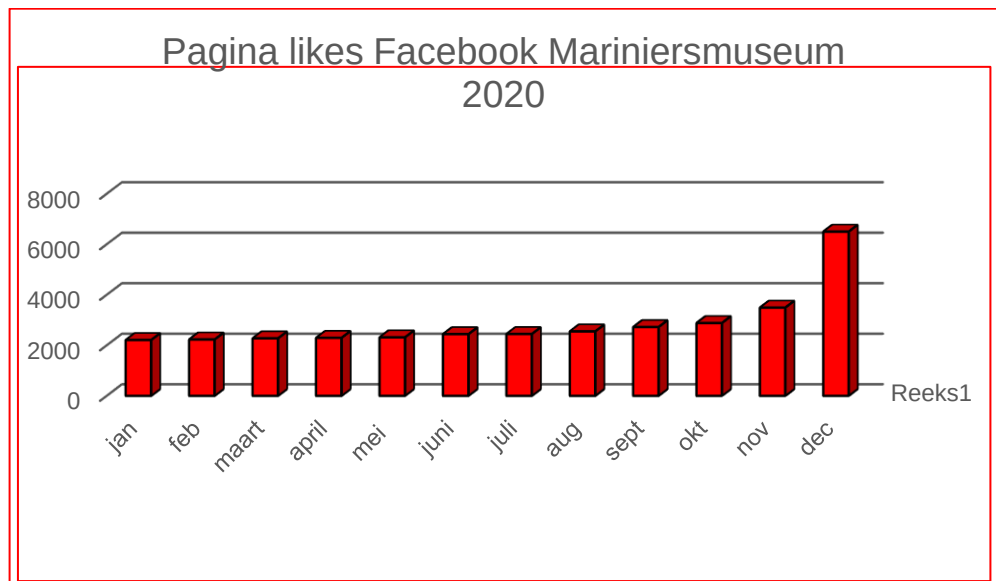
In april 2020 is de nieuwe website van het museum gelanceerd, geheel in de nieuwe huisstijl en helemaal responsive. De website is makkelijk te doorzoeken en landingspagina's zijn eenvoudig aan te maken. Majoor Maas, wandelingen en arrangementen hebben een vaste plek en zijn via de onlinekanalen apart te vinden.



Groei

Om de naamsbekendheid te vergroten zijn we dit jaar begonnen met een campagne voor pagina likes. Met meer organische volgers groeit de conversie en daarmee de naamsbekendheid. Op Facebook is in de laatste twee maanden van het jaar ook nog een campagne ingezet, wat voor een enorme stijging zorgde.

Facebook



Instagram

In januari 2020 hadden we 651 volgers, het jaar kon worden afgesloten met 1314 volgers. Op overige kanalen hebben we niet actief ingezet op groei.

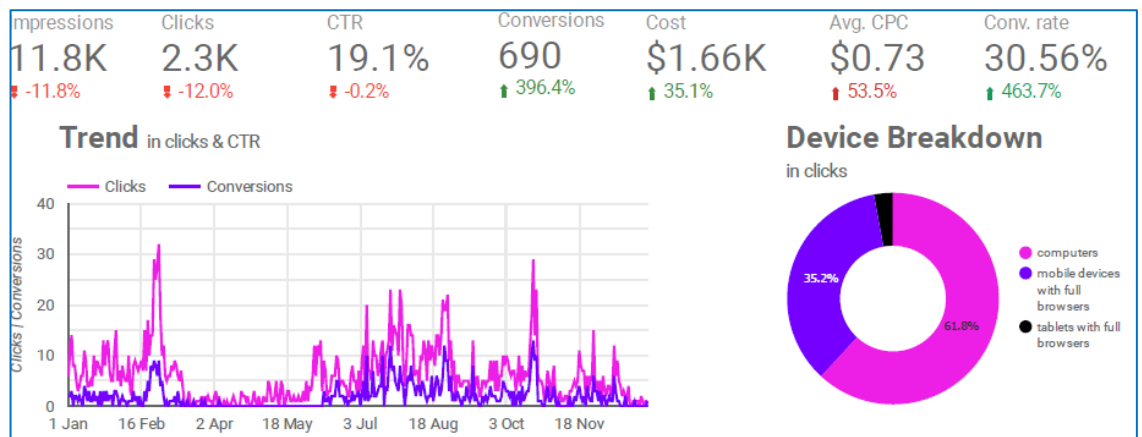
Doelgroep Facebook en Instagram Mariniersmuseum

De segmenten die we met onze social mediapagina's bereiken zijn voor alle kanalen vergelijkbaar. De verhouding lag begin 2020 op 65% man, eind 2020 is het verschil tussen man-vrouw minder groot, hoewel de mannen nog steeds in de meerderheid zijn.



Conversie

Google Ads



Social media

AFGELOPEN 3 MAANDEN: MARINIERSMUSEUM

Maand	Imprs.	Unieke bezoeken	Landing Page Views	Purchases
december 2020	138.236	63.535	228	3
november 2020	108.252	55.424	748	17
oktober 2020	97.513	55.743	1.202	54
Totaal	344.001	143.039	2.178	74

Conversie trends

De social mediacampagnes laten trends zien, zoals de leeftijdsgroep die de meeste conversies tot nu toe hebben gerealiseerd:

- Mannen en vrouwen tussen 35 en 65+ jaar
- Deze doelgroep realiseert (in verhouding met het bereik) meer aankopen van online tickets.

Met de advertenties via Facebook en Instagram zijn meer mannen bereikt dan vrouwen, maar zien we wel dat vrouwen meer aankopen hebben gedaan dan mannen.

Nieuwsbrief

In lijn met de vernieuwde huisstijl is ook de nieuwsbrief van een vernieuwde lay-out voorzien. In totaal zijn er 5 nieuwsbrieven verstuurd. Momenteel heeft het museum 8.071 abonnees. Dit is een stijging van 20% ten opzichte van 2019.

Daarnaast is het museum begonnen met het verzenden van een digitale nieuwsbrief aan de vrienden van de Stichting Vrienden van het Mariniersmuseum. Momenteel zijn ruim 600 vrienden op die digitaal worden geïnformeerd.

Samenwerkingen*Maritiem Museum*

Het Maritiem Museum en het Mariniersmuseum sloegen de handen ineen om samen een leuk gezinsuitje tijdens de herfstvakantie te creëren. Gezamenlijk is er veel werk verzet om de Mahu (Marine-mijnenveger) te ontvangen. Hoewel het event werd afgeblazen is de samenwerking heel soepel verlopen en is er reden om dit voort te zetten.

Dierentuin Blijdorp

Het Mariniersmuseum heeft Dierentuin Blijdorp ondersteund met een gratis gezinsarrangement. Op donderdag 26 november 2020 startte de online verkoop van lootjes van de allereerste Blijdorp-loterij. Met een lootje van € 2,50 maakte men kans op mooie prijzen. De opbrengst van de loterij dienden ter ondersteuning en voortbestaan van de dierentuin in Rotterdam.

Stay Okay

Het Mariniersmuseum en Stay Okay hebben in 2020 de eerste stappen gezet om in één van de kamers van het hostel in de Kubuswoningen, tegenover het museum, een

marinierskamer te realiseren. Deze gezinskamer is vanaf maart 2021 te boeken in combinatie met een ticket van het museum.

Tentoonstelling *Helden*

De afdeling publiekszaken bedacht en produceerde dit jaar de tentoonstelling *Helden*, die in december feestelijk werd geopend. Deze tentoonstelling is tot stand gekomen met de hulp van verschillende SKD collega's, zoals Dirk Staat (NMM), Casper van Dijk (SKD), Kees Meijer (NMM), verschillende zzp'ers, zoals Joey van Meesen, Nathalie Dufais, Arjen en Mirjam van Midwintertimmerwerken en vrijwilliger Sander.

Het hele team heeft in goede harmonie hun eigen expertise met elkaar gedeeld en met enthousiasme deze tentoonstelling tot stand gebracht. Een mooi staaltje samenwerking die de tentoonstelling nóg een extra gouden randje geeft.



Educatie

Door standaardisering van huidig materiaal en toevoeging van nieuwe activiteiten is er in 2020 gewerkt aan een volwaardig educatief aanbod voor het basisonderwijs. Daarnaast is het Majoor Maas-karakter geïntroduceerd om zowel in de fysieke- als digitale- (museum)ruimte jonge bezoekers warm te maken voor het Mariniersmuseum.

Algemeen aanbod

Met als doel (jonge) bezoekers niet alleen een leuke dag te beiden, maar ook iets te laten leren tijdens hun museumbezoek is een divers aanbod van (gezins)activiteiten ontwikkeld. Middels diverse speurtochten en een speciale gezinswandeling in de directe omgeving van het Mariniersmuseum is het aanbod voor reguliere bezoekers verrijkt. Zowel in de vormgeving als marketing van deze producten speelt museummarinier Majoor Maas een prominente rol.



Majoor Maas

Dit karakter is in het leven geroepen als herkenningspunt voor jonge bezoekers aan het Mariniersmuseum. Het voornaamste doel van Majoor Maas is het slaan van een brug tussen het actieve- en inhoudelijke deel van de tentoonstellingen en collectie van het Mariniersmuseum. Daarnaast geeft hij het kindgerichte educatie-aanbod (speurtochten, museumlessen, activiteiten & teksten op zaal) een gezicht. De geïllustreerde versie van Majoor Maas is in samenwerking met beeldmaakster Iris van den Akker ontwikkeld. Voor de levende versie kruipt Milan T'Hooft in de rol van Majoor Maas. Beide varianten worden zeer positief ontvangen door de doelgroep.

Naast zichtbaarheid op de museumvloer manifesteert Majoor Maas zich ook op de onlinekanalen van het Mariniersmuseum. Middels korte video's worden, op toegankelijk niveau, Korps-gerelateerde onderwerpen besproken. Op deze manier fungeert Majoor Maas zowel als educatief-hulpmiddel en als marketingtool.



1: Majoor Maas bezoekt Van Ghentkazerne in Rotterdam.

Schoolaanbod

Met ingang van schooljaar 2020-2021 is het Mariniersmuseum opgenomen in het Cultuurtraject Rotterdam: een belangrijke manier om op structurele wijze basisschoolbezoek te garanderen in de toekomst. In navolging van deze toetreding is de museumles *Helden aan de Maas* ontworpen met daarin heldhaftigheid als centraal thema. In deze les maken leerlingen aan de hand van kort onderzoek kennis met enkele belangrijke wapenfeiten uit de historie van het Korps Mariniers.



Zo wordt toegewerkt naar het invullen van een nieuw korpsvaandel met daarop door de leerlingen verkozen wapenfeiten. Naast kennisneming van de korpsgeschiedenis draait deze les om wat iemand een held maakt, of een held voor iedereen hetzelfde is en of helden van toen nu nog steeds die titel verdienen.

Helaas hebben Covid-19 gerelateerde maatregelen duidelijk invloed gehad op het aantal schoolbezoeken. Ondanks periodieke sluitingen en annuleringen vanwege veiligheidsoverwegingen bezochten in totaal 693 leerlingen het Mariniersmuseum.

Bedrijfsgegevens

Mariniersmuseum

Wijnhaven 7-13

Rotterdam

Tel 0104129600

www.mariniersmuseum.nl



Colofon

© Mariniersmuseum, Rotterdam, 2020

Samenstelling & redactie: Nathalie Dufais, Letter Matters, Den Haag