

A group of seven diverse children are captured in mid-air, jumping joyfully in a museum setting. They are wearing colorful clothing, including a purple and white hoodie, a green textured dress, a pink sweater, and a red and white striped shirt. The background shows a modern museum interior with large windows and a blue carpeted floor.

museon
omniversum

DE
TOEKOMST
IS VAN **ONS**
ALLEMAAL

BELEIDSPLAN 2025 - 2028

INHOUD

1. VOORWOORD
2. DE WERELD VERANDERT
3. OVER MUSEON-OMNIVERSUM
4. ONZE AMBITIES
5. MARKETING EN DOELGROEPEN
6. TENTOONSTELLINGEN EN ZALEN
7. PARTNERS EN SAMENWERKINGEN
8. ONZE ORGANISATIE
9. BEDRIJFSVOERING EN BEGROTING

01 VOORWOORD

Museon-Omniversum is ontstaan uit een fusie van twee Haagse iconen: op 1 januari 2022 zijn wetenschapsmuseum Museon en koepelfilmtheater Omniversum samengegaan. Onze organisatie heeft een ambitieuze visie op haar positie in de maatschappij.

Dit Beleidsplan beschrijft onze ambitie voor 2028 en de plannen om die waar te maken. Daarvoor hebben we onze rol en betekenis onder de loep genomen en onderzocht hoe we waarde kunnen toevoegen.

Als uniek wetenschapsmuseum met een grootbeeldfilmtheater laten we jong en oud zien hoe je als actieve wereldburgers samen kunt bijdragen aan een leefbare toekomst. We willen activeren, impact maken en vooral de verbeelding van bezoekers prikkelen. Samen met een krachtig netwerk van bedrijven, overheden, kennisinstellingen en netwerkorganisaties kunnen we onze programmering vormgeven en meerwaarde creëren met hun kennis en andere bijdragen.

Dit doen we in een stad met grote opgaven die hoge eisen stelt aan de kunst- en cultuursector: de Haagse Cultuurvisie noemt cultuurparticipatie en -onderwijs van belang voor kansengelijkheid. Daarnaast moeten innovatie en creativiteit zorgen dat de stad een aantrekkelijke, leefbare 'impact city' blijft. Stuk voor stuk zaken waar Museon-Omniversum aan bijdraagt!

Ongeacht de economische uitdagingen en de politieke situatie in Nederland houden wij vast aan onze missie en visie. Onze publieksbenadering is breed en we willen iedereen betrekken bij het gesprek over de toekomst van de planeet. Met een proactieve houding en steeds mee veranderend als daar noodzaak toe is, vanuit de scherpe positionering en profilering die we hebben bepaald.

IRIS G. VAN DEN AKKER
Commercieel directeur

PETER DE HAAN
Algemeen directeur

02

DE WERELD VERANDERT



Klimaat, energie, voedsel, democratie; de ene crisis lijkt de andere op te volgen. Terwijl het onbehagen in de maatschappij groeit, neemt gelukkig ook de betrokkenheid toe. Steeds meer (wetenschaps)musea vinden dat ze positie moeten innemen. Door publiek niet alleen neutraal te informeren, maar – gebaseerd op de feiten - ook te activeren en zo impact te maken. Wetenschapsmusea zijn uitermate geschikt voor die rol omdat ze met hun authentieke objecten houvast bieden voor wat 'waar' is en tegelijk ruimte geven aan verbeelding, onderzoek en discussie.

Ook Museon-Omniversum neemt stelling in. De programmering is bedoeld om bezoekers te betrekken bij mondiale en lokale uitdagingen en hen te informeren, te inspireren en te sterken in hun handelen. Dit doen we door hen te raken met hart, hoofd en handen. In Museon-Omniversum kijk je niet toe maar kom je zelf in actie.

Dichter bij huis zijn er ook uitdagingen. De economische ontwikkelingen en de gewijzigde politieke situatie in Nederland hebben effect op de gehele culturele sector en dus ook op de financiële stabiliteit van Museon-Omniversum. De bestaansonzekerheid van een grote groep in de samenleving, nieuwe wetgeving voor het bedrijfsleven op het gebied van duurzaamheid en onzekerheid over de hoogte van het Gemeentefonds zijn drie factoren waar Museon-Omniversum rekening mee houdt in het risicobeheer.

De wereld verandert en zorgt voor steeds meer uitdagingen. Dit sterkt ons in onze keuze voor onze inhoudelijke opstelling: we willen iedereen betrekken bij het gesprek over de toekomst van de planeet.



03

OVER MUSEON- OMNIVERSUM



Museon-Omniversum heeft als ambitie de favoriete plek van kinderen en hun begeleiders te zijn voor een leuk en leerzaam dagje uit. Je leert op een unieke, inspirerende en interactieve manier hoe we samen de wereld tot een betere plek kunnen maken. Het is dan ook onze missie om jong én oud te betrekken bij de zoektocht naar oplossingen door een plek te creëren die raakt, vermaakt en aanzet tot actie.

Hoe doet Museon-Omniversum het anders?

We nemen bezoekers mee op ontdekkingsreis door verleden, heden en toekomst en stimuleren de verbeelding: hoe kunnen we beter samenleven op én met de aarde?

Inhoudelijk neemt Museon-Omniversum stelling in:

- De toekomst is begonnen: hoog tijd om in actie te komen;
- De toekomst is hoopvol: door samenwerking vergroten we onze gezamenlijke kracht;
- De toekomst is van iedereen: iedereen kan én wil zich inzetten voor een leefbare planeet.

Wat biedt Museon-Omniversum?

Leuke, leerzame en interactieve tentoonstellingen en activiteiten met films op gigagroet beeld die verwonderen en de creativiteit prikkelen.

Onze programmering bestaat altijd uit een combinatie van film, collectie, exposities, educatie, events en activiteiten. Daarmee maken we grote mondiale en lokale thema's op leuke en wetenschappelijk gefundeerde wijze toegankelijk voor familiepubliek, scholen en professionals.

Museon-Omniversum heeft de volgende kernwaarden die richting geven aan wie we zijn en wat we doen:



04

ONZE AMBITIES



01

EEN GROTER EN MEER DIVERS PUBLIEK BEREIKEN EN DIT KLANTGERICHTER BENADEREN

Bij Museon-Omniversum is iedereen welkom. We streven naar meer bezoekers en het aantrekken van andere doelgroepen. De bezoekers staan centraal, daarom toetsen we regelmatig hun ervaringen. We activeren ons publiek en streven naar meetbare resultaten, waarbij de *Social Handprint* als instrument dient.

02

HET NETWERK MET (KENNIS)PARTNERS VERDIEPEN

We bieden onze (kennis)partners een podium voor zogenoemd 'public engagement of science', ofwel de dialoog tussen wetenschap en publiek. Zakelijke partners dragen structureel bij aan de programma's. Zo vergroten we onze plek in de culturele infrastructuur, zowel in de wijken, de stad als (inter) nationaal.

03

EEN NIEUW NARRATIEF ONTWIKKELEN VOOR NA 2030

De Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen van de Verenigde Naties (SDG's) blijven de komende jaren onze inhoudelijke leidraad. Samen met onze partners en publiek werken we een nieuw verhaal uit over een duurzame en rechtvaardige toekomst.

04

EEN GEZONDE BEDRIJFSVOERING

Kosten en opbrengsten zijn in verhouding en we zijn financieel gezond. Onze organisatie is doelmatig en efficiënt ingericht en de rollen en verantwoordelijkheden zijn duidelijk belegd. Medewerkers zijn betrokken en toegerust voor hun taken.

ONZE WENS

DE GEBOUWEN VERBINDEN

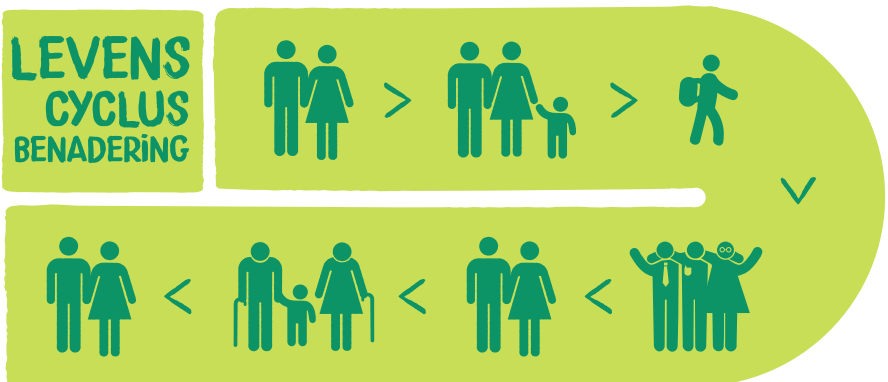
Een fysieke verbinding tussen het museum en de Dome wordt een must. Deze vereenvoudigt de route voor de bezoekers, is efficiënt voor interne diensten en biedt belangrijke ruimtewinst voor de ontvangst van educatieve en zakelijke groepen.

05

MARKETING & DOELGROEPEN



Van denken in doelgroepen naar denken in mentaliteit: we richten ons voortaan op wat mensen verbindt. Hoe denken ze ergens over, wat is hun wereldbeeld? Zo spreken we mensen aan uit allerlei groepen in de samenleving. Daarbij willen we onze bezoekers over langere tijd aan ons binden. Dit vraagt om inclusieve communicatie en een zogenaamde levenscyclus-benadering.



Onze doelgroep is de ‘hoopvolle ontdekker’: praktisch-bewuste mensen die zich betrokken voelen bij het welzijn van de planeet. Ze gaan zelf op ontdekking naar praktische oplossingen en zijn hoopvol over de toekomst. Museon-Omniversum definieert drie typen bezoekers: publiek, educatie en zakelijk.

In de komende beleidsperiode letten we meer op diversiteit en inclusie (D&I). Ons Team JEDI (Justice, Equity, Diversity, Inclusion) heeft een actieplan opgesteld:

- **Publiek:** diverse publieksgroepen structureel betrekken bij het samenstellen van de programma’s, samen met organisaties en ervaringsdeskundigen op het gebied van culturele, fysieke en digitale toegankelijkheid.
- **Personeel:** D&I wordt onderdeel van het HR-beleid
- **Programma’s:** speciale projecten gericht op speciale doelgroepen
- **Partners:** uitsluitend samenwerking met partners die actief D&I-beleid voeren

Museon-Omniversum definieert drie typen bezoekers: publiek, educatie en zakelijk.

PUBLIEK

- Ouders/grootouders in de Randstad met (klein)kinderen 6-12 jaar
- Volwassenen 18-40 jaar met culturele belangstelling wonend in Den Haag e.o.

EDUCATIE

- Primair en voortgezet onderwijs: scholen met verschillende niveaus en onderwijsvisies
- Middelbaar beroepsonderwijs in Den Haag e.o. met het vak Burgerschap

ZAKELIJK

- Bedrijven in Nederland die hun sociaal-maatschappelijke impact willen vergroten
- Samenwerkingspartners op het gebied van kennis, innovatie, financiële en maatschappelijke waarde

De ambitie is om in 2028 in totaal 400.000* bezoekers te trekken:

Totalen	2025	2026	2027	2028
Aantal bezoekers	357.500	375.000	390.000	400.000

*De genoemde ambitie is onderhevig aan een aantal aannames, die elk jaar worden getoetst in het jaarplan. Daarnaast houdt het geen rekening met de realisatie van de verbindingstraat die de gebouwen van het museum en grootbeeldfilmtheater met elkaar zal verbinden.



06

PROGRAMMERING, EDUCATIE & COLLECTIE

Museon-Omniversum wil een zo breed mogelijk publiek trekken en moet daarom relevant blijven in de snel veranderende wereld. Dit vraagt om een afwisselend programma waarbij we gebruikmaken van alles wat Museon-Omniversum te bieden heeft. Om dit te realiseren hebben we een nieuwe manier van werken geïntroduceerd, het redactiemodel. Van strategische doelstellingen tot creatieve invulling, een positieve ervaring van de bezoeker is leidend.

In dit model zijn programmering, marketing en publiek met elkaar verweven. We zetten de collectie, tentoonstellingen, film en activiteiten in als bouwstenen voor een programmering die niet alleen onze missie centraal stelt maar ook vragen uit het publiek en de maatschappij.

Een jeugdredactie en focusgroepen testen onze programma-ideeën en partners dragen bij aan de ontwikkeling van de programmering. We gaan nadrukkelijk op zoek naar partijen die onze programma's kunnen verrijken en een ander perspectief kunnen geven. De redactie, waar de verschillende disciplines samenkomen, creëert vervolgens contentformats die toegepast worden in een cross-mediale mix en een gevarieerd aanbod voor de bezoekers.

Deze werkwijze versterkt de synergie tussen marketing en programmering met een actuele en relevante programmering voor onze bezoekers als resultaat.

Programmathema's

Centraal thema in de programmering voor de periode 2025-2028 wordt: 'we geven samen de toekomst vorm'. Als we nu handelen kunnen we – samen met onze bezoekers - richting geven aan de toekomst.

De SDG's blijven bepalend bij het kiezen van thema's. Inhoudelijk moeten deze aansluiten bij de dagelijkse belevingswereld en het toekomstbeeld van het publiek. Daarom kiezen we voor de thema's circulariteit & materialen, diversiteit & rechtvaardigheid, biodiversiteit & natuur en klimaat.

Tentoonstellingen en zalen

In de tentoonstellingen en zalen vertellen we ons verhaal door verleden, heden en toekomst te verbinden. We maken de ruimtes in de komende jaren dynamischer, aantrekkelijker en flexibeler.

In de langlopende tentoonstelling op de benedenverdieping leggen we de nadruk op de pijlers nieuwsgierigheid, samenwerking, creativiteit en hoop. Daarnaast investeren we in de kwaliteit en belevingswaarde door de wow-factor, routing, kwaliteit en afwisseling te verbeteren. Omliggende ruimtes worden ontwikkeld tot labs, zodat de benedenverdieping inclusief winkel en horeca een totaalbeleving wordt.

De semipermanente One Planet Expo op de bovenverdieping over de 17 SDG's is vanwege de VN-agenda uiterlijk 'houdbaar' tot 2030. Tot 2028 investeren we in de expo en tegelijkertijd ontwikkelen we een opvolger.

In de aangrenzende ruimtes ligt het accent op kijken en leren met een centrale plaats voor collectie-objecten. Er komt een zaal voor wisselende collectietentoonstellingen en een meer multifunctionele educatieve ruimte voor groepen. Ook komt op de bovenverdieping een semipermanente tentoonstelling over massa-extincties en de huidige biodiversiteitscrisis rond topstukken uit de collectie.

Dome

In het grootbeeldfilmtheater overdonderen we bezoekers op gigagroot scherm met de schoonheid en kwetsbaarheid van de planeet. We investeren in de ontwikkeling – in samenwerking met kennispartners – van interactieve shows met animaties. We zetten de Dome vaker in voor onderwijsgroepen en de zakelijke markt en gaan daarnaast door met onze aparte avondprogrammering. Hierin is ruimte voor entertainment: concerten, cinemafilms, e-sport en muziek.



Educatie

We willen een onmisbare educatieve speler worden, zowel in Den Haag als landelijk, met een visie gericht op het Burgerschapsonderwijs. Door lastige onderwerpen op het gebied van globalisering, duurzaamheid en technologie te behandelen, sluiten we aan bij een kerntaak van het onderwijs en verlichten we de werklast van docenten.

Aan het primair onderwijs bieden we museumlessen op het gebied van wereldoriëntatie. In de bovenbouw komen daar de mondiale uitdagingen bij. Voor het voortgezet onderwijs en mbo focussen we op de samenhang tussen mondiale uitdagingen en het leren omgaan met complexe vraagstukken.

De afdeling educatie wordt anders ingericht. We investeren in werving en training van museumdocenten, stellen 'pakketten' samen die grotere groepen kunnen bedienen en leggen de nadruk op didactiek en inclusiviteit. Daarnaast richten we ons op kleinere lokale doelgroepen als het nieuwkomersonderwijs en onze trouwe senioren community.

Collectie

De collectie van Museon-Omniversum heeft een belangrijke functie als bouwsteen om verhalen te vertellen in tentoonstellingen en programmering. Daarnaast hebben we de taak om de collectie te beheren voor de gemeente Den Haag.

De collectie is een bron van inspiratie en kennis. Objecten zijn momentopnames uit verschillende tijden, culturen, gebruiken, gedragingen en technologie. We willen zoveel mogelijk van onze topstukken tonen op zaal en in vitrines en online. Waar mogelijk en zinvol maken we collectie beschikbaar voor educatief gebruik.

De collectie is van de stad Den Haag en al zijn inwoners. De komende jaren besteden we meer aandacht aan diversiteit van culturen, zodat meer bezoekers zich herkennen in de collectie.

MuseumLab Zuidwest

MuseumLab Zuidwest zorgt voor verbinding tussen de bewoners in Den Haag Zuidwest en Museon-Omniversum. Het lab verzorgt activiteiten, tentoonstellingen en evenementen om jong en oud in contact te brengen met cultuur en wetenschap. De focus ligt op talentontwikkeling en kansgelijkheid voor jongeren. MuseumLab Zuidwest werkt samen met de gemeente, bewoners en partners in de buurt zoals de Bibliotheek, Zuiderparktheater, ROC Mondriaan, Quiet, WijkZ, buurtkamers.

Samen met woningcorporatie Staedion ontwikkelen we een nieuwbouwlocatie. Doel is een relevante bijdrage te leveren aan het voorzieningsprogramma in Zuidwest.



PARTNERS & SAMENWERKINGEN



Museum-Omiversum

DE HANDSHAKE

Museum-Omiversum en UN Global Compact
Schudden elkaar de hand!
De 17 Sustainable Development Goals (SDG's) zijn gericht op duurzame ontwikkeling en de wereldwijde uitdagingen die we tegenkomen. Samen doen we er alles aan om deze uitdagingen aan te pakken en de wereld een betere plek te maken.

Door JAANBOEVE te gebruiken in 2023 heb ik mijn steun aan de SDG's uitgedrukt op de volgende manier:

Datum: 1 februari 2024

Een museum voor cultuur en wetenschap met een educatieve missie kan niet zonder banden met het onderwijs, kennisinstellingen, overheden en bedrijfsleven. Doel is om ons netwerk met (kennis)partners te verdiepen door een 'ecosysteem' op te zetten op basis van ideeën, kansen en middelen. Deze partners (bedrijven, overheid, kennisinstellingen en netwerkorganisaties) onderschrijven het streven naar een duurzame toekomst. Dit bestendigen ze door het tekenen van de *One Planet Handshake*. Daarnaast nemen ze diensten af als zakelijke verhuur en inspiratieprogramma's.

Kennisinstellingen

Voor de invulling van onze programma's is kennis van andere instellingen onmisbaar. Zowel in Nederland als op Europees niveau hebben we samenwerkingen op specifieke thema's die vorm krijgen in bijvoorbeeld labs, co-creatie van tentoonstellingen, stageplekken en wetenschapscommunicatie. Komende beleidsperiode ontwikkelen en verduurzamen we deze samenwerkingen op strategisch niveau.

Waardehouders

Bedrijven en organisaties kunnen 'waardehouder' worden: door middel van giften aan Museon-Omniversum verwerven zij maatschappelijke aandelen. Zo stimuleren we duurzame ontwikkeling en vergroten we de maatschappelijke waarde van het museum én de waardehouders. Speciaal voor dit netwerk organiseren we bijeenkomsten rond relevante thema's met als doel elkaar te inspireren en van elkaar te leren.





08

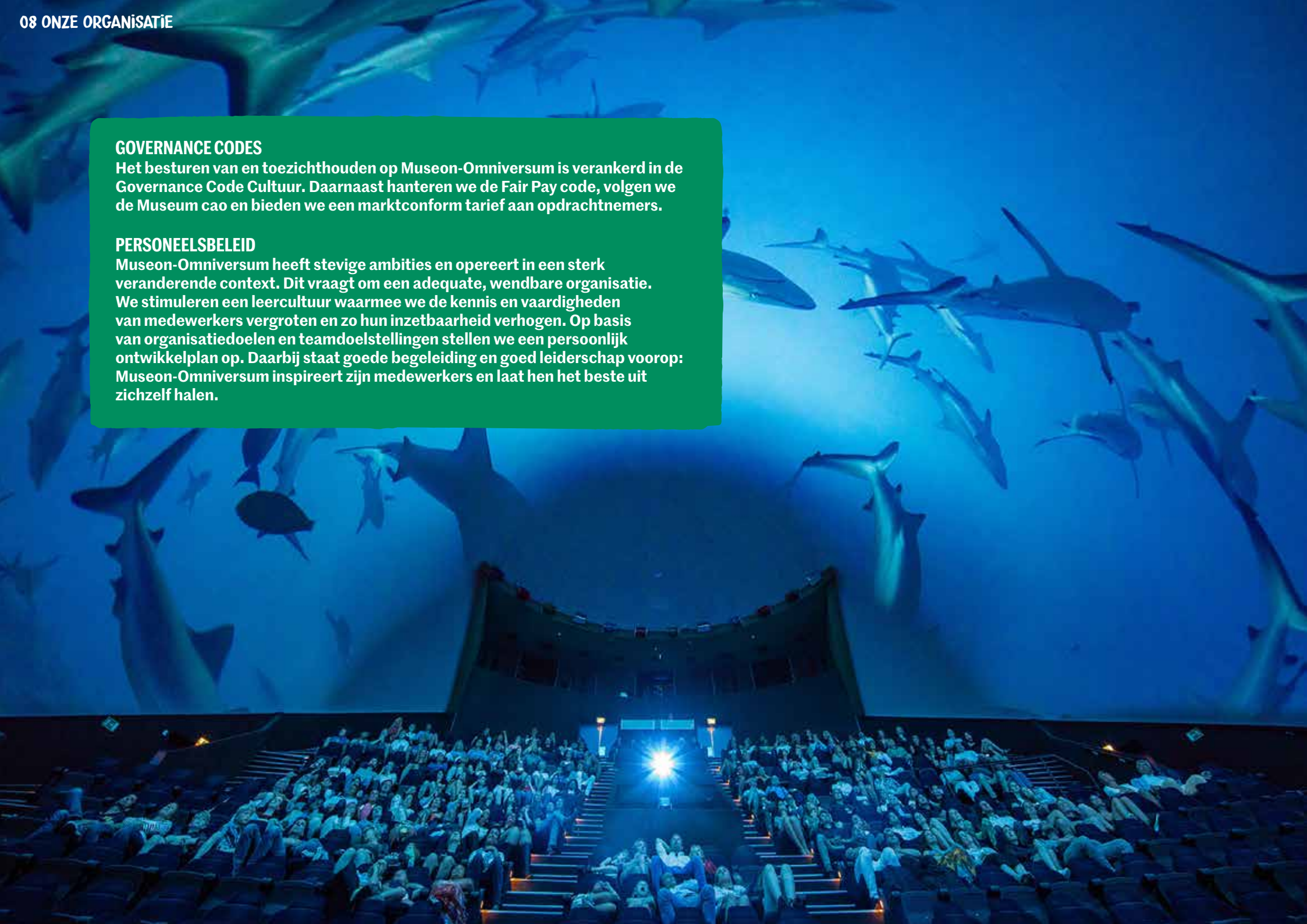
**ONZE
ORGANISATIE**

GOVERNANCE CODES

Het besturen van en toezichhouden op Museon-Omniversum is verankerd in de Governance Code Cultuur. Daarnaast hanteren we de Fair Pay code, volgen we de Museum cao en bieden we een marktconform tarief aan opdrachtnemers.

PERSONEELSBELEID

Museon-Omniversum heeft stevige ambities en opereert in een sterk veranderende context. Dit vraagt om een adequate, wendbare organisatie. We stimuleren een leercultuur waarmee we de kennis en vaardigheden van medewerkers vergroten en zo hun inzetbaarheid verhogen. Op basis van organisatiedoelen en teamdoelstellingen stellen we een persoonlijk ontwikkelplan op. Daarbij staat goede begeleiding en goed leiderschap voorop: Museon-Omniversum inspireert zijn medewerkers en laat hen het beste uit zichzelf halen.





09

BEDRIJFSVOERING

Bedrijfsvoering omvat de disciplines Publiek, Finance, ICT en Facilitair & Producties. Zij ondersteunen de inhoudelijke ambities van Museon-Omniversum. In de komende periode stroomlijnen zij processen en systemen met het oog op efficiency en kostenreductie.

Risicobeheer

Museon-Omniversum loopt risico op drie gebieden: daling van bezoekerscijfers (de helft van onze inkomsten komt van entreegelden); wegvallen van subsidies; en stijgende kosten. Maatregelen die wij nemen om deze risico's te beperken:

- Een veranderingstraject dat loopt tot 2025 zal een flexibele en efficiënte organisatie opleveren afgestemd op de ambitie en inkomsten;
- Programmering met het redactiemodel, scherpe marketing en verbetering van de bezoekerservaring;
- Versterken van de bedrijfsvoering en managementinformatie;
- Organisatie en cultuur beter laten aansluiten op de inkomsten en de manier van werken.

Naast bovenstaande risico's is er risico op het uitvallen van de faciliteiten. Het koepeltheater is eigendom en goed verzekerd. Het museumgebouw is eigendom van gemeente Den Haag, de inventaris is goed verzekerd. De collectie is opgenomen in een gemeentelijke verzekering.

Verbinding tussen de gebouwen

Komende jaren willen we de gebouwen van Museon-Omniversum verbinden door een nieuwe hoofdentree te bouwen aan de President Kennedylaan. Een centrale straat moet de huidige twee foyers verbinden. Hier komen de winkel, het restaurant met terras en ruimte voor ontvangst van zakelijke groepen en schoolgroepen.

Deze verbindingstraat verbetert de routes voor zowel bezoekers als medewerkers en past beter bij onze manier van werken en programmeren.

Architectenbureau Quist-Wintermans heeft een schetsontwerp gemaakt en samen met de gemeente Den Haag is een businesscase opgesteld. Bij het uitbreidingsplan hoort ook de verkoop van het koepeltheater aan de gemeente. De gemeente wordt opdrachtgever, financiert voor en rekent een kostendekkende huur. Als het plan in 2024 wordt goedgekeurd, kan de uitbreiding in 2026 uitgevoerd worden.

De nieuwe verbindingstraat vereist ook een ingrijpende interne herinrichting. Museon-Omniversum is hiervoor zelf opdrachtgever. Financiering bestaat uit een mix van eigen vermogen, fondsenwerving en een bijdrage van onze vriendenvereniging.

Gebouwen

De gemeente Den Haag is eigenaar van het museumgebouw is de gemeente Den Haag. Museon-Omniversum is verantwoordelijk voor het huurdersonderhoud. Als eigenaar van het koepeltheater zijn wij verantwoordelijk voor het totaalonderhoud. Een meerjarig onderhoudsplan (MOP) waarborgt de conditie van beide gebouwen en installaties. Achterstallig onderhoud wordt de komende jaren ingelopen.

Ook verduurzamen we onze gebouwen. Het museumgebouw heeft al jaren een Green Key 'Goud' certificaat van stichting KMKV. Voor het koepeltheater is minimaal een bronzen certificaat het doel.

In de komende beleidsperiode komt er een Warmte Koude Opslag (WKO) voor onze en andere panden in de buurt. Vervanging van installatie-onderdelen worden duurzame alternatieven. Verder bekijken we de mogelijkheid van een groen dak of zonnepanelen bij de bouw van de verbindingstraat.

Sociaal maatschappelijke impact

Gezien de inhoudelijke duurzame doelstellingen voor onze planeet, heeft Museon-Omniversum een voorbeeldfunctie voor de duurzaamheid van haar bedrijfsvoering.

Wij brengen jaarlijks onze sociaal-maatschappelijke impact in kaart met de social handprint, opgesteld door de organisatie MAEX. Dit instrument laat de positieve effecten zien van Museon-Omniversum op de samenleving aan de hand van de 17 SDG's en uitgedrukt in een financiële waarde. Zo zetten we onze missie en doelstellingen om naar meetbare waarden.



COLOFON

**Museon-Omniversum
Stadhouderslaan 37
2517 HV Den Haag**

**Telefoon: 070 - 33 81 338
www.museon-omniversum.nl**

**Copywriter: Dorine van Gorp
Vormgeving: Izabella May
Fotografie: Museon-Omniversum, tenzij anders vermeld**

Uitgave: maart 2024