Projectvoorstel - TOEN 2024: SCHIJN BEDRIEGT!

Aanleiding

Het Huis van de Nijmeegse Geschiedenis staat centraal als een laagdrempelige plek waar het heden in historisch perspectief wordt geplaatst. In samenwerking met 024Geschiedenis, een netwerk van Nijmeegse erfgoedpartners, organiseert het Huis het jaarlijkse Nijmeegs Geschiedenisfestival TOEN. Het doel is om de rijke geschiedenis van Nijmegen toegankelijk te maken voor een breed publiek door innovatieve programmering en marketing.

TOEN 2024: SCHIJN BEDRIEGT!

In 2024 staat het festival in het teken van 'Schijn Bedriegt!'. Van 19 t/m 27 oktober zullen culturele en erfgoedinstellingen in Nijmegen activiteiten organiseren die inspelen op dit thema. Dit gaat dieper in op de vraag of historische verhalen en objecten altijd op waarheid berusten en sluit hiermee aan op het thema ‘Echt nep’ van de Maand van de Geschiedenis en actuele vraagstukken rondom AI. Het festival wordt ondersteund door een uitgebreid netwerk van erfgoedpartners en externe partijen.

Verwachte deelnemende Partners 2024:

Erfgoedpartners: De Bastei, Museum Het Valkhof, Gemeente Nijmegen (afdeling Archeologie/Erfgoed), GSV Excalibur, Stichting Het Landhoofd, Het Gebroeders van Lymborch Huis, Het Besiendershuis, Stichting Het Gilde Nijmegen, De Stevenskerk, Stichting Fenix, Radboud Universiteit Nijmegen, Stichting SAAM, Regionaal Archief Nijmegen, Werkgroep Oorlogsdoden, Infocentrum WO2, Nederlandse Genealogische Vereniging, Stichting Memento Mori, Het Van ‘t Lindenhoutmuseum, Valkhofbunker, het Sodalicum Classicum Noviomagense, Orientalis en AWN regio Nijmegen.

Externe partners: Bierproeven.nu, LUX Nijmegen, De Basis, Nootscenario, De Basis, Theatermaker Tijmen Dokter, Huis voor de Binnenstad, Gemeente Nijmegen, Theater de Horde, Spoken word artiest Vera Kho, Elevel Marketing, De Wintertuin, De Campusdichter en P-art Nijmegen.

TOEN ambassadeur

Met het Nijmeegs Geschiedenisfestival willen we onderlinge kennisuitwisseling tussen verschillende sectoren stimuleren. TOEN werkt samen met lokale cultuurmakers om geïnspireerd op het jaarthema nieuw werk te produceren. Vorig jaar hebben onder andere stadstekenaar Ernie Bossmann, spoken word artiest Lin An Phoa en muzikant Teun van Laake nieuw werk voor het festival gemaakt. Nieuw aankomend jaar is het streven hiernaast een bekende theatermaker of columnist aan het evenement te koppelen als ambassadeur. Deze persoon zal fungeren als het gezicht van het festival en aanwezig zijn ter promotie en presentator bij verscheidene activiteiten.

Doelstelling

Hoofddoel: Het Nijmeegs erfgoedveld vertelt zijn verhalen op een toegankelijke en innovatieve manier aan een breed publiek, met stimulatie van samenwerking binnen en buiten de erfgoedsector.

Subdoelen:

- Verhalen van de geschiedenis van Nijmegen toegankelijk maken voor een breed publiek;
- Het bereiken van een nieuw publiek voor het Nijmeegse erfgoed;
- De landelijke uitstraling van Nijmegen als cultuurstad versterken;
- Het stimuleren van inclusiviteit en diversiteit binnen de Nijmeegse erfgoedverhalen;
- Interne samenwerking stimuleren binnen het Nijmeegs Erfgoedveld;
- Samenwerkingen met lokale ondernemers en de cultuur- en horecasector;
- Kwaliteitsverbetering binnen het Nijmeegs Erfgoedveld;
- Betekenisgeving van de stad Nijmegen voor en door inwoners en deelnemers;
- Onderzoek naar het Nijmeegse verleden ondersteunen en stimuleren;
- Kennis vergroten onder het publiek over authenticiteit van historische verhalen;

Doelgroep

Het festival richt zich op inwoners van Nijmegen en regio, bezoekers uit de grensstreek en Nederlandse bezoekers met interesse in vermaak, cultuur en geschiedenis. Specifieke focus op studenten (18-25), starters (20-35), en kinderen/gezinnen door de activiteiten tijdens de herfstvakantie. Nijmeegs erfgoed kan immers een veel breder publiek aanspreken dan het nu vaak doet. In het marketingplan (bijlage) is meer te vinden over onze doelgroepen.

Verwacht bereik: 1500 bezoekers en een online bereik van 200.000 unieke personen.

Conceptprogramma

Een divers programma van 19 t/m 27 oktober, met activiteiten zoals een Kunst en Kitsch-dag, Een workshop Gebroeders Vervalsen met een artist in residence, ToenTalks over actuele stellingen rondom geschiedenis en AI, propaganda tijdens WO2, duistere mythes Nijmegen, historische accuraatheid van films, theatervertoning rondom Nijmeegse feiten en fabels, stadswandeling met bierproeverij, verhalen rondom fabels en het dierenrijk (voor kinderen), Market Garden revisited, grootmoeder weet raad, muzieksampling in concert, en de Grote Nijmeegse Geschiedenisquiz.

Aan de georganiseerde activiteiten worden de volgende randvoorwaarden gesteld:

- De activiteiten komen voort uit een samenwerking van minimaal twee erfgoedpartners;
- Waar mogelijk zoeken de werkgroepen van deze activiteiten samenwerkingen op met lokale ondernemers, horecapartijen of culturele partners d.m.v bijvoorbeeld een *artist in residence;*
- En/of de activiteit vind plaats op een bijzondere locatie;
- Aandacht voor nieuwe perspectieven en inclusiviteit.

Publiciteitsplan

Sociale media, pers en zichtbaarheid in de stad worden ingezet voor maximale exposure. Het marketingplan, opgesteld door ELEVEL Marketing, wordt uitgevoerd om het bereik onder verschillende doelgroepen te vergroten. Fysieke zichtbaarheid in de stad is dit jaar een van de primaire uitgangspunten.

Organisatie

Het Huis van de Nijmeegse Geschiedenis coördineert en organiseert het evenement. Erfgoedpartners zijn curatoren van hun programmaonderdelen, met het Huis in een ondersteunende rol.

Planning

December 2023: Evaluatie TOEN 2023: Ondergronds
Januari 2024: Subsidieaanvraag TOEN 2024
Februari: Concept programma
Maart-april: Uitwerken activiteiten en inspiratiesessie Schijn Bedriegt
Mei: Start marketing
Juni-juli: Training organisatoren en definitief programma
Augustus: Website en promotiemateriaal gereed
September: Start kaartverkoop
Oktober: TOEN festival 2024: Schijn Bedriegt!
November: Evaluatie TOEN 2024

Dit voorstel biedt een beknopt overzicht van het ambitieuze projectplan voor het Nijmeegs Geschiedenisfestival TOEN 2024: SCHIJN BEDRIEGT! Zie de bijlage voor een voorlopige conceptversie van het uitgebreide projectplan en het marketingplan.