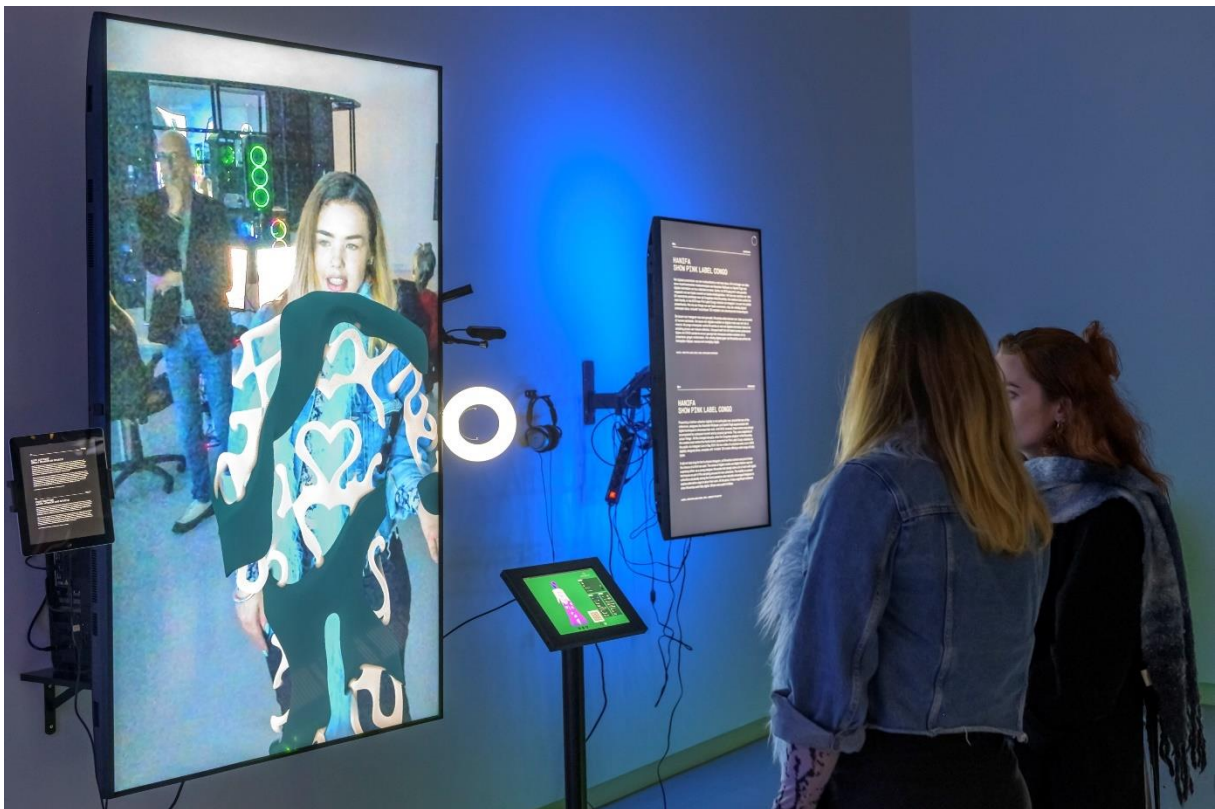


# DESIGN MUSEUM DEN BOSCH

Designer in Residence  
mei 2024 – december 2025

projectplan DigitALL  
december 2023



De tentoonstelling *Screenwear – Exploring Digital Fashion*. Foto Ben Nienhuis

Op welke manieren kan in de fysieke ruimte van het museum door middel van digitale toepassingen of hybride presentatievormen een betekenisvolle verbinding met het publiek worden gemaakt?

### Over Design Museum Den Bosch

Voortgekomen uit het voornamelijk regionaal bekende Stedelijk Museum 's-Hertogenbosch heeft Design Museum Den Bosch zich sinds zijn naamswijziging in 2018 ontwikkeld tot een relevant en breed toegankelijke presentatieplek binnen het culturele veld. Het museum heeft zichzelf met een aantal spraakmakende exposities niet alleen landelijk maar ook internationaal op de kaart gezet. In korte tijd is het museum uitgegroeid tot een plek met een open uitstraling en een gedurfde, maatschappelijk relevante programmering. In 2020 formuleerde het museum de ambitie om hét designmuseum van Nederland te worden en sindsdien werkt het daar met een aansprekend programma op een strategische manier naartoe. Het museum zet de herkenbaarheid en de maatschappelijke betekenis van design in om actuele culturele, maatschappelijke en technologische ontwikkelingen te duiden. Niet alleen de intenties van de maker en de context van een ontwerp worden belicht, maar ook de gebruikerskant: welke invloed heb jij zelf op de ontworpen wereld? Door dat te doen spreken we de taal van een steeds breder, en nadrukkelijk ook jonger publiek. Twee strategische doelstellingen formuleerden we om een relevant, onderscheidend en toekomstbestendig designmuseum te zijn en te blijven:

- het museum wil thematisch onderscheidend en op topniveau programmeren en zich meten aan belangrijke internationale designmusea en doet dat op een innovatieve manier;
- het museum wil nieuwe en jongere publieksgroepen bereiken in de vaste overtuiging dat design de kracht heeft een breed en divers publiek aan te spreken.

De bezoekersaantallen hebben in drie jaar een belangrijke groei doorgemaakt. Ook de samenstelling van ons publiek veranderde mee en werd diverser. Ons designeducatieprogramma gooit hoge ogen bij het lokale en landelijke onderwijsveld en bereikt jaarlijks duizenden leerlingen en studenten. In 2022 startten we met een nieuwe programmatak: [Young Design](#). Drie jonge professionals ontwikkelen een programma van presentaties, tentoonstellingen en events speciaal gericht op de jongvolwassen doelgroep (18-30 jaar). In de komende jaren wordt deze transitie richting een toekomstbestendig museum verder doorgezet. In vijf jaar tijd willen we een aantal wezenlijke veranderingen teweegbrengen in organisatie, programma en publiek waardoor we eind 2028 niet alleen hét Nederlandse designmuseum zijn met internationale bekendheid, maar – belangrijker nog – óók voor het publiek van de toekomst relevant zijn en blijven. Publieksverbreding, nieuwe presentatievormen en digitalisering hebben hierbij onze nadrukkelijke aandacht.

### De Derde Verdieping

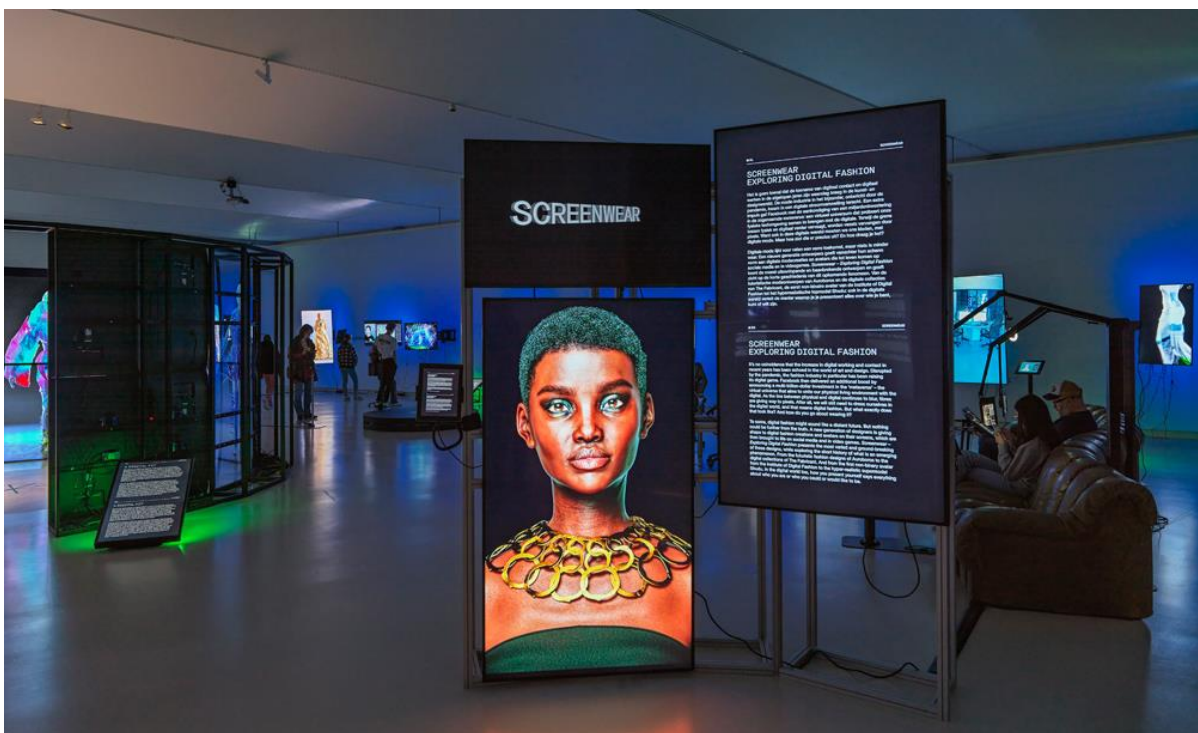
In de afgelopen jaren werden enkele nieuwe, meer hybride presentatievormen ontwikkeld, zowel in de vorm van kleine experimenten als langer lopende programma's. Zo ontsluiten we als een van de eerste musea in Nederland een groot deel van onze tentoonstellingsonderwerpen online. Dit doen we op het digitale kennisplatform [De Derde Verdieping](#), onderdeel van de website van het museum. De in aanloop naar en tijdens de tentoonstellingen vergaarde kennis gaat niet verloren maar blijft juist aangevuld worden, tentoonstellingen zijn in een klap bereikbaar voor een grote doelgroep en ze krijgen online een meerstemmig karakter. De Derde Verdieping gaat verder dan een fysieke tentoonstelling en legt expliciet verbindingen met de wereld buiten de tentoonstellingen en het museum. Internationale en actuele ontwikkelingen krijgen een plek, mensen met verschillende achtergronden en vanuit verschillende disciplines geven hun kijk op het onderwerp, de koppeling met sociale media wordt voortdurend gemaakt. Juist die verbondenheid met de buitenwereld maakt De Derde Verdieping een uniek programma. Vanzelfsprekend versterkte corona de urgentie en relevantie van dit digitale programma. Inmiddels kreeg De Derde Verdieping een permanente status, wordt het platform steeds uitgebreid en meer gevarieerd en voegt het een belangrijke onlinecomponent toe aan de hele

programmering.

### Aanleiding - Digitale presentatievormen in het museum

Aansluitend aan het onlineprogramma De Derde Verdieping is de wens ontstaan te onderzoeken op welke manieren in de fysieke ruimte van het museum door middel van digitale toepassingen of hybride presentatievormen een betekenisvolle verbinding met het publiek kan worden gemaakt.

Een aantal eerste experimenten met digitale en hybride presentaties in de fysieke ruimte van het museum zag in het afgelopen jaar het licht. Zo bevatte de tentoonstelling [\*Screenwear – Exploring Digital Fashion\*](#) (oktober 2022 – februari 2023) enkele hybride presentaties, waaronder een digitale passpiegel waarmee de bezoeker ter plekke een digitaal ontwerp kon passen. Avatar 'Shudu', een van de eerste volledig digitale modellen, droeg een sieraad uit de collectie en heette de bezoeker welkom in de tentoonstelling.



The Diigitals, *Shudu*, 2022, Collectie Design Museum Den Bosch, foto Ben Nienhuis



Digitale passpiegel en werk van Auroboros, 2021, foto Ben Nienhuis

Ook verstrekte het museum in 2021 aan ontwerper Frank Kolkman de opdracht om een nieuw en nadrukkelijk interactief werk te ontwikkelen gerelateerd aan het onderwerp 'posthuman', een van de verzamelgebieden van het museum. Wat komt er na het tijdperk waarin de mens centraal staat, hoe ziet de toekomst van het menselijk lichaam eruit en welke rol speelt technologie daarin? De interactieve installatie *Artificial Awe* (2022) was het resultaat van meer dan twee jaar onderzoek door Kolkman naar een maatschappelijke en technologische parallel uit de jaren 60: in die periode konden astronauten voor het eerst van grote afstand naar de aarde kijken, door de *space race* en de eerste maanlanding, maar ook werden nieuwe vormen van geestverruiming ontdekt door de grote populariteit en toegankelijkheid van drugs zoals lsd. Er bleken verrassende overeenkomsten te zijn in de zintuiglijke ervaringen van astronauten en gebruikers van psychedelische drugs. Om deze ervaringen te verbeelden en toegankelijk te maken voor bezoekers heeft Kolkman samen met interactief ontwerper Thom Kuyt een *machine learning*-algoritme toegepast dat woorden omzet in nieuwe afbeeldingen, op basis van getrainde datasets uit publieke beeldbanken. Het resultaat was een interactieve installatie in de vorm van een masker dat de bezoeker opzet en daarmee zelf een almaar veranderend landschap bestuurt, als een transcendente reis. Een dergelijke interactieve, hybride vorm van tentoonstellen maakte veel los bij bezoekers en smaakte naar meer. Maar tegelijk ontstond de wens om de bezoeker eerder mee te nemen in het proces, en het gebruik van het werk niet pas na afronding door bezoekers te laten testen.

En zo lopen we er vaker tegenaan dat we zoeken naar tools om toe te voegen aan onze fysieke presentaties, om bezoekers te activeren, te begeleiden, collectie te ontsluiten of data te genereren, maar daar op dat moment te weinig kennis voor in huis hebben. Enkele voorbeelden:

- In de tentoonstelling *Sneller, beter, mooier – de vormgeving van de vooruitgang* wilden we door middel van *Augmented Reality* (AR) aan bezoekers tonen hoe de stroomlijn over en langs voertuigen beweegt die in de tentoonstelling te zien zijn.

- Een museumbezoek begint vooraf en niet pas in het museum. Waar je je ook in Den Bosch zou bevinden, wanneer je een app zou openen zou een tentoonstellingsgebonden object je de weg wijzen kunnen naar het museum. Zo vliegt er bijvoorbeeld een AR-zepelin voor je uit bij het verlaten van het station.
- De sieraden in de museumcollectie mogen door niemand gedragen worden, terwijl dat natuurlijk eigenlijk is waar ze voor bedoeld zijn. Door middel van een slimme digitale passpiegel of een app kan de bezoeker toch digitaal stukken uit de collectie passen.
- Design gaat niet alleen over vorm, maar ook over materiaal. Soms willen we daar heel erg op inzoomen. Door middel van slimme toepassingen zouden bezoekers zelf tot op het kleinste detail in kunnen zoomen op het materiaal terwijl begeleidende informatie meer diepgang biedt.



Frank Kolkman, *Artificial Awe*, 2022. Foto Ben Nienhuis

We willen in de komende anderhalf jaar dan ook een aantal verschillende digitale, interactieve presentatievormen ontwikkelen, in nauwe samenwerking met een ontwerper(s), die in aanvulling op onze fysieke tentoonstellingen en collectiepresentaties een permanente plek kunnen krijgen in de programmering. De vorm die we kiezen om dit te bereiken is de 'Designer in Residence': een werkperiode voor een of meer ontwerpers, vanuit het museum en in direct contact met het team en met bezoekers, gericht op onderzoek naar en ontwikkeling van projecten voor nieuwe digitale presentatievormen.

### Noodzaak

Design Museum Den Bosch is uniek wat betreft zijn diverse en jonge publieksbereik. Ons brede perspectief op design vormt de basis voor deze grote aantrekkingskracht op jonge doelgroepen.

Afgelopen jaren hebben we laten zien dat de samenstelling van ons publiek aanzienlijk breder en jonger is geworden mede dankzij een tentoonstelling als [Screenwear – Exploring Digital Fashion](#) en een interactieve installatie [Artificial Awe](#). Om relevant te blijven voor onze bezoeker achten wij het noodzakelijk om binnen de inzet van digitale toepassingen te blijven ontwikkelen om nieuwe verbindingen met het publiek mogelijk te maken. We blijven de programmering continu aanscherpen zodat deze blijft voldoen aan de behoeften van toekomstige doelgroepen. Zo ambieert Design Museum Den Bosch om een voortrekkersrol te spelen in de ontwikkeling van digitale mogelijkheden, om toegankelijkheid van het aanbod te verhogen, een platform te zijn voor meerstemmigheid en publieksverbreding te bewerkstelligen.

### Doelstellingen

De doelstellingen van dit digitale programma zijn drieledig:

1. Kennisontwikkeling. Het museum wil een aantal verschillende digitale presentatievormen laten ontwikkelen en gebruiken door bezoekers om hiermee structurele en uitgebreide kennis te ontwikkelen over de toepassing van digitale/hybride middelen in het museum. Het doel is nieuwe elementen toe te voegen aan het gereedschap van conservatoren en andere programmamakers. We willen deze digitale elementen op een vroeger moment in de ontwikkeling van tentoonstellingen kunnen toevoegen. We zijn ervan overtuigd dat AR en andere interactieve ervaringen een volwaardig onderdeel van het expositiearsenaal kunnen worden.

2. Interactie. Het museum wil zijn museale aanbod uitbreiden om hiermee een breder en diverser publiek aan te spreken. Ook wil het de interactie met bezoekers vergroten. Het fysieke museum als presentatieplek voor objecten ontwikkelt zich langzaam tot ontmoetingsplek met een duidelijke maatschappelijke functie, waar relevante actuele onderwerpen kunnen worden onderzocht en bediscussieerd. Om dit te kunnen doen zijn nieuwe vormen van interactie nodig. Het Designer-in-Residence programma speelt zich dan ook voor een deel af in de voor iedereen ook zonder museumticket toegankelijke ruimte op de begane grond van het museum.

2. Collectieontsluiting. Het museum heeft een belangwekkende collectie sieraden en keramiek, maar tegelijk sluiten deze collecties niet altijd aan bij de tentoonstellingsprogrammering. Ook biedt het museumgebouw weinig ruimte voor tijdelijke en permanente collectiepresentaties. We zijn dan ook op zoek naar digitale manieren voor het ontsluiten van collectieobjecten.

### Kader van de opdracht: drie onderzoeksvragen, drie projecten, drie antwoorden als resultaat

Het doel van het onderzoek door de ontwerper(s) is het ontwikkelen van drie projecten voor het gebruik van interactieve digitale presentatiemogelijkheden in de fysieke ruimte van Design Museum Den Bosch. De aanvankelijke aanleiding voor dit plan was een interesse in het gebruik van VR in de huidige tentoonstellingen. Al snel werd echter duidelijk dat de mogelijkheden van digitaal presenteren veel verder reiken dan VR alleen. Daarom wordt in deze tekst de ruime definitie 'hybride digitale presentatiemogelijkheden in de fysieke ruimte' gebruikt. Hiermee doelen we op inzet van AR en *Virtual Reality* (VR), maar willen we de mogelijkheden van nieuwe vormen niet uitsluiten. We benoemen expliciet de fysieke ruimte, omdat bezoekers van het museum alle projecten live en fysiek op locatie moeten kunnen meemaken. Het gaat dus niet om een online platform of app (als deze niet ook een uitwerking in de fysieke ruimte van het museum heeft).

De opbrengst van het programma is enerzijds een bijzondere, betekenisvolle ervaring in het museum voor de bezoekers, maar zeker zo belangrijk is de kennis en kunde die het museum bij de ontwikkeling en implementatie van ieder project opdoet. Aan het einde van de projectperiode is het museum drie

mooie projecten rijker die de toekomst laten zien van hybride digitale presentatiemogelijkheden in de fysieke museumruimte.

#### Project 1: De collectie

Het eerste project is gericht op de ontsluiting van de collectie van Design Museum Den Bosch. Het museum heeft een vooraanstaande verzameling van keramiek en sieraden in haar depot. Er is echter geen ruimte in het huidige gebouw voor een vaste presentatie van deze unieke voorwerpen. Ook in de themakeuze van de reguliere tentoonstellingsprogrammering staat de collectie niet centraal. Maar ook als de collectie wél getoond wordt, lopen we tegen hordes aan. In essentie horen sieraden thuis op de huid van een drager en moet je uit theekopjes kunnen drinken. Bij museumstukken is dat logischerwijs niet mogelijk. Het eerste project beantwoordt daarom de vraag: hoe kunnen we de collectie door middel van hybride digitale presentatiemogelijkheden ontsluiten? De uitvoering van het project vindt plaats in de hal van het museum: de publiek toegankelijke ruimte waar iedereen welkom is.

#### Project 2: In de tentoonstelling

De conservatoren van Design Museum Den Bosch hebben een grote wens om hybride digitale presentatiemogelijkheden in te zetten in de tentoonstellingen. Ze hebben echter niet de kennis, kunde en ervaring om dit mogelijk te maken. Ook is het hen lang niet altijd duidelijk waar hybride digitale presentatiemogelijkheden op een effectieve manier ingezet kunnen worden: welke verhalen in de tentoonstelling lenen zich bijvoorbeeld voor de inzet van AR en VR, en welke juist helemaal niet? Daarnaast hebben de conservatoren vaak hele ambitieuze presentatieplannen: in een ideale wereld zouden ze raceauto's, onderzeeërs of zelfs integrale gebouwen willen tonen! Maar ja, die passen helaas niet in de goederenlift van het museum... Het tweede project beantwoordt daarom de vraag: hoe kunnen hybride digitale presentatiemogelijkheden ingezet worden om de bezoekerservaring binnen de tentoonstellingen te verrijken. Dit project wordt uitgevoerd in nauw overleg met de conservatoren, en zal in de tentoonstellingszaal haar uitwerking krijgen.

#### Project 3: Buiten de muren

Het museum heeft de uitgesproken ambitie om relevant te zijn in en voor de stad. Dat doen we door middel van samenwerkingen met lokale instellingen en makers, de deuren wagenwijd open te zetten voor de bewoners van Den Bosch en door ook in de stad zelf projecten te initiëren. Op die manier willen we op een relevante manier buiten de muren van ons museum treden. Toch merken we dat er groepen Bosschenaren zijn die ons niet goed weten te vinden, of voor wie de drempel van een museumbezoek te hoog is. Ook merken we bij onszelf een bepaalde terughoudendheid om juist toegankelijke projecten in de stad te doen: we vrezen de gimmick en zoeken naar manieren om laagdrempelig maar niet plat te zijn, en een relevante koppeling met de inhoud van het museum te maken. Het derde project beantwoordt daarom de vraag: hoe kunnen we door gebruik van hybride digitale presentatiemogelijkheden buiten de muren van het museum treden? De onderliggende vraag daarbij is hoe we het museum toegankelijker kunnen maken voor doelgroepen die ons normaal niet als vanzelfsprekend weten te vinden. Voor dit project zal de Designer-in-Residence nauw samenwerken met het projectteam Diversiteit en Inclusie van Design Museum Den Bosch, en aansluiten bij het initiatief Buurt naar het museum. De uitvoering van dit project vindt plaats in de publieke ruimte, buiten de muren van het museum.

Naast de bovenstaande, specifieke vragen die ieder project beantwoordt, zijn er ook overkoepelende vragen, waar de Designer-in-Residence gedurende het werkproces het antwoord op zal moeten vinden. De laatste twee maanden van de residency staan daarom in het teken van het uitwerken van de opgedane kennis:

- Welke vormen van AR en VR slaan aan bij ons publiek?

- Hoe kunnen we een betekenisvolle verbinding leggen met bestaande en nieuwe doelgroepen middels het gebruik van digitale presentatiemogelijkheden in de fysieke ruimte?
- Wat zijn bezoekers bereid te doen (bijv. downloaden app, gebruik tablet), en welke vormen van digitale presentatiemogelijkheden in de fysieke ruimte zijn gebruiksvriendelijk voor verschillende doelgroepen?
- Wat hebben bezoekers nodig aan begeleiding om de digitale presentatiemogelijkheden in de fysieke ruimte te gebruiken en begrijpen?
- Welke verhalen uit tentoonstellingen, collectie en museum lenen zich voor de inzet van digitale presentatiemogelijkheden in de fysieke ruimte, en welke juist niet?
- Waar liggen de hordes, zowel voor onze eigen conservatoren als voor het publiek?
- Welke open-source software kan makkelijk ingezet worden, en welke benodigheden hebben we zelf al in huis? Waar is het de moeite waard om echt te investeren in technologie en/of aanvullende kennis, en waar is een meer DIY-mentaliteit juist de geëigende oplossing voor een probleem?

### Tijdspad

De Designer-in-Residence wordt aangesteld voor een periode van 18 maanden, opgedeeld in vier periodes. De eerste drie periodes staan in het kader van de projecten: voor ieder project staat vijf maanden. De laatste twee maanden van het programma zijn gereserveerd voor kennisdeling. In die periode werkt de Artist in Residence aan een algemene evaluatie, een handreiking voor de conservatoren om voortaan ook zelf digitale presentatiemogelijkheden in de fysieke ruimte in te kunnen zetten in hun tentoonstellingen, en een kennisdelingsevenement voor museumcollega's, in samenwerking met museum Boijmans van Beuningen. Hier presenteren we de onderzoeken en projecten van beide musea en nodigen we collega's uit hun ervaringen te delen. Ook kunnen we daar input ophalen om tot een goed werkend digitaal platform te komen om de ontwikkelde digitale toepassingen in groter verband te delen. In deze periode organiseren we ook een kennisdelingsevenement voor en met lokale culturele instellingen (onder andere de kennispartners Verkadefabriek en Het Noordbrabants Museum) om ook in dat gremium de opgedane kennis te delen.

### Profiel Designer in Residence

De ideale persoon voor dit programma is iemand die een duidelijk aantoonbare kennis van digitale presentatiemogelijkheden in de fysieke ruimte heeft. Deze persoon bezit de kunde om zelf het merendeel van de projecten uit te voeren, de zelfkennis om te weten voor welke projecten externe expertise ingehuurd moet worden, en het kennisnetwerk om deze expertise te vinden. Deze persoon kan werken met programma's zoals Lens Studio, Spark AR en/of Fuvoria en moet aantoonbaar ervaring hebben met grafische software (Adobe) en/of 3D software zoals Blender, Autodesk of Rhinoceros. Ervaring met coderen is een pre, maar geen vereiste.

Publieksgerichtheid is een harde voorwaarde voor een succesvolle kandidaat: het is zaak dat de interactie met het publiek altijd centraal staat, en dat de publieksevaluatie al in de conceptfase van iedere testcase gedefinieerd is. Daarnaast is het van groot belang dat de Designer-in-Residence initiatiefrijk, innovatief, creatief en doortastend is.

Het programma kan door een persoon, duo of collectief uitgevoerd worden, maar het is erg belangrijk dat het hele proces door één persoon, duo of collectief wordt doorlopen. Ieder project bouwt voort op de kennis van de vorige ervaringen, en de banden die de Designer-in-Residence opbouwt binnen de organisatie zijn van essentieel belang voor de kennisdeling. Mocht deze residency ingevuld worden door één persoon, dan betreft het een aanstelling van 18 uur per week. Bij een duo of collectief worden hier apart afspraken over gemaakt.





Tentoonstelling A Digital Nature. Foto Ben Nienhuis

### Manieren van betrekken publiek

De uitwerking van twee van de drie projecten zal plaatsvinden in de publieke ruimte en de publiek toegankelijke ruimtes van het museum, op de begane grond. Bezoekers hoeven voor deze ruimtes geen ticket te kopen, en het idee is dat iedereen hier op een laagdrempelige manier kennis kan maken met het museum. Sinds 2020 wordt op deze vrij toegankelijke begane grond ook geprogrammeerd: in de Young Design Space bieden we een podium aan jong talent, in de presentatie *Design!* maakt de bezoeker kennis met het perspectief van het museum op vormgeving, en naast de monumentale trap zie je vaak een voorproefje van de tentoonstellingen die op de eerste en tweede verdieping te bezichtigen zijn. En met succes: het is een levendige ruimte geworden waar voorbijgangers graag even binnen wippen en bezoekers voor en na hun bezoek graag verblijven. Dit maakt het de perfecte locatie voor de projecten van de Designer in Residence.



Begane grond museum met ingang Young Design Space

Een belangrijke voorwaarde voor ieder project is de interactie met het publiek. Hoe deze interactie precies vorm krijgt, is aan de Designer in Residence, maar de projecten zijn altijd activerend en interactief, en bieden verdieping bij de bestaande programmering en collectie. Op welke manier bezoekers zich vervolgens verhouden tot die interactie, is dan weer een belangrijk component van de evaluatie. Daarom wordt in de planvorming van de projecten al rekening gehouden met de meetbaarheid van die interactie. Dit kan zowel kwantitatief als kwalitatief zijn. Denk hierbij aan puur statistische data over hoe vaak een bepaalde applicatie gebruikt is en hoe lang, maar bijvoorbeeld ook aan een persoonlijk interview met mensen die zojuist de presentatie ervaren hebben.

Een belangrijk aandachtspunt in het betrekken van het publiek bij de projecten, en vervolgens de publieksevaluatie, is de manier waarop verschillende doelgroepen zich verhouden tot de technologie die hen aangereikt wordt. Het ligt voor de hand dat jongere doelgroepen zich deze nieuwe presentatievormen makkelijker eigen maken. En dat juichen we natuurlijk toe; het bereiken van nieuwe doelgroepen is immers een speerpunt van het museumbelied. Tegelijkertijd vinden we het zeker zo belangrijk om oudere bezoekers mee te nemen in deze nieuwe ontwikkelingen. Ook voor hen moeten deze nieuwe presentatievormen toegankelijk en aantrekkelijk zijn. Een belangrijke opdracht voor de Designer in Residence is dan ook om zich bewust te zijn van de verschillende manieren waarop verschillende doelgroepen zich verhouden tot de nieuwe presentatievormen, en om dat bewustzijn mee te nemen in de ontwikkeling en evaluatie van de projecten.

Tegelijkertijd willen we de ontwerper(s) ook de vraag meegeven om het publiek de ruimte te geven om mee te denken over toekomstige vormen van digitale presentatiemogelijkheden in de fysieke ruimte in het museum. Ook de inzet binnen het educatieprogramma is iets waar we de Designer in Residence graag op willen zien reflecteren.

### Inbedding in de organisatie

In Design Museum Den Bosch zijn drie afdelingen betrokken bij de totstandkoming van het activiteitenprogramma. Een team van conservatoren/curatoren ontwikkelt tentoonstellingen, de afdeling Marketing, communicatie en contextprogrammering ontwikkelt publieksprogramma's en de Derde Verdieping, en de afdeling Educatie maakt programma's voor leerlingen van het basis- en voortgezet onderwijs en studenten van Mbo-, Hbo- en Wo-opleidingen. Hoewel het idee voor dit programma is ontstaan binnen de afdeling marketing, communicatie en contextprogrammering, speelt het in belangrijke mate in op de behoefte aan kennisontwikkeling bij het team van tentoonstellingsmakers. Door De Derde Verdieping is veel kennis opgedaan over hoe publiek zich online gedraagt, kunnen we die gedragingen ook in de fysieke tentoonstelling testen en monitoren? Kunnen we objecten tot leven wekken en een interactieve ervaring bieden? En welke rol kunnen digitale ervaringen spelen in het educatieprogramma, binnen het museum en op school? Het Designer-in-Residence-programma is kortom voor de drie afdelingen zeer relevant. Om die reden is een projectteam geformeerd met vertegenwoordigers uit de verschillende afdelingen. Projectleiders zijn Maan Leo, hoofd marketing, communicatie en contextprogrammering en Yassine Salihine, senior curator. Tijdens de residency worden tweemaandelijks projectmeetings gehouden, waarbij het projectteam maar ook de ontwerper zelf een update geeft aan het hele museumteam. Van tevoren stellen de drie afdelingen hun eigen onderzoeksvragen en -wensen op en deze worden gedurende het project gemonitord en zo nodig aangevuld.

Het programma wordt bewust in de publieke ruimte en op de begane grond van het museum uitgevoerd, daar zal de ontwerper twee van de drie projecten testen bij bezoekers en doorontwikkelen. Op die manier komen niet alleen veel bezoekers (ook zonder ticket) ermee in aanraking, maar is het ook zichtbaar voor alle medewerkers van het museum op de vloer, zoals vloermanagers, supoosten, winkelmedewerkers en museumdocenten. De uiteindelijke bevindingen op het gebied van (technische) ontwikkeling, kwalitatieve en kwantitatieve bezoekerservaring, en de inhoudelijke en financiële implicaties van structurele toepassing ervan, worden in een bijeenkomst voor alle medewerkers van het museum en partners gedeeld. Ook wordt een handleiding geschreven waarmee het museum zelf aan de slag kan. Het projectteam kiest een of misschien zelfs meer van de ontwikkelde projecten om door te ontwikkelen tot een product dat duurzaam kan worden toegepast. We streven er naar deze doorontwikkelde toepassing te gebruiken in de vorm van een tentoonstelling, presentatie of andere activiteit in het najaarsprogramma 2025.

### Team en partners

#### Interne organisatie

Maan Leo, hoofd marketing, communicatie en contextprogramma

Yassine Salihine, senior curator

Lydia van der Made, medewerker online communicatie & Derde Verdieping

Marte Rodenburg, conservator collecties

Reint Boven, documentalist, AV-specialist

Lenneke Beunk, hoofd development & partnerships

Timo de Rijk, directeur, eindverantwoordelijk

#### Externe partners

- Museum Boijmans van Beuningen (kennisdeling, onderzoek naar gezamenlijk platform om resultaten te delen)
- Verkadefabriek (kennisdeling, uitwisseling vragen/behoefte op gebied van interactie publiek)
- Het Noordbrabants Museum (kennisdeling)

- Hendrik Beerda Brand Consultancy(advies meting – publieksonderzoek)

### Planning

Oktober – december 2023	planvorming
December 2023 – februari 2024	fondsenwerving
Mei 2024	werving en selectie ontwerper(s)
Juni 2024	start ontwerpers/planvorming/inwerken
Juni - november 2024	project 1
December 2024 – april 2025	project 2
Mei - oktober 2025	project 3
November 2025 - december 2025	oplevering handleiding/aanbevelingen/ontwikkeling vervolg / kennisdelingssessies