

# 24H Hanzesteden & Museumnacht Hanzesteden

Projectplan overkoepelend event Hanzejaar 2023

# Inhoudsopgave

1.1	Inleiding Hanzejaar 2023 .....	2
1.2	24H Hanzesteden en Museumnacht Hanzesteden .....	3
1.3	Doelstellingen .....	5
1.4	Doelgroep .....	6
1.5	Programma .....	7
1.6	Organisatie en samenwerking.....	10
1.7	Marketing en communicatie .....	11
1.8	Planning .....	12
1.9	Financiën.....	12
1.10	Na afloop .....	13



## 1.1 Inleiding Hanzejaar 2023

Gisteren, vandaag en de toekomst. Ze ontmoeten elkaar in de Hanzesteden. Deventer, Doesburg, Elburg, Harderwijk, Hasselt, Hattem, Kampen, Zutphen en Zwolle: negen parels in het oosten. Al meer dan 800 jaar verbonden door water en historie, uitblinkend in bedrijvigheid en gastvrijheid.

Elk met een eigen gezicht, samen de Hanzesteden. Met elkaar én op zichzelf, en volop in beweging.

Van buitentheater tot street-art, van middeleeuws stadshart tot hedendaagse hotspot. Toen én nu vol beweging en vermaak, vol geschiedenis en toekomst. Voel de Hanze-vibe, beleef de Hanzesteden!

In 2023 vindt het Hanzejaar plaats. Tijdens het Hanzejaar staan de negen Hanzesteden in Oost-Nederland een jaar lang in het teken van de Hanze. Het Hanzejaar is een ode aan het Middeleeuwse handelsnetwerk, dat rijkdom en handelsgeest naar de steden bracht en vandaag de dag nog steeds duidelijk zichtbaar en beleefbaar is. Het centrale thema van het Hanzejaar is:

### ***‘Ontmoet de wereld van vandaag en morgen in een historisch decor’***

Het Hanzejaar 2023 wordt groots gevierd met een omvangrijk programma van evenementen en activiteiten, van kleine lokale initiatieven tot grote events die plaatsvinden in het historische decor van de steden. Op het programma staan Hanze-activiteiten op het gebied van kunst, muziek, cultuur, educatie, erfgoed, sport en economie. Bewoners, ondernemers en bezoekers: iedereen doet mee! Samen maken en vieren we het Hanzejaar en laten daarmee zien dat de Hanze nog steeds springlevend is en inspiratie biedt, voor vandaag en voor de toekomst.

Om het aanbod van de negen Hanzesteden met elkaar te verbinden en spreiding van bewoners en bezoekers te bewerkstelligen, is er een overkoepelend programma opgesteld. Ambitie is om drie gezamenlijke activiteiten te realiseren waarvan minimaal één met internationale aantrekkingskracht en/of impact. Dit betreft activiteiten die plaatsvinden in alle steden of in enkele steden, maar met betrokkenheid van alle steden.

In dit projectplan wordt één van de plannen voor het overkoepelende programma uitgelicht: het concept **24H Hanzesteden en de Museumnacht Hanzesteden**.

Tijdens het evenement 24H Hanzesteden wordt de historie, bedrijvigheid en gastvrijheid van de negen Hanzesteden middels ruim 40 verrassende activiteiten binnen 24 uur op een unieke manier beleefd.

Het concept is geïnspireerd op 24H Amsterdam en vond voor het eerst plaats tijdens het jubeljaar Amsterdam 2013 (feestjaar ter ere van o.a. 400 jaar Amsterdamse grachten, 125 jaar Concertgebouw en de heropening van Rijksmuseum). 24H Amsterdam wordt door Amsterdam & Partners nog steeds met succes voor en door bezoekers in verschillende stadsdelen georganiseerd.

**“ TIJDENS HET HANZEJAAR WORDT HET HANZE GEDACHTENGOED ZICHTBAAR, BELEEFBAAR EN INTEGRAAL INGEZET ALS AANJAGER EN IMPULS VOOR ECONOMISCHE ONTWIKKELING, EEN VITALE LEEFOMGEVING EN VOOR GROEI VAN TROTS BIJ BEWONERS**

## 1.2 24H Hanzesteden en Museumnacht Hanzesteden

24H Hanzesteden is een verkenningstocht in de Hanzesteden in drie verschillende edities, waar per editie steeds drie Hanzesteden centraal staan. Musea, theaters, winkels, restaurants, hotels, historische fabrieken en ambachtsscholen openen hun deuren en organiseren talloze activiteiten en events. Geboren en getogen Hanzestadbewoner of juist toerist en voor het eerst in de Hanzesteden?

24H Hanzesteden is een fantastische kans om alles wat de Hanzesteden te bieden hebben in 24 uur te ervaren.

### Vele verrassende activiteiten binnen 24 uur

24H Hanzesteden is dé gelegenheid voor ondernemers en organisaties om handelsgeest, innovatie en creativiteit te tonen en beleefbaar te maken. Participanten presenteren zich op een bijzondere manier aan bestaande en nieuwe doelgroepen. Zo worden indrukwekkende bedrijfscollecties zichtbaar, organiseren bewoners rondleidingen langs hun favoriete hotspots en tonen ondernemers zich van hun meest creatieve kant. Restaurants serveren smakelijke 24H menu's en hotels openen hun deuren met speciale events. Ook maatschappelijke organisaties laten een diversiteit aan projecten en culturen zien. Iedereen opent de deuren, van kunstatelier tot filmhuis, van museum tot buurthuis, van kerkgebouw tot bierbrouwerij.

In totaal wordt het publiek getrakteerd op meer dan 25 verrassende activiteiten per stad. Dat betekent meer dan 225 activiteiten binnen 24H in de negen Hanzesteden!

### Eerste editie Museumnacht Hanzesteden

Het programmahart van 24H Hanzesteden is de allereerste editie van de Museumnacht Hanzesteden. In navolging van steden als Amsterdam, Rotterdam en Den Haag krijgen ook de Hanzesteden een Museumnacht. De deelnemende musea openen op zaterdag van 19.00 tot zondag 02.00 uur hun deuren en laten publiek op een ongebruikelijke manier het museum beleven. Minimaal vijf musea nemen tijdens de verschillende edities van 24H deel aan de Museumnacht. Elk museum organiseert één of meer bijzondere evenementen. Dit kan een activiteit zijn die aansluit op de vaste collectie, de Hanzecollectie of de (tijdelijke) tentoonstelling van dat moment. Daarnaast kunnen de bezoekers uiteraard de vaste opstelling en de tijdelijke tentoonstellingen bezoeken.

De musea organiseren aantrekkelijke tentoonstellingen en evenementen, maar slagen er veelal in mindere mate om jongvolwassenen te bereiken. Daarom is ervoor gekozen om op een andere manier deze doelgroep aan te trekken, namelijk met een typische vorm van hedendaagse jongerencultuur. Een evenement dat de concurrentie aangaat met het uitgaansleven, de bekendheid van de musea vergroot en het imago van de musea verbetert.

In 2000 ontstond het idee om een Museumnacht te organiseren in Amsterdam. De eerste editie was een groot succes en trok 20.000 bezoekers in de leeftijdscategorie 18 t/m 35 jaar. Het evenement is inmiddels niet meer weg te denken uit Amsterdam.



# 24H Hanzesteden en Hanzesteden Museumnacht in 2023

Zaterdag 14 oktober 2023

*Voorbeeld deelnemende musea:*

- Musea Zutphen, Zuphense Museumhaven
- EICAS, Museum de Waag, Speelgoedmuseum
- Laliq Museum, Streekmuseum de Roode Tooren, Zilvermuseum
- Nederlands Bakkerij Museum, Anton Pieck Museum, Voerman Museum
- Stadsmuseum Harderwijk, Marius van Dokkum Museum, Bottermuseum
- Museum Elburg, Nationaal Orgelmuseum, Botterwerf en Museum
- Museum de Fundatie, ANNO, Herman Brood Museum
- Stedelijk Museum Kampen, Ikonenmuseum, Museum de Stadsboerderij



## 1.3 Doelstellingen

Tijdens het Hanzejaar wordt het Hanze-gedachtegoed zichtbaar en beleefbaar. Het wordt integraal ingezet als aanjager en impuls voor een duurzaam economisch herstel (na corona), brede welvaart en voor groei van trots bij inwoners. Met eenmalige en unieke activiteiten wordt er binnen het Hanzejaar urgentie en zichtbaarheid gecreëerd. Eén van deze unieke programma's is 24H Hanzesteden en de Museumnacht Hanzesteden. De doelstellingen van dit event sluiten aan bij de doelstellingen van het Hanzejaar en leggen op een aantal punten extra nadruk.

### 1. **Imago en bekendheid**

24H Hanzesteden en de Museumnacht vergroot de bekendheid en versterkt het imago van de Hanze en musea. Het evenement laat bezoekers zien dat het bezoeken van een historische Hanzestad en/of museum een levendige en aantrekkelijke ervaring en vrijetijdsbesteding kan zijn. Het evenement wordt tijdens het Hanzejaar extra in de etalage gezet en zal veel media-aandacht genereren.

### 2. **Inspiratie voor de toekomst**

24H Hanzesteden en de Museumnacht bieden inspiratie voor de toekomst. Het evenement legt op een inspirerende en laagdrempelige manier een link tussen de wereld van vroeger, vandaag en morgen. Het evenement draagt op deze manier bij aan de gezamenlijke ambitie van het Hanzejaar om aantrekkelijk aanbod te gaan en blijven ontwikkelen.

### 3. **Economische impuls**

Het evenement geeft een economische impuls aan de Hanzesteden door het aantrekken van extra bezoekers en additionele bestedingen tijdens 24H Hanzesteden en de Museumnacht Hanzesteden. Het evenement levert herhalingsbezoek op aan de Hanzesteden en haar musea.

### 4. **Samenwerking en verbinding**

24H Hanzesteden en Museumnacht Hanzesteden versterkt de samenwerking en verbinding tussen museale instellingen en andere publiekstoegankelijke locaties in de stad. Het versterkt de Hanze-trots, betrokkenheid en participatie van bewoners en ondernemers in hun eigen Hanzestad en de steden onderling.

### 5. **Duurzaam naar de toekomst**

Het evenement legt een basis voor een maatschappelijk relevante samenwerking in de toekomst. Het evenement heeft alle potentie om een duurzaam begrip te worden. Het evenement kan bijvoorbeeld jaarlijks terugkomen, activiteiten uit het programma van 24H Hanzesteden kunnen op termijn een reguliere activiteit worden of samenwerkingen blijven bestaan en leiden tot nieuwe activiteiten.

## 1.4 Doelgroep

Passend bij de ambitie en doelen van het Hanzejaar zet 24H Hanzesteden zich in op de doelgroepen: bezoekers, bewoners en ondernemers.

Hierbij richt 24H Hanzesteden zich op een doelgroep die op zoek is naar inspirerende activiteiten. Een doelgroep die nieuwe dingen wil opsteken en echte ervaringen wil opdoen, in de natuur en met culturele activiteiten. Ontmoetingen tussen mensen en de stad en omgeving. De doelgroep heeft uiteenlopende interesses en staat open voor verschillende culturen.

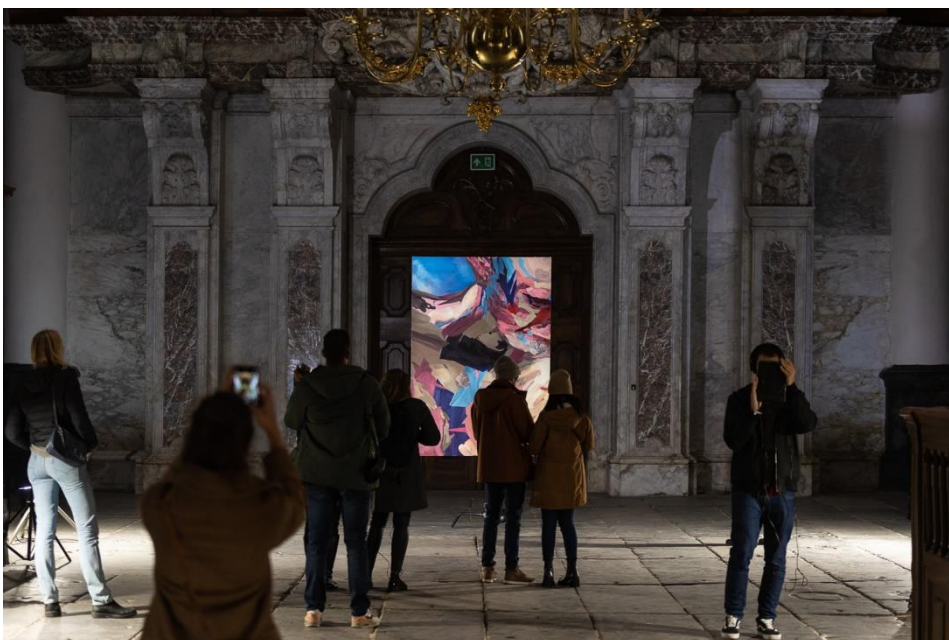
Van belang is een kwalitatief hoogwaardig programma dat direct bijdraagt aan het Hanzejaar en de promotie van de Hanzesteden. Door de activiteiten binnen 24 uur gezamenlijk op één dag te bundelen, biedt 24H Hanzesteden de uitgelezen kans voor een sterke PR campagne richting bezoekers. Mede door de intensieve samenwerking met NBTC is er voor het Hanzejaar 2023 en 24H Hanzesteden een focus op de Belgische en Duitse bezoekers voor een meerdaags verblijf.

Tijdens de Museumnacht Hanzesteden is er specifiek aandacht voor jongvolwassenen in de leeftijdscategorie 18 t/m 35 jaar. Middels de Museumnacht kunnen nieuwe bezoekers op een laagdrempelige manier ervaren hoe leuk en bijzonder musea kunnen zijn. De bezoekers zullen wellicht met een ander doel het museum binnenstappen (bijvoorbeeld voor een muziek- of foodactiviteit) maar de entourage en inhoud zal zeker niet aan ze voorbij gaan. Uiteraard is het van belang dat de activiteiten die georganiseerd worden door de musea inhoudelijk gerelateerd zijn aan de inhoud van het desbetreffende museum.

### Aantal bezoekers

We streven ernaar dat bijna alle activiteiten tijdens 24H Hanzesteden en de Museumnacht Hanzesteden gratis toegankelijk zijn. Op deze manier blijft het evenement laagdrempelig en kunnen zoveel mogelijk bezoekers op een vrijblijvende manier het evenement beleven.

We gaan uit van gemiddeld 10.000 bezoekers per stad. Deze aantallen zullen afhankelijk zijn van de organiserende steden (grote steden zullen uiteraard meer bezoekers aantrekken) en de hoeveelheid deelnemende participanten. Bovendien brengen de deelnemende partners via hun eigen netwerk en communicatie hun eigen reguliere publiek met zich mee.



## 1.5 Programma

De activiteiten zijn een belangrijk middel om verschillende doelgroepen te bereiken. De participanten worden door de regisseur/programmamaker uitgedaagd om een aantrekkelijk programma te presenteren. Deelname aan 24H betekent niet dat participanten gedurende de hele 24 uur hun deuren hoeven open te stellen. Het is ook mogelijk om binnen een bepaald tijdsbestek activiteiten te organiseren.

Evenementen hebben een grote aantrekkingskracht op een brede doelgroep en zorgen ervoor dat het aanbod in een andere context wordt geplaatst. Dat heeft voor zowel nieuwe bezoekers als vaste bezoeker een toegevoegde waarde. Om een gemêleerd publiek te bereiken, zal worden samengewerkt met organisaties die hierin gespecialiseerd zijn (bijvoorbeeld buurthuizen en studentenverenigingen) en is er specifiek aandacht voor de toegankelijkheid voor buitenlandse bezoekers (bijv. geen taalbarrière) 24H is een kwalitatief hoogstaand evenement waar grote culturele instellingen en ondernemingen zich bij willen aansluiten. Bovendien zal een extra programmabudget worden gereserveerd om daar waar nodig is unieke activiteiten een extra impuls te geven. De regisseur waarborgt de kwaliteit van het programma, en zal initiatieven die mee willen doen in het programma toetsen aan onderstaande criteria.

### Criteria activiteiten tijdens 24H Hanzesteden:

- De activiteiten moeten bijzonder zijn
- De activiteiten moeten passen in het merkverhaal van de Hanzesteden
- De activiteiten moeten inhoudelijk en qua veiligheid verantwoord zijn
- De activiteiten moeten eenvoudig uitvoerbaar zijn
- Per stad moeten minimaal 3 activiteiten aantrekkingskracht hebben op bezoekers buiten de eigen regio en land



Tijdens de Museumnacht worden er speciale evenementen georganiseerd door de deelnemende musea. Van belang is een nieuw en verrassende programmering. Op die manier blijft het evenement interessant en aantrekkelijk voor de doelgroep. De organisatie streeft naar een evenwichtige verdeling van zowel inhoudelijke als aantrekkelijke evenementen. Daarbij gaat het niet om een steeds hoger aantal bezoekers, maar dient de Museumnacht Hanzesteden een kwalitatief hoogstaand evenement te worden.

### Specifieke criteria activiteiten tijdens de Museumnacht (aanvullend op criteria 24H Hanzesteden):

- De activiteiten moeten gericht zijn op jongeren.
- De activiteiten moeten inhoudelijk en artistiek verantwoord zijn. De link met het museum dient altijd aanwezig te zijn.
- De activiteiten moeten het evenement 24H Hanzesteden een extra impuls geven en een PR waarde hebben



## voorbeeld activiteiten

Tour in een jarencestigbus langs hanze-hoogtepunten

Soundcheck bijwonen van een musical in een theater

Slapen bij locals in de Hanzestad

Silent disco in een oude gewelvenkelder

Kijkje achter de schermen bij een privé collectie van een bank

Ontbijt op het centrale stadspan

Workshop vegan koekjes bakken in het Nederlands Bakkerij Museum

Nachtdieren spotten op de Veluwe

Schilderreis door Hattem in het Anton Pieck Museum

Ontmoeting en bezinning in een stadsklooster

Zevengangen diner bovenop de toren

Tai Chi bij het Veluwemeer

Performance art in Museum de Fundatie

Street Art workshop in het stadspark

Early Birds Hanze wandeling

Huiskamerconcerten met singersong writers

Bierproeverij in een kerk

Chocoworkshop voor kids

Hansa Bedtime Stories (Hanzeverhalen voordracht in hotels)

Kunst & Cocktails op een erfgoedlocatie

Talkshow met bekende ondernemers over de Nieuwe Hanze

Speurtocht voor kinderen in Stadsmuseum Harderwijk

24 uren yoga retreat in bedevaartsoord Hasselt

Filmprojectie op de oude stadsmuur

Verkenningstocht in bijzondere wijken door bewoners met diverse culturele achtergronden

Lezing van een neurowetenschapper in het Lalique Museum

BMX Clinic in het havengebied

Nachttour langs de oevers van de IJssel

Foodclinic met lokale producten van een sterrenchef

Rondleiding bij een industrieel container overslag in de haven

Snelcursus Hanze voor beginners



## 1.6 Organisatie en samenwerking

Samenwerken is één van de belangrijkste Hanzewaarden en essentieel voor het succes van 24H Hanzesteden en de Museumnacht Hanzesteden.

Specifiek voor 24H Hanzesteden en de Museumnacht Hanzesteden wordt een aparte regisseur/artistiek leider ingezet als aanjager en bedenker van unieke 24H-activiteiten. Deze artistiek leider zal in zijn rol als regisseur nauw samenwerken met de kwartiermaker/projectcoördinator van het Hanzejaar 2023 en de werkgroep programmering Hanzejaar 2023. Er wordt op pragmatische wijze gebruik gemaakt van de bestaande overlegstructuren van de Hanzesteden en de specifiek opgezette programmawerkgroep voor het Hanzejaar.

In nagenoeg iedere Hanzestad is er voor het Hanzejaar 2023 een lokale projectcoördinator en/of lokale werkgroep actief. Binnen deze werkgroep worden de eerste ideeën en deelnemende partijen verzameld en in samenspraak met de regisseur van 24H beoordeeld (zie ook 1.5 programma). Te denken valt aan hotels, winkels, kerken, musea, theaters, filmhuizen en clubs. Daarnaast gaat de regisseur binnen de Hanzestad actief op zoek naar bijzondere locaties en activiteiten. Hier is een apart programmabudget voor beschikbaar, specifiek om een aantal unieke 'parels' in het programma van 24H te verstevigen en uit te lichten. Tot slot gaat de regisseur gezamenlijk met de deelnemende musea een programma initiëren met de Museumnacht als hoogtepunt.

Zodra er een selectie is gemaakt van locaties en activiteiten, zullen de participanten hun eigen activiteiten gaan organiseren. Zij hoeven hier geen deelnamebedrag voor te betalen, maar de activiteiten die zij organiseren dienen zelf wel bekostigd te worden. Daarnaast zijn de deelnemers zelf verantwoordelijk voor bijv. het aanvragen van een vergunning en de praktische uitvoering tijdens het evenement. De regisseur houdt vinger aan de pols over de artistieke inhoud en waarborgt de kwaliteit van het programma.

De marketing en communicatie is in handen van Hanzesteden Marketing en de marketingwerkgroep voor het Hanzejaar 2023. 24H Hanzesteden en de Museumnacht Hanzesteden wordt als integraal onderdeel meegenomen in de overall marketingstrategie van het Hanzejaar 2023 (zie 1.7 marketing).

## 1.7 Marketing en communicatie

24H Hanzesteden en de Museumnacht Hanzesteden wordt als één van de hoogtepunten opgenomen in het programma van het Hanzejaar 2023. Hierin wordt intensief samengewerkt met MarketingOost, NBTC, Hanzesteden Marketing en de kwartiermaker/projectcoördinator van het Hanzejaar 2023.

24H Hanzesteden en de Museumnacht Hanzesteden wordt als integraal onderdeel meegenomen in de overall marketingstrategie van het Hanzejaar. Alle overkoepelende communicatie, inclusief woordvoering, wordt via de projectorganisatie van het Hanzejaar 2023 gecoördineerd. Dit zorgt voor een uniforme uitstraling en spreiding van boodschappen in het Hanzejaar.

Er wordt gestreefd naar een efficiënte en doelgroepgerichte communicatie waarbij bestaande marketingmiddelen zoveel mogelijk worden benut van de te voeren campagnes. Bovendien worden de deelnemende partners gestimuleerd om als ambassadeur op te treden en alle marketingkracht te bundelen om zoveel mogelijk bereik te creëren.

### Branding

Voor het Hanzejaar 2023 is een aparte branding en logo ontwikkeld, in het verlengde van de bestaande branding van Hanzesteden Marketing. Dit is ook uitgangspunt voor de positionering van 24H Hanzesteden en de Museumnacht Hanzesteden. Er wordt dus geen apart logo ontwikkeld, maar met een pay-off of stempel wordt gecommuniceerd dat een activiteit onderdeel is van 24H Hanzesteden en/of de Museumnacht Hanzesteden. Daarnaast wordt er in print- en online uitingen een creatieve vertaalslag gemaakt naar het evenement.

### Campagne

Bezoekers worden naar de overkoepelende website [www.hanzejaar2023.nl](http://www.hanzejaar2023.nl) verwezen (linkt door naar [visithanzesteden.nl](http://visithanzesteden.nl)). Het Hanzejaar zet in op een awareness- en bezoekerscampagne. Additioneel wordt er vanuit het Hanzejaar 2023 voor 24H Hanzesteden en de Museumnacht een aparte campagne gevoerd om specifiek publiciteit te genereren voor het evenement.

Onderdeel van de campagne zijn o.a. onderstaande middelen:

- Programmaflyer met plattegrond (oplage 100.000 stuks)
- Affiche (in samenhang met flyer) in verschillende formaten (oplage 2.000 stuks)
- Nieuwsbrief (via Hanzesteden Marketing)
- Social media als Facebook en Instagram (o.a. Facebook event met RSVP campagne)
- Persberichten (via Hanzejaar 2023)
- Tijdens event: signing (bijv. vlaggen/borden als herkenningspunt) op deelnemende locaties

### Onderzoek

Een belangrijk deel van de marketing en communicatie is onderzoek. Zijn de beoogde resultaten gehaald? Welke kennis en ervaring is er in dit project opgedaan? Voor dit onderdeel wordt samengewerkt met Kennisplatform Oost. Gastvrij Overijssel en MarketingOost vormen met het team Strategie en Onderzoek een belangrijke schakel voor regiomerken, overheden, ondernemers en andere externe opdrachtgevers. Zij verzamelen data, maken deze inzichtelijk en vertalen deze naar praktische tools ten behoeve van de vrijetijdseconomie. Deze informatie wordt gedeeld op Kennisplatform Oost en via Toerisme VAN.

De opgedane kennis en ervaring uit dit project wordt na afloop tevens gedeeld met alle betrokken partijen tijdens 24H Hanzesteden en Museumnacht Hanzesteden. Het delen van deze output geeft handvaten voor de toekomst en sluit aan bij het Hanzejaar 2023: een vliegwiel creëren voor de ambities voor de langere termijn. Het Hanzejaar moet toeristisch-recreatief en cultureel interessant zijn. Het dient bezoekers en bewoners te trekken en vooral de basis te leggen voor een maatschappelijke relevante samenwerking in de toekomst.

## 1.8 Planning

Voorbeeld planning

- juli/aug/sept/okt 2022  
Contact fondsen/subsidies, data vastleggen en een plan van aanpak maken
- nov/dec 2022  
Gesprekken musea en programmaplan Museumnacht opzetten
- jan 2023  
Subsidieaanvraag bij Provincie Overijssel en Gelderland
- feb/mrt/apr 2023  
Start regisseur, gebied verkennen en mogelijke ideeën opdoen m.b.t. de overige programmering
- apr/mei/juni 2023  
Selectie maken van locaties en activiteiten, deelnemers benaderen en afspraken vastleggen
- Half juni 2023  
Reminder sturen naar participanten over de deadline
- 1 juli 2023  
Deadline programma voor participanten
- juli t/m sept 2023  
Communicatieplan wordt gelanceerd (o.a. programma flyer, persberichten en social media campagne, laatste productionele zaken regelen en uitvoering voorbereiden)
- 14 oktober 2023  
Uitvoering 24H Hanzesteden en Museumnacht Hanzesteden
- nov 2023 en januari/februari 2024  
Evaluatiegesprekken, verzamelen en delen data, financiële afronding evenement

## 1.9 Financiën

De totale kosten voor drie edities van 24H Hanzesteden en Museumnacht Hanzesteden zijn in totaal € 250.000,-. De kosten voor het evenement zijn in bijgevoegde begroting verder uitgesplitst. Het gaat hierbij o.a. om programmabudget en de inzet van een regisseur, kosten voor marketing, locatie specifieke kosten en algemene organisatiekosten.

De participanten organiseren en bekostigen grotendeels zelf hun activiteiten. Daarnaast dragen de musea vanuit hun eigen middelen bij aan het evenement. Vanuit het Hanzejaar 2023 is dankzij een bijdrage van alle gemeenten budget voor overkoepelende programmering. Een deel hiervan is beschikbaar voor 24H Hanzesteden en Museumnacht Hanzesteden. Bovendien zullen de gemeenten uit eigen middelen extra voorzieningen inzetten (denk aan crowdmanagement, facilitaire ondersteuning etc).

Voor de marketing- en communicatiekosten is er budget beschikbaar via het Perspectief Hanzesteden en Hanzejaar 2023. Voor alle overige kosten (projectmanagement, extra programmabudget, materialen) is de organisatie op zoek naar aanvullende financiële middelen. Er worden o.a. bijdragen aangevraagd bij Provincie Gelderland, Provincie Overijssel en regionale/lokale fondsen.

In 2023 zal de eerste editie van de Museumnacht gratis toegankelijk zijn voor bezoekers van 24H. Uiteraard kan in de toekomst gewerkt worden met een speciale toegangsprijs.

## 1.10 Na afloop

Met eenmalige en unieke activiteiten willen de Hanzesteden in het Hanzejaar 2023 zichtbaarheid en urgentie creëren. De rode draad die door het programma loopt, is die van de ambitie om een goede toeristisch recreatieve basis-infrastructuur en bloeiende vrijetijdseconomie in en tussen de Hanzesteden vorm te geven.

24H Hanzesteden is dé gelegenheid voor ondernemers en organisaties om handelsgeest, innovatie en creativiteit te tonen en beleefbaar te maken. Vele verschillende participanten -waaronder nadrukkelijk musea- presenteren zich op een bijzondere manier aan bestaande en nieuwe doelgroepen.

242H Hanzesteden en de Museumnacht Hanzesteden wordt ingezet als één van de unieke activiteiten in het themajaar. De legacy van het themajaar is blijvend productaanbod dat betekenis geeft aan:

- het Hanze gedachtegoed
- blijvende integrale samenwerking
- een blijvende verbondenheid

Door de pragmatische manier van organiseren, het ontstaan van nieuwe samenwerkingen, de inhoudelijke kwaliteit van het programma, het aantrekken van nieuwe doelgroepen en het delen van opgedane kennis en ervaring heeft het evenement alle potentie om een duurzaam begrip te worden. Wij hopen dat de eerste editie van 24H Hanzesteden en de Museumnacht Hanzesteden een aftrap is voor vele succesvolle edities in de toekomst!

