

Welkom ! Door de integratie van de werking van vzw Verzamelaars Unie Hasselts Keramiek werden in januari een aantal van hun leden overgedragen naar onze vzw. Na de definitieve ontbinding voorzien in juni komen ook de bestuursleden en de overgebleven leden over naar onze vzw. Hierdoor mogen we effectief 22 nieuwe leden in ons ledenregister opnemen.

Het bestuur van vzw VSH heet dan ook de volgende personen van harte welkom in onze vereniging.

Ronny Favoreel, Roald Vliegen, Paul Cupers, Pierette Jehaes, Rita Briers, Michel Broux, Cindy Liesens, Mario Baeck, Elise Janssen, Guido Duts, Catty Awouters, Raymond Nellis, Jacqueline Vanrusselt, Jean Marie Peters, Carine Mewis, Ludo Vanhoeyveldt, Kristof Dhaenens, Annick Claes, Hugo Jongen, Steven Swinnen, Lieve Thewissen en Betty Billen.

De interesse in Hasseltse keramiek zorgde ook voor enkele aspirant leden. Hun kandidatuur werd door het bestuursorgaan van 17 juni goedgekeurd waardoor we ook Carl Mebis, Kris Borzee en Andre Van Gansen kunnen verwelkomen.



Nog slechts enkele weken scheiden ons van de start van het 'zevenste jaar' en ook voor deze editie is er voor het Stadsmus weer een belangrijke rol weggelegd. Traditioneel wordt de binnenkoer weer ingenomen door de Langeman die na 7 jaar rusten in zijn houten kist op de tweede verdieping van het museum weer de

benen mag strekken om vanaf 11 augustus als gastheer aan de ingang te fungeren. Met de expo 'de Maagd, de Reus en de Rotten' worden de VJ feesten uit het verleden in beeld gebracht.

Een boom is zowel voor de stadsnaam als voor de naam van de Hasseltse maagd 'Virga Jesse' betekenisvol en dus besloot het 'rot' (wijkcomité) waartoe het Stadsmus behoort om met een originele versiering in de museumtuin uit te pakken. Gedurende maanden hebben verschillende groepen van vrijwilligers een houten structuur in elkaar geknutseld en honderden aluminium blaadjes uitgezaagd. Op 24 juli zal deze sculptuur een prominente plaats krijgen op een platform in de tuin. Het 'tuincafé' krijgt ook een rol toebedeeld. Tijdens de feesten van 11 tot 25 augustus zullen het tuincafé en de tuin de ontmoetingsplaats zijn voor de vrijwilligers en de verenigingen die samen hun schouders onder het 47^{ste} 'zeveste jaar' zetten. Daarnaast zullen de groepen die een gids reserveren en het ecobusje hun startplaats hebben in de buurt van de Guido Gezellestraat. De Langeman zal de bezoekers welkom heten onder zijn baldakijn en samen met de expo 'De Maagd, de Reus en de Rotten' en de nieuwe Boom in de tuin, zal Het Stadsmus een bijzonder plek worden tijdens de komende Virga Jessefeesten.



Museum agenda

MUSCADET Aperitiefconcerten in het Tuincafé - telkens op zondag van 10:00 tot 13:00

07/07 Seniorenkoor De Boelvaar – Hoge Vijf

14/07 Remko Van Damme

21/07 Joris Vos

28/07 De Black Rolandertjes

01/09 Routsj

HESSELS OUER - Tuincafé van 14:30 tot 17:00

30/06 Cinema Virga Jesse

29/09 Karin De Greeve, 80 jaar Dolle dinsdag

KEIK - Tuincafé van 14:30 tot 17:00

17/08 Veerle Achten: kunstenaars Simone Reynders >>> **locatie: Clarissenklooster!**



Na een grondige opknapbeurt van de torenspits zal ook het beiaardmuseum weer heropenen. Het museum zelf krijgt ook een opfrisbeurt zodat Geert Kookken begin juli weer kan starten met de vaste rondleidingen op de eerste zaterdag van de maand.

Tijdens de Virga Jesse feesten zal het museum tussen 11 –en 25 augustus ook dagelijks toegankelijk zijn tussen 14 & 17 u. Op 14 en 21 augustus is er ook een nocturne opening tot 22u.

COLOFON het 'Nieuws van de Vrienden' en het 'Keramieknieuws' zijn een gezamenlijke uitgave van vzw Vrienden van het Stadsmuseum Hasselt. Redactie: bestuursorgaan vzw VSH, lay-out, teksten en beeldmateriaal: P. Thijs (tenzij anders aangeduid) eindredactie: dagelijks bestuur vzw VSH.



Nieuws van de Vrienden

Nr. 1 juni 2024

Voorspraak

Beste vrienden,

Als voorzitter van onze vereniging is het een voorrecht om voor deze eerste Nieuwsbrief mijn zegje te mogen doen.

Onze vzw vierde twee jaar geleden haar 40^e verjaardag. Bij die gelegenheid werd er teruggekeken op de verwezenlijkingen die ze gedurende die periode op haar palmares mocht schrijven. Jean Pierre Swerts heeft die geschiedenis mooi samengevat in de brochure die hij ter gelegenheid van deze verjaardag schreef. Met deze Nieuwsbrief en de nieuwe communicatiestrategie beginnen we te schrijven aan een nieuw hoofdstuk van dit verhaal.

De doelstellingen van onze vzw indachtig blijven we niet alleen werken aan de creatie van een draagvlak voor de werking van het Stadsmuseum maar zijn we ook actief bezig met de collectieopbouw. De recente aanwinst van de Zeenimf in Hasseltse keramiek is een mooi voorbeeld van hoe de vzw op belangrijke momenten in staat is om snel en efficiënt te beslissen om een belangrijk stuk erfgoed te verwerven en het aan de gemeenschap terug te geven. Voor deze belangrijke aankoop hebben we in het kader van onze nieuwe communicatiestrategie ook de pers ingelicht zodat onze inzet ook naar een groot publiek wordt gecommuniceerd.

Ik maak dan ook graag van deze gelegenheid gebruik om hier ons engagement naar de toekomst toe te bevestigen. Het is niet alleen van cruciaal belang dat ons lokaal erfgoed gevrijwaard en gekoesterd wordt maar ook en vooral dat we dit erfgoed kunnen blijven tonen aan onze stadsgenoten en de vele bezoekers. We hopen dan ook samen met jullie dat in de volgende legislatuur de moed en de fondsen gevonden worden om van het Stadsmus een aan de tijdgeest aangepast museum te maken. Op onze inzet voor ondersteuning en collectievorming kunnen de Hasselaren in elk geval blijven rekenen.

Veel leesgenot,

Karin De Greeve

Voorzitter vzw VSH

vzw nieuwe stijl

Het jaar 2023 was in vele opzichten een jaar van verandering voor onze vzw, de statuten werden grondig herzien en aangepast

en we kozen ook voor een nieuwe naam. Al die veranderingen waren voor het bestuur of het bestuursorgaan zoals dat nu officieel heet, ook de aanzet om eens na te denken over hoe we zowel intern (naar onze leden) als extern (t.o.v. het grote publiek) onze vereniging willen profileren met een aangepaste communicatie die ook aan de vereisten van de huidige moderne media voldoet. Om deze strategie op punt te stellen en verder te ontwikkelen zocht het bestuur intern naar een vrijwilliger die deze taak op zich wilde nemen. Bestuurlid Patrick Thijs stelde zich kandidaat en schoot snel uit de startblokken om in eerste instantie de noden, de middelen en de strategie te bepalen.

Op 29 februari van dit jaar stelde hij zijn rapport voor aan het bestuursorgaan. Hierbij ging hij dieper in op de noden voor een succesvolle geïntegreerde interne & externe communicatie. De basis van elke goede communicatiestrategie is herkenbaarheid waarvoor meestal een logo gebruikt wordt. De vzw had geen eigen logo en maakte in haar communicatie dikwijls gebruik van de gekroonde mus, het logo van het museum. Hierdoor ontstond er een verstrengeling tussen museum en de vzw met als gevolg dat het alleen nog voor ingewijden duidelijk was hoe een en ander gestructureerd is.

Hij concludeerde dan ook dat de vzw en het museum op het vlak van communicatie meer hun eigen koers moesten varen zodat er een duidelijker onderscheid kwam tussen beide instellingen.

Gesteund op een jarenlange ervaring in marketing & communicatie bij een grote retailer besloot Patrick om zelf een logo te ontwerpen. Rekening houdend met enkele primaire basiscriteria waaraan een goed beeldmerk moet voldoen ontstond het ruitvormig logo dat bovenaan in de hoofding van deze nieuwsbrief staat.

Om de link tussen vzw en museum erin te verwerken werd het oud logo met de zijgevel van het museum herwerkt en kreeg het een centrale plaats. Ook de kleurenkeuze werd gebaseerd op de communicatie van de stad: wit en groen van de stadsvlag, zwart van het 'H' stadslogo en fuchsia van het museum.

Het bestuur keurde het logo unaniem goed en gaf haar fiat voor de verdere ontwikkeling van verschillende communicatiemiddelen met het nieuwe logo als basis. Als eerste werd de lidkaart herwerkt zodat deze tegen de algemene vergadering van 23 maart reeds kon gebruikt worden. Tweede in de rij is de nieuwsbrief en ook het vernieuwde 'Word Vriend' kaartje zit er aan te komen.

Onze nieuwe communicatiestrategie heeft met dit fris en eenvoudig logo een goed herkenbaar element in handen dat ook makkelijk inzetbaar is in de sociale media. Daarmee kunnen we een breder maar vooral ook een jonger publiek aanspreken want zij zijn tenslotte de toekomstige beheerders van ons erfgoed.

Het Bestuur.