



Beleidsplan

Stedelijk Museum Coevorden

2017-2020

**Een innovatief museum in
een historische stad**



Inhoudsopgave

1. Voorwoord	2
2. Inleiding	3
3. Achtergrond	4
4. Missie & visie	5
5. Strategie en doelstellingen	6
6. Beleid	8
a. Collectie	8
b. Tentoonstellingsbeleid	10
c. Educatief beleid	11
7. Publiek	13
a. Algemeen	13
b. Samenstelling en omvang	13
c. Marketing en PR	16
d. Overige publieksactiviteiten	20
8. Bedrijfsvoering	21
a. Huisvesting en veiligheidsbeleid	21
b. Bezoekvoorwaarden	22
c. P&O en vrijwilligersbeleid	22
d. Verzekeringen	28
e. Kwaliteitssysteem	29
f. Automatisering	30
g. Partners en belanghebbenden	30
9. Meerjarenbegroting	32
a. Inhoudelijke toelichting	32
b. Meerjarenbegroting 2017-2020	33
10. Samenvatting	34

1. Voorwoord

Voor u ligt het beleidsplan van het Stedelijk Museum Coevorden voor de periode 2017-2020. Weliswaar is dit het tweede beleidsplan, maar het is het eerste beleidsplan van een museum in werking. Het vorige beleidsplan was gemaakt in een tijd dat het museum nog niet helemaal gerealiseerd was en dus nog operationeel moest worden. De inhoud bestond dan ook uit plannen, ideeën, wensen, verwachtingen enz.

Het museum is nu drie jaar operationeel en daardoor is de toon van dit beleidsplan anders. Het geeft o.a. een terugblik over de afgelopen jaren. Wat ging goed, wat kan beter, wat gaan we anders doen. Ook moeten er nog veel organisatorische regels vastgelegd worden. Kortom, na drie jaar moet er nog veel geregeld worden om verdere professionalisering te realiseren. Dit beleidsplan geeft daar een goede aanzet voor.

In de afgelopen jaren heeft het museum een duidelijke plaats gekregen in Coevorden. Dit komt doordat er door vele mensen keihard gewerkt is aan de uitbouw en de bekendheid van het museum. Er zijn veel activiteiten opgezet, tentoonstellingen georganiseerd en diverse andere ideeën bedacht en tot stand gebracht.

Maar we zijn er nog lang niet en gaan dan ook niet op onze lauweren rusten. Uit het beleidsplan blijkt dat ook. Zo is er bijvoorbeeld in de afgelopen tijd veel contact met Duitse musea en organisaties geweest. Uitmondend in een gezamenlijke tentoonstelling. Deze samenwerking willen we uitbreiden, tenslotte ligt rondom Coevorden veel Duitsland. Maar ook het verstevigen van de organisatie is een belangrijk onderdeel. In een goede organisatie moet het voor iedereen duidelijk zijn wat van hem/haar verwacht wordt, maar moet men ook gezamenlijk successen vieren.

Dit beleidsplan maakt dit duidelijk voor de komende vier jaar. We hebben het volste vertrouwen dat het Stedelijk Museum Coevorden een steeds belangrijker plaats zal innemen in het streven van de gemeente om Coevorden als vestingstad op de kaart te zetten en o.a. het toerisme te bevorderen. Daarnaast is ook het bieden van nieuwe invalshoeken op onze collectie, met betrekking tot de tijdelijke tentoonstellingen een belangrijk aandachtspunt. Door samenwerking met kunstenaars, lokale ondernemers, wetenschappelijke instanties enz. hopen we hiermee een breder publiek aan te spreken.

Ik wil dit voorwoord besluiten met iedereen, die zich de afgelopen jaren heeft ingespannen om het museum te maken tot wat het nu is, daarvoor te bedanken. Zonder de inzet van velen was dit resultaat niet bereikt. Ik spreek dan ook de verwachting uit dat dit de komende jaren gecontinueerd zal worden.

Joop Mooij
Voorzitter Stichting Stedelijk Museum Coevorden

2. Inleiding

Voor u ligt het nieuwe museumbeleid van het Stedelijk Museum Coevorden. Een beleid dat lering trekt uit de afgelopen jaren, sinds de heropening van het museum in 2013. Daarbij wordt niet alleen teruggekeken maar ook vooruit, naar de toekomst. Een toekomst die nieuwe ontwikkelingen en mogelijkheden met zich meebrengt.

De reden dat dit beleidsplan geschreven wordt, is dat na drie jaar het weer tijd is om opnieuw een blik te werpen op het huidige belang en de doelstellingen van het museum. Wat is de huidige positie van het museum? Hoe ziet idealiter de toekomst van het museum er uit? En hoe kunnen we deze toekomst bewerkstelligen? Op deze vragen wordt voor de komende vier jaren in dit museumbeleid antwoord gegeven. Daarbij wordt voortgeborduurd op ideeën en opvattingen van het bestuur en de directie, die de afgelopen jaren op de voorgrond zijn getreden. Waar nodig zijn nieuwe ideeën of aanpassingen toegevoegd.

De titel van dit beleid “Een innovatief museum in een historische stad” is een verwijzing naar deze opvattingen. Het museum wil de geschiedenis van Coevorden waarborgen en uitdragen naar haar bezoekers. Dit wil zij bereiken middels moderne en innovatieve presentatiewijzen en overdrachtsmiddelen. Kortom, het museum gaat inhoudelijk over de geschiedenis van Coevorden, maar wil daarbij wel modern en vooruitstrevend zijn in de presentatie- en overdrachtswijze. Door een samenwerking aan te gaan met andere vestingsteden in zowel Noord-Nederland als in Duitsland wordt de promotie van de geschiedenis van vestingsteden in het algemeen en die van Coevorden in het bijzonder bevorderd.

Het beleidsplan begint met een achtergrondschematische schets over het museum. Dit beleidsplan omvat tevens onze missie, visie, strategie en doelstellingen. Daarnaast geven de hoofdstukken ‘Beleid’, ‘Publiek’, ‘Bedrijfsvoering en ‘Meerjarenbegroting’ inzicht in de beleids- en operationele zaken van het museum. Als slot van dit document volgt een samenvatting. Ons collectieplan, calamiteitenplan en marketingplan zijn als aparte documenten opgesteld.

3. Achtergrond

De opzet van het Stedelijk Museum Coevorden is ontstaan in de jaren zeventig van de vorige eeuw. Burgemeester Klaas Willem Hoekzema vond het onbegrijpelijk dat er geen museum in Coevorden was. Al spoedig zocht hij personen die belangstelling en enige kennis van de historie hadden om een museum van de grond te krijgen. Er werd een locatie gevonden in het Arsenaal en met behulp van het Drents Museum uit Assen werd het museum ingericht. Uit het gemeentearchief werden verschillende spullen overgebracht. Historische stenen en ijzeren kogels die op de landerijen om Coevorden waren gevonden, vulden enkele vitrines. Bij graafwerkzaamheden rond het Kasteel kwamen scherven en potjes naar boven en ook die kregen een plaats in het museum. Een maquette van de vesting werd geplaatst, dat tevens het pronkstuk van het museum was. Op 1 oktober 1979 werd het Stedelijk Museum Drenthe's Veste officieel geopend.

Hierna verhuisde het museum van het kasteel naar het Arsenaal aan de haven. In de loop der jaren heeft dit gebouw verschillende benamingen gehad: begin 17de eeuw heette het Ammunitiehuys, daarna sprak men van het Magazijn van de Generaliteit, of alleen maar van Magazijn; ook werd het wel eens het Tuighuis genoemd. Naast wapenopslag heeft het Arsenaal gefungeerd als opslag voor diverse gebruikers die er onder andere lijnzaadkoeken, lijnolie en graan opsloegen.

Na een grondige verbouwing in 2012/2013 opende het vernieuwde museum in juni 2013 weer haar deuren voor het publiek. Door deze verbouwing is er door het bestuur en de toenmalige directie en bestuur een nieuwe weg ingeslagen. In het verleden maakte het museum onderdeel uit van de gemeente Coevorden. Sinds de heropening in 2013 is de stichting Stedelijk Museum Coevorden een zelfstandig museum. Samen met de nieuwe stichting is ook een nieuw bestuur geïnstalleerd.

Het bureau van Caspar Conijn heeft het nieuwe museum vormgegeven. Op de eerste verdieping is een vaste opstelling gemaakt, die inspeelt op de beleving van de bezoekers, middels een speelse opstelling en het gebruik van licht en geluid. Deze opstelling is thematisch ingedeeld. De voormalige maquette van de vesting is vervangen door een modernere digitale beamerpresentatie, tevens met geluid en muziek. Op de eerste verdieping wordt in een grote vitrine elk jaar een minitentoonstelling ingericht. Op de tweede verdieping is ruimte vrij gemaakt voor een nieuwe expositieruimte. Hier worden twee wisseltentoonstellingen per jaar gehouden. Daarnaast is op de tweede verdieping het ArcheoLAB ingericht, waar kinderen samen met hun ouders het verhaal ontdekken achter één van de archeologische objecten uit het museum.

4. Missie & visie

Missie

Het Stedelijk Museum Coevorden heeft als missie het in kaart brengen, behouden en overdragen van het kasteel- en vestingverleden van Coevorden, zowel vanuit archeologische en historische bronnen als vanuit nog aanwezige relictten die naar dit verleden verwijzen.

Visie

Het Stedelijk Museum Coevorden bestaat om het (im)materiële erfgoed van Coevorden te behouden. Dat wil zeggen: het museum richt zich op de historie en de identiteit van Coevorden ten behoeve van de inwoners van de stad en in tweede instantie op het algemene publiek daarbuiten.

Wij willen deze geschiedenis uitdragen in samenhang met andere Noord-Nederlandse vestingsteden en Duitse steden, zoals Bentheim en Lingen, die in de Coevordense historie een belangrijke partner waren. Een naar buiten gerichte uitstraling en ondernemingszin is daarvoor van groot belang. Het museum zet zich hiervoor in met behulp van activiteiten rondom het thema 'Stad als museum'. Deze activiteiten worden georganiseerd in samenwerking met andere lokale partners en culturele instellingen. Bij de ontsluiting van het museum als extern gerichte instelling dient wel rekening gehouden te worden met de verdere professionalisering van het museum op het gebied van beleidsformulering, operationele zaken, collectiebeheer, mankracht en financiële middelen.

In de afgelopen jaren is er ingezet op innovatie, wat betekent dat er een moderne en interactieve collectiepresentatie is neergezet. Ook in de toekomst willen we de historie van Coevorden op verrassende en innovatieve wijze presenteren. Innovatie gaat ook over de combinatie tussen het historische verhaal van Coevorden en andere onderwerpen, disciplines en presentatiewijzen. Bijvoorbeeld door het kiezen van een vernieuwende invalshoek bij het maken van tijdelijke tentoonstellingen, het betrekken van wetenschap, kunst, theater en de persoonlijke verhalen van mensen, samenwerken met lokale partners én de inzet van de modernste multimediale technieken.

Het museum streeft daarbij naar naleving van de Governance Code Cultuur, de Ethische Code ICOM (International Council of Museums) en de bevordering van de hoofdtaken waarop een museum drijft: verzamelen, onderzoeken, bewaren, presenteren en overdragen.¹

¹Zie voor de ICOM museum-definitie: <https://www.museumvereniging.nl/Devereniging/Museumdefinitie.aspx> (geraadpleegd op 8 juli 2016). Zie voor de Governance Code Cultuur <http://www.governancecodecultuur.nl/> (geraadpleegd op 5 augustus 2016).

5. Strategie en doelstelling

Hoofddoelstelling

De hoofddoelstelling voor de periode 2017-2020 is om het museum in zijn geheel verder te professionaliseren en te groeien in naamsbekendheid en bezoekersaantallen. Hierbij zijn aandacht voor verdere professionalisering van de organisatie, bedrijfsvoering, het schrijven en uitvoeren van beleidsstukken, organisatie van publieksactiviteiten en collectiebeheer van groot belang. Daarbij wordt gestreefd naar samenwerkingsprojecten met bestaande en nieuwe partners. Door de doelstellingen van het museum concreet te formuleren en uit te voeren kan dit bereikt worden.

Doelstellingen

Verzamelen

- Het actiever verzamelen van objecten die inhoudelijk een waardevolle aanvulling zijn voor de huidige collectie. In het verleden is er passief verzameld en is de collectie met name vergroot middels schenkingen. Er moet echter rekening gehouden worden met de huidige beperkte oppervlakte van het depot en het beperkte budget van het museum. Het museum is hierbij afhankelijk van de kennis van een aantal vrijwilligers en bestuursleden die veel kennis hebben van Coevorden en de huidige collectie.

Onderzoeken

- Het onderzoeken van de historie van Coevorden, de eigen collectie en bruiklenen. Dit in samenhang met tijdelijke tentoonstellingen, lezingen, publicaties en educatieve projecten. De kennis van de vrijwilligers, maar ook de samenwerking met externe instellingen zoals, Historisch Vereniging Coevorden, Het Drentse Archief en het Gemeentearchief Coevorden en andere (museale) instellingen in Nederland en Duitsland zijn hierbij van cruciaal belang.

Bewaren

- Continuering behoud en beheer van de eigen collectie en bruiklenen.
- De voltooiing van de gehele collectieregistratie in Adlib (collectieregistratie systeem) met toevoeging van foto's. Voorheen is de collectieregistratie in Excel verwerkt.

Presenteren

- Het organiseren van 2 grotere tijdelijke tentoonstellingen en 1 kleine minitentoonstelling per jaar.
- Het onderhouden en verbeteren van de vaste opstelling.
- Het organiseren van presentaties buiten het museum. Dit betekent niet dat we de collectiestukken buiten het museum plaatsen, maar wel de geschiedenis van Coevorden en onze museumcollectie ook buiten onze 'muren' willen vertellen m.b.v. tekst, afbeeldingen, video's, apps en andersoortige visuele middelen. Dit bijvoorbeeld a.d.h.v. het thema 'Stad als museum'. Dit soort presentaties of projecten zullen veelal in samenwerking met andere partijen plaatsvinden.
- Onze collectie (ook uit de vaste opstelling) ter beschikking stellen voor presentaties bij andere culturele instellingen, indien zij voldoen aan onze voorwaarden.

Overdracht

- Per tentoonstelling wordt er een randprogrammering gemaakt bestaande uit diverse (educatieve) activiteiten voor jong en oud.
- Samenwerking met K&C (Kunst en Cultuur Drenthe: expertisecentrum en projectorganisatie kunst en cultuur) zodat verschillende scholen in de omgeving het museum met regelmaat bezoeken. Het maken van een eigen Cultuurmenu programma in samenwerking met de bibliotheek. Deze wordt gemaakt door onze vrijwillige museumdocenten en ook door hen uitgevoerd.
- Meer (inter)nationale naamsbekendheid genereren, met name in de Noord-Nederlandse en Oost-Duitse regio. Dit d.m.v. de uitvoering van een nieuw marketingplan, wisselende exposities, aansprekende activiteiten en het vergroten van het netwerk van het museum door samenwerking met lokale en buitenlandse museale en archeologische instellingen, gemeenten en provincie.
- Een constante groei in bezoekersaantallen waardoor onze informatieoverdracht omvangrijker wordt. Dit d.m.v. wisselende tentoonstellingen met vernieuwende en verrassende invalshoeken, die dienen ter aanvulling op de vaste collectieopstelling.
- Meedoen met de landelijke museumevenementen zoals Museumweek, Open Monumentendag en Oktobermaand Kindermaand.

6. Beleid

a. Collectiebeleid

Het Stedelijk Museum Coevorden heeft een apart Collectieplan opgesteld waarin uitgebreid ingegaan wordt op de kerncollectie, collectiehistorie, deelcollecties, de cultuurhistorische waarden, de registratie, behoud en beheeromstandigheden, de verbeterpunten etc. Hier zal daarom alleen een samenvatting van deze onderdelen geformuleerd worden inclusief een overzicht van de te ondernemen actiepunten op het gebied van de collectie.

Er is een nieuwe collectie indeling bepaald die de missie van het museum onderstreept en verduidelijkt. De deelcollecties zijn:

- 1 1046 – 1395 ‘Stichting van het kasteel’
- 2 1400 – 1600 ‘Verwoesting en herstel’
- 3 1600 – 1796 ‘Drentse Drosten’
- 4 1796 – 1974 ‘De moderne tijd’
- 5 1974 -heden ‘Na de wederopbouw’
- 6 Bibliotheek en (foto)archief

Er moet de komende periode vooral gewerkt worden aan de afronding van de collectieregistratie in Adlib, zodat gegevens van deze deelcollecties nader ingevuld kunnen worden. Dit kan bewerkstelligd worden door het inzetten van een extra vrijwilliger en een werkervaringsplaatsmedewerker. Aangezien er nog veel werk verzet moet worden bij de collectieregistratie, moet het collectieplan minstens één keer per jaar worden geactualiseerd m.b.t. de aantallen, waarden etc. per deelcollectie.

Voor de collectievorming volgt het museum zoveel mogelijk de richtlijnen van Spectrum (handleiding voor collectiemanagement). Zowel op het gebied van verzamelen, selecteren en afstoten, behoud en beheer, collectieregistratie en documentatie als het gebruik van de collectie.

Bij eventuele aanschaf van objecten wordt vooral getracht om objecten uit de vroege en late Middeleeuwen (1046-1395 en 1400-1600), wapentuig zoals pijlpunten en harnasonderdelen aan te schaffen.

Actiepunten:

- Inzetten van minimaal 1 vrijwilliger voor collectieregistratie
- Inzetten van minimaal 1 werkervaringsplaatsmedewerker voor de collectieregistratie

Periode:

2017

2017

- Afronding registratie collectie in Adlib 2017-2018
- Invoering collectiedocumentatie in Adlib 2017-2020
- Actiever wervings- en aankoopbeleid 2017-2020
 - Aanvullen van hiaten in de collectie (opstellen werkgroep)
- Actiever afstotingsbeleid (opstellen werkgroep) 2017-2020
- Afronding calamiteiten/bedrijfsnoodplan 2017
- Maken lijst waardevolste objecten 2017

b. Tentoonstellingsbeleid

Het Stedelijk Museum Coevorden tracht middels de vaste tentoonstelling en wisselende tentoonstellingen bezoekers te informeren over de historie van Coevorden.

De vaste collectieopstelling bevindt zich op de eerste verdieping van het pand. Deze vaste opstelling is multimediaal ingericht en belicht zeven thema's. Dit zijn: 'Ligging Coevorden', 'Oorlog en Plundering', 'Het leven in de middeleeuwse stad', 'De Spaanse bezetting', 'Officieren in de stad', 'Het rampjaar 1672 en 'Het begin van het einde'. Daarnaast is er een digitale beamerpresentatie met geluid en muziek.

Op de tweede verdieping is ruimte vrij gemaakt voor een nieuwe expositieruimte. Hier worden twee tijdelijke tentoonstellingen per jaar gehouden, waarbij gebruik wordt gemaakt van zowel stukken uit de eigen collectie als bruiklenen van andere musea. Daarnaast is er elk jaar een minitentoonstelling achter in het museum.

Verbeterpunten presentatie van de vaste collectieopstelling:

- Vervangen van de objecten die niet bij het gepresenteerde onderwerp passen.
- Eventuele tekstuele toevoegingen en verbeteringen.

Tijdelijke tentoonstellingen

Er worden twee grotere tijdelijke tentoonstellingen per jaar gehouden. Elke tentoonstelling duurt zes maanden. Eén van de grotere tijdelijke tentoonstellingen vertelt met diepgaande achtergrondinformatie over de geschiedenis van Coevorden. Deze tentoonstellingen zijn bedoeld voor zowel het grote publiek, als de inwoners van Coevorden en liefhebbers en kenners van de historie en archeologie in Coevorden.

Bij de tweede tijdelijke tentoonstelling wordt er met behulp van een bepaalde invalshoek geprobeerd om op een andere manier naar de collectie en historie van Coevorden te kijken. Deze tentoonstellingen zijn gericht op andere doelgroepen maar vooral ook op het grote publiek. Deze tentoonstellingen worden gemaakt vanuit bijvoorbeeld een creatief, innovatief, maatschappelijk of lokaal oogpunt. Voor deze tentoonstellingen wordt samengewerkt met andere culturele instellingen, wetenschappelijke instanties, onderwijsinstellingen, particulieren, kunstenaars en andere soortgelijke culturele ondernemers. Andere doelgroepen die hiermee worden aangesproken zijn kunstenaars en kunstliefhebbers, studenten en jongeren, lokale bewoners en gezinnen. De jaarlijkse minitentoonstelling bestaat uit een grote vitrine waarin een onderwerp of thema van de eigen collectie wordt uitgelicht.

c. Educatief beleid

Er zijn in het verleden diverse educatieve activiteiten ontwikkeld in het museum. Zo bevindt zich op de tweede verdieping het ArcheoLAB. In het ArcheoLAB kunnen kinderen samen met hun ouders het verhaal ontdekken achter één van de archeologische objecten uit het museum. Er is een verhalenboek voor ouders en kinderen en er worden diverse activiteiten en workshops gehouden. Tot slot zijn er diverse lespakketten ontwikkeld voor de groepen 3/4, 5/6 en 7/8 en deed het museum mee aan het project Museumschatjes, dat geïnitieerd is door K&C Drenthe. Ook in de toekomst worden er nieuwe activiteiten opgezet die van tijdelijke duur zijn of permanent ingezet kunnen worden.

Per grote wisseltentoonstelling worden minstens de volgende educatieve activiteiten georganiseerd:

- Eén educatieve lesbrief, rondleiding of workshop voor kinderen/jongeren.
- Eén lezing, rondleiding of andersoortige educatieve voordracht of workshop voor volwassenen.
- Een tentoonstellingsgids per grote wisseltentoonstelling uitgeven. Oplage circa 1000 stuks. Doelgroep: bezoekers van de tentoonstelling. Met name ouderen en volwassenen.

Permanente educatieve activiteiten in het museum:

- Een nieuwe, meer toegankelijke speurtocht voor kinderen die hen leert over de collectie van het museum en de geschiedenis van Coevorden.
- Een nieuw spreekbeurtpakket dat gegeven kan worden aan kinderen en jongeren.

Samenwerking scholen en K&C Drenthe, expertisecentrum en projectorganisatie kunst en cultuur:

- Het ontwikkelen van een nieuw educatieproject in samenwerking met K&C Drenthe en de bibliotheek. Voor groep 3-4 en groep 7-8. In het schooljaar 2016-2017 wordt hier een pilot van gedraaid. Het is de bedoeling dat dit het voormalige Museumschatjes project zal vervangen in de schooljaren hierop volgend.
- Gezamenlijke projecten ontwikkelen met hogescholen zoals Stenden University en Rijksuniversiteit Groningen. Dit kunnen onderzoeksprojecten zijn maar ook het uitwisselen van kennis, het geven van lezingen ed.

Diverse educatieve activiteiten in context van (regionale en landelijke) evenementen:

- Het zelfstandig organiseren of in samenwerking met ToReCo van rondleidingen in het museum, door stad Coevorden of in historische panden zoals het kasteel. Deze rondleidingen worden gegeven aan diverse (doel)groepen: zakelijke markt, scholen, verenigingen etc.
- Deelname aan Cult Clash. Dit is een jaarlijks terugkerend project om middelbare scholieren van De Nieuwe Veste kennis te laten maken met de cultuur van Coevorden.
- Elk jaar diverse workshops en activiteiten organiseren in context van Oktobermaand Kindermaand, Museumweek, en Openmonumentendag.

7. Publiek

a. Algemeen

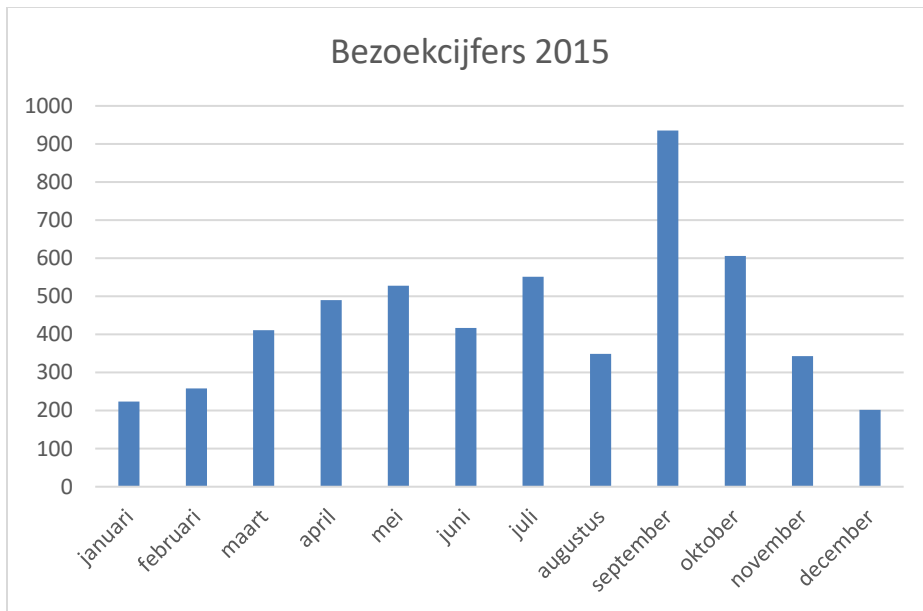
Een groot deel van de bezoekers zijn eigen inwoners van de stad en de gemeente. Daarnaast zijn er de toeristen. Zij verblijven in omliggende recreatieparken en combineren een bezoek aan het museum met een dagje uit in Coevorden en Drenthe. Ook bezoekers vanuit het Hondsruggebied zullen langskomen via Geopark de Hondsrug.

Er wordt niet te veel ingezet op specifieke doelgroepen (gespecificeerd naar leefstijl, leeftijd, gezinssamenstelling en opleidingsniveau) omdat dat erg moeilijk te definiëren is.

Belangrijk is om een gevarieerd aanbod te hebben dat voor verschillende doelgroepen interessant is. Het geheel moet een beleving creëren waar diverse mensen iets van hun gading vinden, aansprekend voor zowel jong als oud. Er zijn een aantal specifieke doelgroepen, met eigen communicatiekanalen die door middel van op maat gemaakte programma's en activiteiten kunnen worden bediend.

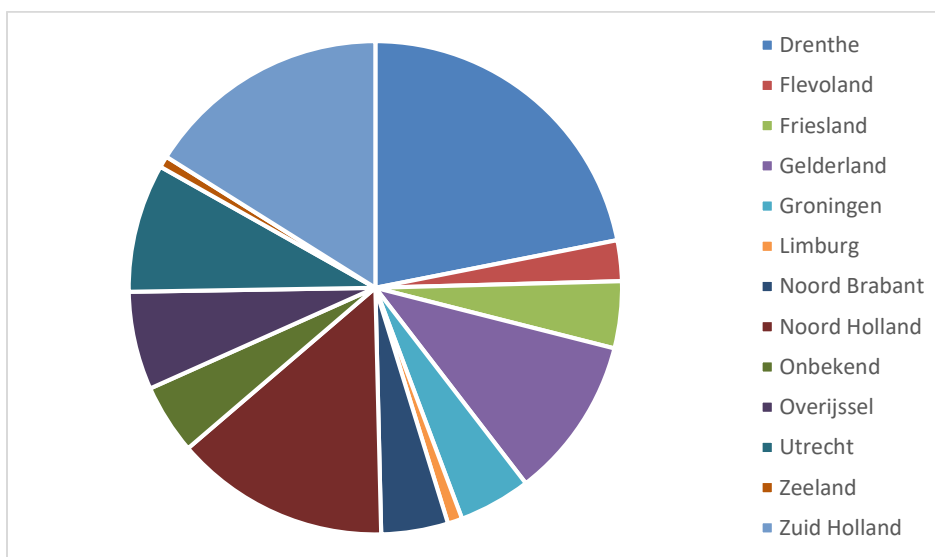
b. Samenstelling en omvang

Sinds de opening in 2013 zijn er jaarlijks ruim 5000 bezoekers geweest. De maanden januari, augustus en december en januari waren de afgelopen jaren het minst bezocht. In september ontving het museum de meeste bezoekers (zie schema 'Bezoekcijfers 2015'). De meeste bezoekers bestonden uit 'groepen' of de 'museumjaarkarthouders'. Ook voor de komende jaren willen we minimaal 5000 bezoekers halen, het liefste zien we elk jaar een gestage groei. Omdat het museum nu een paar jaar open is en de nieuwigheid er voor sommige mensen er misschien af is, zal de groei naar verwachting niet veel toenemen. Maar een constante groei zou met behulp van o.a. aansprekende tentoonstellingen, activiteiten en marketingstrategie wel haalbaar moeten zijn.



Regio's

Omdat het museum een geregistreerd museum is, kunnen we aan de hand van de museumjaarkaart achterhalen uit welke regio's deze bezoekers komen. Kijkend naar het overzicht van 2015 komen de meeste bezoekers uit Drenthe, dit was ook het geval in 2013 en 2014. Opvallend is dat de op één na grootste groep bezoekers afkomstig is uit Zuid Holland. Opmerkelijk is dat er vanuit de omliggende provincies, Groningen, Drenthe, Friesland en Overijssel juist een stuk minder bezoekers komen. Het is van belang dat in de toekomst meer marketingacties voor deze vier provincies worden uitgezet.



Een aantal specifieke doelgroepen die belangrijk voor het museum zijn:

Scholen

Scholen bezoeken het museum van september tot en met juni. De groepen bestaan uit 15 tot 30 kinderen per keer, soms meerdere klassen achter elkaar. Voor deze doelgroep worden diverse educatieve activiteiten opgezet en samenwerkingen aangegaan met de scholen en K&C Drenthe. Het bieden van inhoudelijke relevante lespakketten en workshops zijn belangrijk voor de educatieve bijdrage van het museum aan de jongere generatie. Het museum zet zich graag in om kinderen en jongeren te enthousiasmeren voor historie, archeologie en het verleden van Coevorden.

Jonge gezinnen met kinderen

Deze groep zal het museum met name bezoeken in de schoolvakantieperiodes en zal overnachten in een van de recreatieverblijven in de omgeving van Coevorden. De kindvriendelijkheid van het museum is voor deze groep belangrijk. Om deze te bevorderen is met name een toegankelijker speurtocht van belang. Kinderen kunnen zich nu vooral vermaken in het ArcheoLab. Maar zij kunnen ook aansluiten bij een van de workshops, routes door de stad en kinder(kasteel)rondleidingen. Het museum wil dat gezinnen met kinderen een belevenisvolle, interactieve en afwisselend bezoek kunnen brengen aan het museum. Daarbij is het doorgeven van kennis en het aanwakkeren van interesse bij kinderen van belang, omdat deze kinderen later als volwassene potentiële bezoekers zijn.

Tweeverdieners

Dit is een van de kleinere groepen. Deze groep bezoekt het museum het hele jaar door, met name buiten de schoolvakanties om. Omdat deze groep vaak cultuurgericht is zullen zij waarschijnlijk beschikken over een museumjaarkaart. Omdat zij vooral voor kwaliteit, cultuur en culinair genieten gaan, zijn afgestemde arrangementen van belang. Het museum wil graag een aansprekend, inhoudelijk en onderhoudende instelling voor deze doelgroep zijn.

Senioren

Deze doelgroep is één van de grootsten van het museum. Senioren hebben over het algemeen het hele jaar door de tijd om musea te bezoeken en hebben vaak een museumjaarkaart. Deze doelgroep is breed geïnteresseerd en maakt graag een combinatie met fietsen en wandelen. Ook hier geldt dat mee moet worden gelift op de arrangementen die door hotels en bungalowparken worden gemaakt. Deze groep is veelal geïnteresseerd in historie en verhalen van vroeger. Onderwerpen waar het museum bij aansluit. Het organiseren van lezingen en rondleidingen zijn aansprekend voor deze doelgroep. Het museum wil graag een bron van herkenning zijn voor de senioren, hen voorzien van informatie en het bieden van een belevenisvolle ervaring.

Zakelijke markt

Tot dus ver is de vergaderzaal regelmatig verhuurd aan de zakelijke markt. Deze ruimte zal met name buiten de vakanties om worden verhuurd. Boven in het museum is een ruimte die zich leent voor vergaderarrangementen. De ruimte kan worden verhuurd aan maximaal 25 personen. Voor de zakelijke bezoekers wil het museum een professionele vergaderinstelling zijn.

Groepsmarkt

Scholen en de zakelijk markt zou je ook onder groepsmarkt kunnen scharen. Maar met de groepsmarkt doelen we vooral op groepen die deelnemen aan touringcar reizen en andere fiets- en autotochten die in Drenthe georganiseerd worden. Deze routes vinden het hele jaar door plaatst, maar veelal buiten de schoolvakanties. Hier moet in de toekomst meer op gefocust worden. Dit kan het beste in samenwerking met ToReCo (Toerisme en Recreatie Coevorden) gebeuren. Ook middels advertenties in diverse bladen kunnen bepaalde groepen worden benaderd. Daarnaast kan er gedacht worden aan een speciale groeps prijs. Bijvoorbeeld: men kan vanaf 20 personen voor een gereduceerd tarief naar binnen. Dit is nu niet het geval.

Taken op het gebied van gastvrijheid

Sinds de verbouwing is het museum toegankelijker en gastvrij geworden. Het museum is tevens rolstoeltoegankelijk. Door de open inrichting van het museum en het Arsenaal heeft het gebouw een vriendelijke uitstraling en is er makkelijker contact te leggen met de diverse Arsenaalpartners, door zowel de medewerkers als de bezoekers.

Er zijn geen directe maatregelen nodig om de publieksvriendelijkheid van het museum te vergroten. Wel wil het museum beginnen met een enquête die de bezoekers van het museum kunnen invullen na hun bezoek. Door deze enquêtes te analyseren kunnen we opmaken op welke punten het museum verbeterd kan worden, ook op het gebied van gastvrijheid en publieksvriendelijkheid.

c. Marketing en PR

Voor een uitgebreide inzicht in onze Marketingbeleid en strategie wordt verwezen naar het 'Marketingplan Stedelijk Museum Coevorden 2017-2020'. Hieronder een korte omschrijving van de doelgroepen, doelstellingen en een actieplan.

Doelgroepen

Zoals in voorgaande paragraaf is omschreven zijn er de volgende doelgroepen voor het museum aan te geven: scholen, jonge gezinnen met kinderen, tweeverdieners, senioren,

zakelijke markt en groepsmarkt. Daarbij wordt ook gekeken naar de regio waar de bezoekers vandaan komen. Voor alle doelgroepen geldt dat we streven naar een groei in aantal bezoekers en naamsbekendheid.

Doelstelling regio:

Acties

- Marketing en samenwerkingsprojecten meer richten op de omliggende provincies: Groningen, Drenthe, Friesland en Overijssel. Ook moet de focus op Duitsland liggen aangezien het museum graag met Duitse instellingen wil samenwerken en bij de Duitse grens ligt.

Doelstelling scholen:

Acties

- Het aantrekken van meer schoolbezoeken, van zowel lokale scholen als scholen uit Drenthe en de overige provincies.
- Jaarlijkse samenwerking met K&C Drenthe. Voorheen kwam er vanuit K&C niet elk jaar een project voor het museum aanbod. De bedoeling is om dit voortaan wel elk jaar in te plannen.

Doelstelling jonge gezinnen met kinderen:

Acties

- Flyer verspreiding en informeren over de activiteiten bij de lokale recreatieverblijven waar veel gezinnen verblijven.
- Maken van een toegankelijke speurtocht voor kinderen.
- Diverse activiteiten die gericht zijn op kinderen organiseren.
- Rekening houden met kinderen m.b.t. de inrichting en vormgeving van tentoonstellingen.

Doelstelling tweeverdieners:

Acties

- Aantrekkelijke culturele en culinaire arrangementen neerzetten.
- Flyer verspreiding bij overnachtingsgelegenheden.

Doelstelling senioren:

Acties

- Aantrekkelijke culturele, culinaire en diverse tochtarrangementen neerzetten.
- Flyer verspreiding bij overnachtingsgelegenheden.

Zakelijke markt:

Acties

- Promoten middels flyers, website en sociale media van de zakelijke arrangementen en mogelijkheden.

Groepsmarkt:

Acties

- Meer afstemming met ToReCo om de groepsmarkt aan te boren.
- Voordeelprijs maken voor de entree van het museum voor groepen.

Overige acties

De overige acties worden toegelicht in het Marketingplan 2017-2020 en zijn: doorvoeren enquête en eventuele kinderenquête; locatie verduidelijken/beeldmerk creëren en herkenbare route vanaf station; speciale kortingsacties tijdens schoolvakanties; nieuwe sociale media opstarten: vernieuwen van het merk SMC (2018): vergroten van mankracht op het gebied van PR en Marketing: Het museum buiten het Arsenaal laten treden, 'De stad als museum' en verzamel- en beoordelingswebsites notificeren.

Middelen

Het Stedelijk Museum Coevorden heeft slechts één (deeltijd) betaalde medewerker in dienst, de directeur/conservator. Deze voert naast zijn andere taken ook de marketing en PR acties uit. Veel zaken zijn de afgelopen jaren opgestart, maar het feit blijft dat er qua mankracht en middelen beperkingen zijn in wat er mogelijk is op marketinggebied.

Er wordt gebruik gemaakt van de volgende middelen:

- **Vormgeving**

Een eigen huisstijl die is doorgevoerd in de logo, flyers, website, sociale media, persberichten en uitnodigingen. Een optie is om in 2018 de huisstijl een upgrade te geven en dit door te voeren in de website en communicatiemiddelen.

- **Internet**

Het museum heeft een eigen website, waarop ook Facebook en Twitter berichten van het museum zijn gekoppeld. Het museum heeft tevens een pagina op Wikipedia. Deze is echter verouderd en moet worden aangepast. Eventueel andere sociale media die ingezet kunnen worden zijn Instagram en YouTube.

- **Folder**

In de folder van het museum staat een algemene omschrijving van de activiteiten van het museum, de openingstijden, de contactgegevens, de entreprijzen en een vermelding van de rolstoeltoegankelijkheid van het museum. Deze folder wordt

gedistribueerd bij diverse toeristische accommodaties, restaurants, musea en attracties in een brede straal rondom Coevorden.

- **Free Publicity**

Door het versturen van persberichten wordt er gebruik gemaakt van Free Publicity.

- **Advertenties**

Er worden diverse advertenties geplaatst in verschillende toeristische magazines. Ook advertenties op Facebook worden gebruikt omdat hier heel gericht op doelgroepen kan worden ingespeeld. Gezien de hoge kosten blijft het plaatsen van advertenties echter beperkt.

- **Acties en arrangementen**

Met diverse partners zoals lokale bedrijven, musea en restaurants, worden regelmatig acties en arrangementen uitgezet. Zo kunnen bezoekers tegen inlevering van hun entreebewijs voordelig een consumptie krijgen bij het restaurant De Heeren van Coevorden. En is er in 2016 een arrangement met het SmalSpoormuseum in Erica opgezet. Wel kunnen er nog meer acties worden uitgezet. Bijvoorbeeld in overleg met landelijke bladen, zoals de Libelle en NS Spoordeel of met reisbureaus zoals Drenthe Tours en SRC Cultuurreizen.

- **Activiteiten**

De museumdirectie staat open voor activiteiten in samenwerking met lokale partners of particulieren. Zolang deze passen binnen de visie van het museum en organisatorisch en financieel uitvoerbaar zijn. Daarnaast wordt er door aan te sluiten bij bepaalde landelijke evenementen zoals Kindermaand Oktobermaand meegelift op de marketing die door deze organisatie wordt uitgezet.

- **Vrienden van het Stedelijk Museum**

Wie het Stedelijk Museum een warm hart toedraagt en de ontwikkeling ervan wil steunen, kan vriend van het museum worden. Vrienden hebben gratis toegang tot het museum en worden uitgenodigd voor openingen van tentoonstellingen. De Vrienden van het Stedelijk Museum Coevorden ondersteunen het Stedelijk Museum Coevorden bij de ontwikkeling, verdieping, verbreding en verbreiding van de kennis van de geschiedenis, kunst en cultuur van de stad Coevorden. De Vrienden van het Stedelijk Museum Coevorden betalen jaarlijks een bijdrage voor hun lidmaatschap. Door De Vrienden van het Museum in te stellen bindt het museum een groep vaste bezoekers aan zich, die positief over het museum zullen zijn en die via mond op mond reclame het museum zullen mede promoten.

- **Museumdocenten, gastheren en -dames**

De vrijwilligers van het museum, zijn net als bij elk ander klein museum onmisbaar. Zij worden onder andere ingezet als museumdocent. Binnen het museum geven zij rondleidingen voor grotere groepen. Ook treden zij in samenwerking met andere

partners, zoals ToReCo regelmatig op als rondleiders binnen de vestingstad Coevorden. De gastheren en -dames ontvangen de bezoekers en informeren hen waar nodig. Zowel de docenten als gastheren en -dames zijn hét visitekaartje van het museum en daarmee erg belangrijk voor de bezoekers. Wanneer bezoekers positief zijn over het museum en gastvrij zijn ontvangen zijn ze eerder geneigd om het museum aan te bevelen bij anderen (mond op mond reclame).

d. Overige publieksactiviteiten

Het museum organiseert diverse publieksactiviteiten. In samenwerking met partners van het Arsenal en andere (lokale) partners. Dit zijn bijvoorbeeld de Culturele Uitdag: Coevorden heeft Smaak! Een jaarlijks evenement dat op de eerste zaterdag van september gehouden wordt. Er wordt hiervoor samengewerkt met Theater Hofpoort, ToReCo, de Bibliotheek en lokale kunstenaarsinitiatieven.

Daarnaast is het museum betrokken bij het Garnizoensdag. Een evenement dat in augustus gehouden zal worden ter promotie van Coevorden als vestingstad. Het project wordt getrokken door twee lokale ondernemers. Het streven is dat in 2017 de eerste Garnizoensdag zal plaatsvinden bij het Kasteel in Coevorden.

8. Bedrijfsvoering

a. Huisvesting en veiligheidsbeleid

Huisvesting

Het museum is met meerdere gebruikers gevestigd in Het Arsenaal, een monument, dat in 2013 is verbouwd. Eventuele knelpunten zijn de lage balken op de bovenste verdieping, waar mensen hun hoofd tegen aan kunnen stoten, maar dit is niet te wijzigen vanwege de monumentstatus. Het pand wordt gehuurd van de gemeente Coevorden, die het tijdens de verbouwing aan de veiligheidseisen heeft laten voldoen. De gemeente is de eigenaar en eventuele aanpassingen dienen te geschieden in overleg met de gemeente.

Veiligheidsbeleid

Het bestuur van elke stichting binnen het Arsenaal is eindverantwoordelijk voor hun eigen (meerjaren)beleid, de gezamenlijke veiligheid van de medewerkers binnen het Arsenaal, de bezoekers van het Arsenaal, het gezamenlijke calamiteitenplan en de gezamenlijke BHV organisatie. De directies/coördinatoren van de gebruikers nemen de uitvoering van het calamiteitenplan op zich.

Er moet een nieuw calamiteitenplan voor Het Arsenaal en collectiehulpverleningsplan voor het museum geschreven worden waar alle gebruikers van Het Arsenaal aan moeten voldoen. Het streven is om dit in 2017 klaar te hebben. Het calamiteitenplan wordt geschreven in overleg met de andere Arsenaalgebruikers.

Het calamiteitenplan moet bekend zijn bij alle medewerkers en vrijwilligers van het Arsenaal. Zij moeten deze lezen en een aftekenlijst te ondertekenen.

Daarnaast zal een exemplaar van het plan geplaatst worden bij de kassa/receptie balie en in de diverse kantoren. Het calamiteitenplan moet jaarlijks opnieuw bekeken worden. Wanneer er wijzigingen in het pand, de veiligheidsomstandigheden, telefoongegevens of personeel plaatsvinden, dient ook het calamiteitenplan en alle bijbehorende bijlagen worden aangepast en opnieuw te worden verspreid.

Er zijn binnen het Arsenaal geen verdere noodzakelijke aanpassingen nodig voor de veiligheid van de bezoekers, het personeel en de collectie. Het is wel verstandig zijn dat de vrijwilligers samen met de BHV'ers van het Arsenaal een ontruimingsoefening uitvoeren. Hiervoor zal worden samengewerkt met de Arsenaalpartners. In overleg met de gemeente en de Arsenaalpartners wordt gekeken in hoeverre er extra BHV'ers opgeleid moeten worden en het calamiteitenplan en de faciliteiten in het gebouw voldoen aan alle eisen.

Voorheen was er één vrijwilliger van het museum die opgeleid was tot BHV'er. Een werkgever, dus ook het stichtingsbestuur is volgens de wet verantwoordelijk voor de veiligheid van haar medewerkers en bezoekers/klanten. Daarom moet er rekening worden gehouden met de grootte van de organisatie en de risico's waarin gewerkt wordt. Aan de hand hiervan wordt beslist hoeveel BHV'ers opgeleid moeten zijn. Omdat er sprake is van een verzamelpand wordt er voor de totale BHV organisatie binnen het Arsenaal samengewerkt. Er wordt naar gestreefd om binnen het Arsenaal 1 BHV'er per dag aanwezig te laten zijn en nieuwe BHV'ers op te laten leiden door de verschillende gebruikers.

Er zijn geen vrijwilligers of medewerkers binnen het museum die opgeleid zijn om de Collectiehulpverlening uit te voeren. De collectiehulpverlening is niet wettelijk verplicht. Wel wordt er een lijst van meest waardevolle objecten gemaakt en wordt er in het laatste hoofdstuk van het Calamiteitenplan aandacht besteed aan de collectiehulpverlening van het museum.

b. Bezoekvoorwaarden

Het museum hanteert vanaf 2017 nieuwe bezoekvoorwaarden. Hiervoor is het Model Bezoekvoorwaarden als uitgangspunt gebruikt, zoals deze te vinden is op de website van de Museumconsulenten.² Deze voorwaarden zijn op de website van het Stedelijk Museum Coevorden te vinden. Ze kunnen ook bij de balie van het museum worden opgevraagd. Men kan tevens terecht bij de balie en de website voor een klachtenformulier.

c. P&O en vrijwilligersbeleid

Organisatie

De organisatie van het museum bestaat uit een directeur/conservator (24 uur per week), een bestuur en een grote groep vrijwilligers en werkervaringsplaatsmedewerkers.

Directeur/conservator:

Stefanie Horneman-Ottens

Bestuur:

Joop Mooij (voorzitter)

Ger Vos (penningmeester)

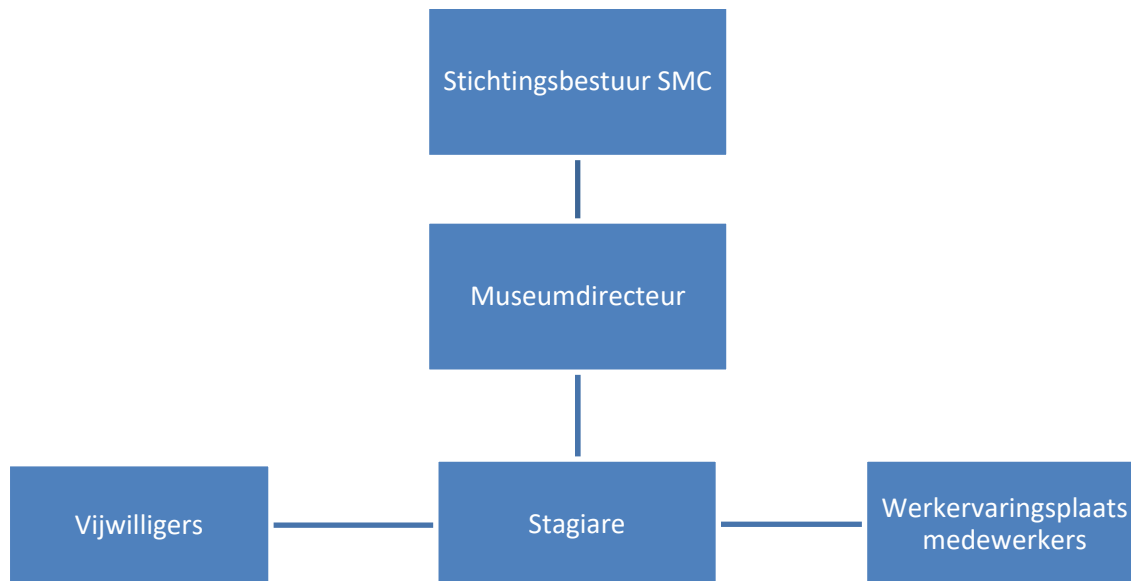
Annemarie Splinter (secretaris)

² Model Bezoekvoorwaarden verkrijgbaar op: <http://www.museumconsulenten.nl/uw-museum/gebouw/toegankelijkheid/> (geraadpleegd op 12-08-2016).

Ger Kleis (Historicus en Historisch Adviseur)
Ineke den Hollander (bestuurslid)

Bij het museum werken circa 20 vrijwilligers in de functie van gastheer en -vrouw of baliemedewerker. Tot slot zijn er circa 7 werkervaringsplaatsmedewerkers die drie maanden tot 2 jaar werken bij het museum. Zij werken bij de receptie/balie, als gastheer en -gastvrouw, bij de administratie en collectieregistratie.

Het museum zet in op twee stagiaires per jaar die elk een half jaar stage lopen bij het museum. Dit ter ondersteuning van de directeur. De functie stagiaire assistent directeur/conservator kan ingezet worden op diverse afdelingen zoals collectie, presentatie, marketing, educatie etc. De enige andere wijziging die het museum wil invoeren m.b.t. personele bezetting is een actiever betrokkenheid van de vrijwilligers op het gebied van collectieregistratie, pr en marketing, activiteiten en evenementen. Verder zijn er geen wijzigingen gewenst op het gebied van scholing, formatie en organisatie.



Organogram Stedelijk Museum Coevorden

Vrijwilligersbeleid

Een museumvrijwilliger is een persoon die werkt voor het museum door het uitvoeren van diverse activiteiten of deelneemt aan specifieke evenementen. Deze taken komen ten goede aan het museum en de lokale gemeenschap. Het museum werkt al sinds de oprichting met een grote groep vrijwilligers. Aan de hand van de handleiding 'Het museum als vrijwilligersorganisatie' dat door Movisie is opgesteld, heeft het Stedelijk Museum haar vrijwilligersbeleid geschreven.³

Visie

Onze vrijwilligers zijn onmisbaar voor het succes van het Stedelijk Museum Coevorden. Het museum kan niet voortbestaan zonder de inzet en aanwezigheid van de vrijwilligers die veelal optreden als baliemedewerker, gastheer en -vrouw of museumdocent en rondleider. Het Stedelijk Museum verwelkomt ook vrijwilligers die gevoel hebben bij pr en marketing, educatie en collectieregistratie.

Behalve dat het museum om financiële redenen leunt op de inzet van vrijwilligers, treden vrijwilligers ook op als ambassadeur van het museum en kunnen zij door hun vrije tijd en belangstellende houding goed contact leggen met de bezoeker van het museum.

Vrijwilligers van ons museum zijn veelal mensen die interesse hebben in historie, kunst en cultuur en een bijdrage willen leveren aan de samenleving of sociale contacten willen opdoen. De vrijwilligers delen hun eigen tijd, vaardigheden en kennis met anderen om zo de kwaliteit van de gemeenschap te verbeteren.

Vrijwilligers hebben de keus gemaakt om hun bijdrage te leveren uit eigen interesse en vaardigheden. De vrijwilligers van het Stedelijk Museum Coevorden ontvangen geen vergoeding anders dan gemaakte kosten die gedaan zijn tijdens de uitvoering van hun werkzaamheden als vrijwilliger voor het museum. De vrijwilligers vallen onder begeleiding en verantwoording van de directeur.

Het museum erkent de waarde van het vrijwilligerswerk, in de dagelijkse werkzaamheden en in de toekomstplanning. Het museum zal de vrijwilliger daar waar mogelijk is steunen in de verdere ontwikkeling van vaardigheden.

Doelstelling en waarden:

De museumvrijwilligers hebben kennis en talenten die anders niet beschikbaar zijn voor het museum. De doelstelling van het museum is om de vrijwilligers aan de hand van deze talenten

³ M. Popovic, E. Bos, L. Tonckens, *Het museum als vrijwilligersorganisatie: handleiding en stappenplan voor het maken van vrijwilligersbeleid*, 2010, Movisie.

en kennis, op de juiste plek in te zetten. Het museum heeft een aantal basiswaarden geformuleerd voor de museumvrijwilligers en die hieronder te vinden zijn.

Aan de vrijwilliger wordt geboden:

- Een mogelijkheid tot het bijdragen van zijn/haar talenten en vaardigheden door participatie bij projecten, bijeenkomsten en evenementen.
- Een bron van kennis voor verdere studie van de historie van Coevorden en haar omgeving.

Basiswaarden:

- Wij vinden vreugde en voldoening in het werk dat wij doen.
- Wij vellen niet meteen een oordeel maar nemen de tijd om te oordelen.
- Wij hebben waardering voor onze vrijwilligers en andere betrokkenen van het museum.
- Wij staan open voor groei, verandering en nieuwe ideeën.
- We hebben kwaliteit hoog aangeschreven en staan daar ook voor.

Voor de vrijwilligers is een vrijwilligersbeleid/handleiding geschreven waarin o.a. achtergrond informatie over het museum, vrijwilligerstaken, kledingvoorschriften en *do's en dont's* opgenomen zijn. Ook de rechten en plichten, normen rondom gewenst en ongewenst gedrag, vertrouwelijkheid, veiligheid en de belangrijkste contactgegevens en de mogelijke oorzaken waardoor een vrijwilligerscontract kan worden beëindigd zijn hierin opgenomen. Deze handleiding wordt verstrekt wanneer een vrijwilliger begint bij het museum.

Taken

Het profiel van alle vrijwilligers is: klantvriendelijk, representatief, goede mondelinge uitdrukkingsvaardigheden, dienstverlenende instelling, accuraat, stressbestendig en flexibel.

Binnen het Stedelijk Museum Coevorden zijn verder de volgende functie/taakomschrijvingen voor vrijwilligers:

Gastheer/-vrouw (Receptie)

Werkzaamheden: opstarten presentatie museum, ontvangen gasten, controle kaartjes, verstrekken informatie bezoekers, toezicht houden op museumruimtes eerste en tweede verdieping.

Baliemedewerker (Receptie)

Werkzaamheden: aannemen telefoon, ontvangen gasten, verkoop kaartjes, verkoop museumwinkel, verstrekken informatie bezoekers, samenwerking met collega's van ToReCo.

Rondleider/museumdocent (Educatie)

Werkzaamheden: rondleiden groepen (zakelijk en particulier), begeleiden groepen basis- en voortgezet onderwijs.

Collectieregistrator (Collectie).

Werkzaamheden: het invoeren van technische en achtergrondgegevens van collectiestukken in Adlib. Eventueel nader onderzoek naar de historie van het object.

Marketingmedewerker (PR en Marketing)

Werkzaamheden: Schrijven van persberichten, promotie sociale media, bedenken en organiseren van nieuwe acties en arrangementen.

Werving en selectie

De directeur/coördinator is verantwoordelijk voor de werving van nieuwe vrijwilligers.

Procedure:

- 1) Een persbericht wordt uitgestuurd met een oproep voor vrijwilligers. Op de vrijwilligersdatabank van Gemeente Coevorden wordt tevens een oproep geplaatst met eventuele functieomschrijving. Ook via sociale media en de website van het museum kan een oproep worden gedeeld.
- 2) Bij interesse worden de contactgegevens genoteerd. Hierop volgt een kennismakingsgesprek met een korte rondleiding in het museum en inhoudelijke toelichting op de taken. Er wordt besproken welke functie en tijden de vrijwilliger als voorkeur heeft. Hierbij wordt zo veel mogelijk gekeken naar de achtergrond en persoonlijke interesse van de vrijwilliger.
- 3) De vrijwilliger wordt eerst drie halve dagen ingeroosterd om mee te lopen en ingewerkt te worden door een museumvrijwilliger.
- 4) Wanneer beide partijen tevreden zijn, wordt er een vrijwilligerscontract (valt onder de gemeentelijke verzekering) opgesteld en ondertekend.
- 5) De vrijwilliger kan aan de slag en krijgt het vrijwilligersbeleid/handleiding ter informatie.

Voor het werven van meer vrijwilligers in de toekomst kunnen de volgende punten worden meegenomen:

- Het opnemen van een tekst over vrijwilligerswerk in de algemene flyer.

Begeleiding

De vrijwilligers worden begeleid door de directeur/coördinator. De directeur treedt op als leidinggevende. De werkervaringsplaatsmedewerker (administratie) maakt de roosters in overleg met de vrijwilligers en de directeur. Het inwerken word uitgevoerd door andere

vrijwilligers.

Een keer per kwartaal is er een vrijwilligersoverleg waarin de activiteiten, nieuwe ontwikkelingen en aandachtspunten worden besproken.

Er wordt door de vrijwilligers zelf een nieuwsbrief opgesteld in overleg met de directeur. Deze verschijnt ongeveer een keer per kwartaal. Deze nieuwsbrief is informatief maar ook educatief en gemakkelijk qua inhoud.

De directeur informeert de vrijwilligers met name via de email, wanneer men direct op de hoogte gesteld moet worden en/of via één van de logboeken die bij de balies liggen.

Randvoorwaarden

In de gemeente Coevorden vallen vrijwilligers contractueel gezien onder het museum en verzekeringstechnisch onder de gemeente.

In het vrijwilligerscontract worden behalve de persoonlijke gegevens de volgende punten opgenomen:

1. Periode
2. Werkzaamheden
3. Opzegtermijn
4. Verzekering
5. Begeleiding

De vrijwilligers krijgen geen vrijwilligersvergoeding alleen indien nodig een reiskostenvergoeding.

Waardering

Persoonlijke waardering onderling maar ook van bovenaf die mondeling wordt geuit is zeer belangrijk om de vrijwilligers te stimuleren en zich gewaardeerd te laten voelen.

Daarnaast zijn er jaarlijks gezamenlijke activiteiten gepland. Zoals minstens één keer per jaar een vrijwilligersuitje en een borrel rond het nieuwe jaar. Daarnaast ontvangt men een kerstpakket.

Aan verjaardagen, trouwerijen en andere heugelijke maar ook droevige momenten wordt middels een kaartje of een bloemetje aandacht besteed. Deze verantwoording ligt bij de werkervaringsplaatsmedewerker administratie.

Afscheid

Wanneer een vrijwilliger stopt bij het museum, wordt er een persoonlijk gesprek gevoerd waarin de ervaringen van beide partijen worden besproken. Dit gesprek heet een zogenaamde 'exitgesprek'.

Aanleiding van afscheid kan zijn het vinden van een andere functie, een toename aan lichamelijke of psychische klachten, het gebrek aan tijd of interesse. Maar ook één van de onderstaande punten kan leiden tot contractbreuk:

- Vertrouwensbreuk. Het vertrouwen in de vrijwilliger wordt opgezegd.
- Discriminatie.
- Gedocumenteerd fysiek en/of verbaal geweld tegenover medevrijwilligers, personeel en bezoekers.
- Herhaaldelijk afwezig zijn zonder zich af te melden.
- Diefstal.
- Onwelwillend handelen, instructies moedwillig niet opvolgen of willen begrijpen.

Bij een afscheid zal middels een attentie en het eindgesprek bedankt worden voor de inzet van de vrijwilliger, afhankelijk van de situatie waarin afscheid wordt genomen.

d. Verzekeringen

Zowel het personeel als vrijwilligers zijn verzekerd, alsook de collectie en bruiklenen. De vrijwilligers en werkervaringsplaatsmedewerkers vallen onder de gemeentelijke verzekering. Het enige betaalde personeelslid, de directeur valt onder de werknemersverzekering.

De collectie is verzekerd bij Marsh Nederland. Wanneer de totale waarde boven een bepaald bedrag komt te liggen bij tijdelijke bruiklenen (voor exposities), informeert de directeur de verzekeringsmaatschappij. Er wordt verder nog een nieuwe inboedelverzekering afgesloten en waarschijnlijk ook een WA-verzekering voor de directeur en de stagiaire.

e. Kwaliteitssysteem

Om de diverse werkzaamheden, taken en doelstellingen van het museum te waarborgen hanteert het Stedelijk Museum Coevorden een kwaliteitssysteem. Hierbij wordt de zogenaamde Plan-Do-Check-Act (PDCA) gebruikt.⁴ Zie ook het schema hieronder. Het bestuur is verantwoordelijk voor de toezicht op en uitvoering van het kwaliteitssysteem.



⁴ Beschikbaar op: <http://www.museumconsulenten.nl/uw-museum/bedrijfsvoering/kwaliteitszorg/> (geraadpleegd op 20-08-2016).

f. Automatisering

Er zijn voldoende computers, printers, telefoons etc. in het museum aanwezig. Het email verkeer loopt via Outlook en er is een hostingpakket in gebruik bij Yourhosting.

Van alle bestanden wordt automatisch een back-up gemaakt op de externe NAS (Network Attached Storage) schijf. Het bedrijf Forcys heeft een overeenkomst met het museum en is beschikbaar voor onderhoud en ondersteuning. Er wordt gewerkt met het collectie registratiesysteem Adlib. Deze wordt tevens opgeslagen op de NAS schijf. Er zijn geen aanpassingen gewenst op het gebied van automatisering.

g. Partners en belanghebbenden

Voor een succesvolle continuering van het museum is samenwerking met bepaalde partners cruciaal. Op de eerste plek zijn dit de partners van het Arsenaal: ToReCo, de bibliotheek, De Historische Vereniging van Coevorden en Theater Hofpoort. Ook de samenwerking met andere lokale instellingen en (toeristische) ondernemers zijn van belang bij het opzetten van activiteiten en arrangementen. De arrangementen die opgezet zijn in samenwerking met Heeren van Coevorden en het Kasteel zijn hier goede voorbeelden van.

Een andere samenwerking is die met de partners van het Geopark. Het Geopark de Hondsrug is een groot gebied. Het beslaat vijf gemeenten (Coevorden, Emmen, Borger-Odoorn, Aa en Hunze en Tynaarlo) die gezamenlijk hebben besloten een vergaande samenwerking aan te gaan in het kader van duurzame economie. Een duurzame economie begint met een authentiek sterk gebiedsverhaal. Dat verhaal is aanwezig. Het Stedelijk Museum vertelt één van deze verhalen. Samen wordt een netwerk gecreëerd van zogenaamde expeditie poorten. Bezoekers worden vanuit deze centra doorverwezen naar de andere expeditie poorten. Coevorden wordt daarmee ook op andere plekken in het Hondsruggebied gepromoot. De expeditie poorten worden ondersteund door het projectbureau van het Geopark de Hondsrug waardoor er telkens nieuwe activiteiten en producten worden ontwikkeld die weer moeten leiden tot nieuwe bezoekersstromen. Zonder al te grote inspanning kan geprofiteerd worden van Geopark de Hondsrug.

Behalve de bezoekers, leveranciers en samenwerkingspartners zijn er ook nog andere belanghebbenden, die zich manifesteren in de vorm van sponsors, subsidiegevers. Zo is het museum afhankelijk van de jaarlijkse subsidie van de Gemeente Coevorden. De inrichting van de vaste collectie is mede mogelijk gemaakt door Interreg IV. Het Stedelijk Museum Coevorden wordt, behalve door de donateurs, ook gesteund door een aantal sponsors: Wildkamp, Mondriaanfonds, VSBfonds, Heidema Technische Handel, Feyen Groothandel Coevorden,

Venhorst Makelaardij, Coeverse Plaaties en Hoveniersbedrijf Wilfred van der Weide en
Plantenkwekerij Vlieghuus.

9. Meerjarenbegroting

a. Inhoudelijke toelichting

In paragraaf 9.b is een begroting opgesteld voor de komende periode 2017-2020.

Deze begroting is gebaseerd op de inkomsten en uitgaven van 2016 en de toekomstplannen die het museum heeft, zoals een upgrade van de huisstijl in 2018.

Opvallend is de verhoging in huur die per jaar wordt geïndexeerd. Daarnaast stijgen de personeelskosten vanwege de jaarlijkse periodiek. Door de huurverhoging en stijging in personeelskosten zullen de uitgaven per jaar stijgen. Hierdoor moet er worden bezuinigd op de tentoonstellingen. Zonder extra subsidiëring zal dit als gevolg hebben dat er elk jaar steeds minder budget beschikbaar is voor tentoonstellingen.

Oplossingen zijn een verhoging van jaarlijkse gemeentesubsidie om de indexering te compenseren of per tentoonstelling subsidies aanvragen bij externe fondsen, maar met laatstgenoemde kan het tentoonstellingsbeleid zoals die in dit beleidsstuk is opgesteld, niet worden gegarandeerd.

b. Meerjarenbegroting 2017-2020

BEGROTING STICHTING STEDELIJK MUSEUM COEVORDEN 2017-2020						
<i>begroting nummer</i>	<i>omschrijving</i>	<i>2.017</i>	<i>2.018</i>	<i>2.019</i>	<i>2.020</i>	
4120	bruto loon	25.000	26.000	27.000	28.000	
4124	vakantiegeld	3.250	3.300	3.350	3.400	
4126	ziektkostenverzekering	1.500	1.600	1.700	1.800	
4130	sociale lasten	2.450	2.500	2.550	2.600	
4131	pensioen	2.300	2.350	2.400	2.450	
4134	overig	50	50	50	50	
4137	opslag sociale lasten res	550	550	550	550	
	salariskosten	35.100	36.350	37.600	38.850	
4170	reiskosten	3.000	3.000	3.000	3.000	
4177	kantine	100	100	100	100	
4184	vrijwilligers	750	750	750	750	
4189	overig	150	150	150	150	
	overige personeelskosten	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
4251	huur	35.500	35.750	36.000	36.250	
4270	onderhoud onroerende zaken	2.300	2.300	2.300	2.300	
4282	elektra	8.500	8.500	8.500	8.500	
4287	schoonmaak	750	750	750	750	
4342	onderhoud inventaris	150	150	150	150	
	huisvesting	47.200	47.450	47.700	47.950	
4510	reklame en advertenties	1.700	1.700	1.700	1.700	
4611	drukwerk	1.800	2.000	1.800	1.800	
4611	marketing overig	350	1.750	350	350	
4612	abonnementen/contributies	750	750	750	750	
4614	kantoorbenodigdheden	1.000	1.000	1.000	1.000	
4615	portokosten	500	500	500	500	
4616	systeemonderhoud	1.000	1.000	1.000	1.000	
4631	telefoon	400	400	400	400	
4634	internetkosten	750	750	750	750	
	kantoorkosten	8.250	9.850	8.250	8.250	8.250
4814	bedrijfsverzekeringen	2.000	2.000	2.000	2.000	
4817	accountant	1.300	1.300	1.300	1.300	
4819	administratiekosten	1.000	1.000	1.000	1.000	
4829	overige algemene kosten	900	900	900	900	
4840	bestuurskosten	400	400	400	400	
4905	bankkosten	200	200	200	200	
	algemene kosten	5.800	5.800	5.800	5.800	5.800
5241	afschrijving inventaris	6.500	6.500	6.500	6.500	
	afschrijvingen	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500
7035	kosten activiteiten	2.500	2.500	2.500	2.500	
7036	kosten arrangementen	700	700	700	700	
7040	inkopen winkel	500	500	500	500	
7041	kosten tentoonstellingen	4.950	1.850	1.950	450	
	kostprijs omzet	8.650	5.550	5.650	4.150	
8031	entreekaarten	-9.800	-9.800	-9.800	-9.800	
8032	arrangementen	-4.000	-4.000	-4.000	-4.000	
8038	verhuur zaal	-650	-650	-650	-650	
8039	omzet evenementen	-200	-200	-200	-200	
8041	omzet winkel hoog tarief	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	
8042	omzet winkel laag tarief	-250	-250	-250	-250	
8043	opbrengst activiteiten	0	0	0	0	
	netto omzet	-15.900	-15.900	-15.900	-15.900	-15.900
8940	subsidies	-97.600	-97.600	-97.600	-97.600	
8946	projectsubsidies	0	0	0	0	
8984	donaties	-2.000	-2.000	-2.000	-2.000	
	subsidies	-99.600	-99.600	-99.600	-99.600	-99.600
	saldo uitgaven/inkomsten	0	0	0	0	0

10. Samenvatting

In de inleiding van dit beleid zijn een aantal vragen gesteld die middels het formuleren van het nieuwe beleid beantwoorden zouden moeten worden. Deze vragen zijn: wat is de huidige positie van het museum? Hoe ziet idealiter de toekomst van het museum er uit? En hoe kunnen we deze toekomst bewerkstelligen?

De huidige positie van het museum is die van een uniek historisch museum met sterke lokale wortels. In Coevorden zelf is nog slechts één ander museum, met een ander inhoudelijke doelstelling en doelgroep. Beide musea kunnen elkaar versterken. Het museum treedt op als een naar buiten gericht museum dat ook actief is buiten de eigen muren en samenwerking met (lokale) partners opzoekt.

Voor de toekomst streeft het museum naar een verdere professionalisering van de bedrijfsvoering en een gestage groei in bezoekersaantallen en naamsbekendheid. Dit o.a. met behulp samenwerkingsverbanden met diverse partners en instellingen. Groei van het museum in zowel aantallen als naamsbekendheid wordt bereikt middels de uitvoering van het collectiebeleid, tentoonstellingsbeleid en educatiebeleid. De belangrijkste doelstelling en middel op het gebied van collectiebeleid is de afronding van de collectieregistratie in Adlib. Daarnaast is er een andere weg ingeslagen door de nieuwe indeling van de zes verschillende collectiegebieden.

Het tentoonstellingsbeleid is met name gericht op een afwisselend tentoonstellingsprogramma dat zowel recht doet aan de historie van Coevorden als aan de eigen collectie, maar waarbij ook voor nieuwe invalshoeken en innovatieve middelen gekozen kan worden.

Op het gebied van educatie wil het museum programma's en workshops voor zowel ouderen als kinderen aanbieden, om zodoende inhoudelijk voor een breed publiek aantrekkelijk te zijn.

Het bereiken van een breed publiek is tevens belangrijk voor de groei als museum. Dit wordt met name bereikt door het organiseren van allerlei (educatieve) activiteiten, het tentoonstellingsprogramma, deelname aan allerlei externe evenementen en een doordachte marketingstrategie.

Om deze doelstellingen te bereiken en het museum naar een hoger professioneel plan te brengen is een evenwichtige bedrijfsvoering noodzakelijk. Ook hierin worden de nodige stappen gezet, zoals meer inzet en begeleiding van vrijwilligers en stagiaires op meerdere afdelingen. Het opstellen en uitvoering van de nieuwe bezoekvoorwaarden, het vrijwilligersbeleid en het schrijven van een calamiteiten en collectiehulpverleningsplan zijn tevens belangrijk voor de bevordering van de bedrijfsvoering.

In de meerjarenbegroting kan men zien dat het museum afhankelijk is van de gemeentelijke subsidie en daardoor geëxploiteerd kan worden. Door verhoging van de personeelskosten en de huur gaat het budget voor de tentoonstelling steeds verder omlaag. Om dit tegen te gaan dient er extra subsidie te worden verkregen.

In de overtuiging dat we in overleg en middels samenwerking met de gemeente en andere (culturele) instellingen de toekomst van het museum kunnen waarborgen, zien de directie en het bestuur de toekomst met vertrouwen en enthousiasme tegemoet.