

Museum Opsterlân, Hoofdstraat 59, 8401 BW Gorredijk

postbus: 79, 8400 AB Gorredijk
telefoon: 0513 462930
mail: info@museumopsterlan.nl
website: www.museumopsterland.nl

Openingstijden:

dinsdag t/m vrijdag 11.00 - 17.00 uur
zaterdag 13.00 - 17.00 uur
zondag gesloten, uitgezonderd speciale dagen

Bestuur:

voorzitter: Henk Hoen
secretaris: Roel Zijlstra
penningmeester: Menno van der Hem
bestuursleden : Hein Sterk
Candida Kalf
Wiebe Lageveen
Anita van der Sloot

Museum coördinator: Jacqueline Verhoef

Vereniging vrienden van het museum

voorzitter: Abel Oostra
secretaris: Wiebe Lageveen,
ledenadministratie: Rinze v.d. Berg, mail: r.b.vd.berg@ziggo.nl

INHOUDSOPGAVE.

Onderwerp	Blz.
colofon	1
Inleiding	3
Doelstelling	4
Het museum, toen en nu	4
Visie	5
Studie en stage	6
(Re)integratie	6
Educatie	6
Samenwerking bedrijfsleven	6
Publiciteit	6
Samenwerking	6
Sterke punten	7
Zwakke punten	7
Kansen	7
Het bestuur	8
De collectie en het collectieplan	8
Programmering, planning, marketing	9
Communicatie	10
Cultuur en sfeer	10
Organisatie en personeelsbeleid	11
Organisatieschema	11
Accommodatie	12
Museumcafé en- winkel	12
Financiën	13
De vrienden van het museum	13
Sponsoring	13
Fondsen	13
Besparing op uitgaven	14
Beleidsvoornemens op een rij	14

1.

Inleiding.

Museum Opsterlân heeft zich de afgelopen 50 jaar ontwikkeld van oudheidkamer tot een hedendaags museum.

Het museum is sinds midden jaren '60 van de vorige eeuw gehuisvest in een voormalig schoolgebouw in het centrum van Gorredijk. Dit gebouw behoort tot één van de mooiste panden van het dorp. Het is gebouwd in 1887 en staat op de monumentenlijst. Het is niet verwonderlijk dat ons schoolgebouw het eerste object van onze collectie is.

Voor u ligt een ambitieus, maar realistisch beleidsplan.

We willen bereiken, dat een brede laag van de bevolking van Friesland en zo mogelijk daarbuiten, het museum leert kennen en waarderen. Wij zijn ons er terdege van bewust dat er dan nog heel wat water door de Opsterlandse Compagnonsvaart moet stromen.

Het zal duidelijk zijn dat onze ambities niet stoppen bij de grens van de gemeente; de collectie van ons museum is een grotere naamsbekendheid waard. Het spreekt vanzelf dat daarom de ontwikkelingen rondom de Culturele Hoofdstad nauwlettend in de gaten worden gehouden.

De naamgeving is al verschoven van aanvankelijk "Oudheidkamer Gorredijk" naar "Streekmuseum Opsterland" en nu "Museum Opsterlân". De bredere naam wordt waargemaakt, doordat de laatste jaren een opmerkelijke kwaliteitsverbetering heeft plaatsgevonden.

Om de transformatie te kunnen ondergaan naar een "beleefmuseum", waar de geschiedenis van Opsterland wordt verteld, is het museum in een eigentijds jasje gestoken. De tijd is nu rijp om de volgende stap te maken namelijk naar een museum met vooruitstrevende aspiraties en oog voor de bijzondere cultuurhistorische waarde van de Opsterland en de regio.

Tot slot van deze inleiding merken wij op dat hoewel het schrijven van een meerjarenbeleidsplan onderdeel is van bestuursbeleid, het bestuur zich daarbij ten volle realiseert, dat het voor de uitvoering ervan voor het grootste deel afhankelijk is van de inzet van de vrijwilligers van ons museum, waaronder wij de vereniging Vrienden van het Museum ook graag rekenen.

Het bestuur.

2. Het museum (doelstelling, geschiedenis, visie en missie)

2.1. Doelstelling.

De stichtingsakte vermeldt in artikel 2 als doelstelling van onze stichting:

“De bevordering van de bewaring en het behoud en de kennisgeving aan het publiek van voorwerpen, geschriften en audio- en visuele middelen, met betrekking tot de geschiedenis van de gemeente Opsterland en de tegenwoordige staat van die gemeente, in het bijzonder van Gorredijk en omgeving en voorts al hetgeen met een en ander rechtstreeks of zijdelings verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn, alles in de ruimste zin des woords.

Het artikel vervolgt dan:

“De stichting tracht haar doel onder meer te verwezenlijken door

a. het verzamelen in eigendom of gebruik en het beheren van de daartoe in aanmerking komende voorwerpen, middelen en geschriften

b. het uitstellen en ter bezichtiging stellen van die voorwerpen, middelen en geschriften

c. het vertonen met audio- en visuele middelen

d. het houden van tentoonstellingen

e. het verrichten van alles wat verder aan het doel bevorderlijk kan zijn en al hetgeen in de ruimste zin daarmee verband houdt.

De doelstelling in de stichtingsakte is destijds (17 maart 1994) natuurlijk zorgvuldig geformuleerd, maar wekt na 20 jaar niet meer de suggestie van een dynamische moderne organisatie. Vandaag zouden wij andere, meer tot de verbeelding sprekende woorden hebben gebruikt. Toch geeft de formulering aan het bestuur voldoende ruimte en mogelijkheden om van Museum Opsterlân een eigentijds museum te maken.

Dit beleidsplan voor de komende 4 jaren geeft in grote lijnen aan hoe het bestuur dit doel denkt te kunnen bereiken.

2.2. Het museum, toen en nu.

Op 15 september 1961 ging ons museum van start. Hendrik Heeringa van het oprichtingscomité van de oudheidkamer opende toen de deuren van ons monumentale schoolgebouw, dat de onderwijsfunctie had verloren.

In de meer dan 50 jarige geschiedenis heeft het museum niet stilgestaan. De collectie werd aanmerkelijk uitgebreid, het gebouw werd aangepast en van een statische oudheidkamer werd het in de loop der tijd getransformeerd naar een dynamisch museum met aansprekende tijdelijke exposities en een interessante collectie cultuurhistorische objecten. Jarenlang moest het museum het gebouw delen met verschillende ‘onderburen’, zoals bibliotheek annex leeszaal en het jongeren- en ouderenwerk.

Na een interne verbouwing kwam in 1991 het gehele gebouw ter beschikking van wat toen ging heten “Streekmuseum Opsterland”. De vaste collectie bleef op de bovenverdieping en de begane grond werd gebruikt voor het inrichten van tijdelijke exposities. In de loop der tijd zijn er tientallen spraakmakende exposities gehouden, variërend van kunstrijverheidsexposities, exposities van beeldende kunstenaars, maar ook vele tentoonstellingen, die te maken hadden met het rijke cultuurhistorische erfgoed van de gemeente Opsterland.

Jarenlange inspanningen hebben er in 2008 toe geleid dat eindelijk het felbegeerde bordje “Erkend Museum” op de muur kon worden geschroefd. Deze opsteker gaf het bestuur

kansen om uit te kunnen groeien naar een volwaardig museum gericht op verleden en toekomst. Er werden plannen ontwikkeld om het museum een meer eigentijdse uitstraling te geven. Het museum groeide uit naar een modern geoutilleerd "beleefmuseum" met een moderne presentatie van het cultuurhistorisch erfgoed in Opsterland.

Het museum heeft in de loop der jaren een plaats in de Gorredijkse samenleving gekregen, maar ook in die van de hele gemeente Opsterland. Velen weten de weg naar ons gebouw in de Hoofdstraat te vinden, niet alleen om de collectie te bekijken, maar ook vanwege de bijzondere tentoonstellingen en informatieve avonden over historische onderwerpen.

Dat blijkt ook uit de kadernota cultuurbeleid van de gemeente 2012-2022. De nota zegt over ons museum:

"Met deze twee musea, het museum Opsterlân in Gorredijk en het opluchtmuseum It Damshûs in Nij Beets kent de gemeente een subsidierelatie."

"Het Museum Opsterlân richt zich op een breed scala van de lokale cultuurhistorie. Binnen het museum is aandacht voor de tegenstellingen tussen arm en rijk, die een belangrijke rol hebben gespeeld in de sociale ontwikkeling van Opsterland. Hiernaast wordt de joodse gemeenschap en de oorlogsgeschiedenis van Gorredijk belicht. Ook aan de archeologische en landschappelijke geschiedenis van Opsterland wordt binnen het museum aandacht gegeven, met als pronkstuk de in 1937 blootgelegde vuistbijl. Op het moment van schrijven van deze nota is het Museum Opsterlân bezig met de realisatie van een kwaliteitsslag. Er wordt gebruik gemaakt van interactieve en audiovisuele middelen en er wordt meer gericht op educatie"

"Het museumbeleid is momenteel vastgelegd in de museumnota 2010 - 2013. Centraal hierin wordt gesteld dat het cultureel erfgoed binnen de gemeente behouden moet blijven. De beide musea, It Damshûs en het Museum Opsterlân worden van groot belang geacht omdat zij bijdragen aan het vergroten en bewaren van de identiteit van Opsterlands verleden. De nota houdt rekening met restrictief financieel beleid en geeft aan geen professionaliseringsslag van de musea na te streven, maar eerder een ambitieniveau te kiezen dat recht doet aan het voortbestaan van de musea als vrijwilligersorganisaties. "

2.3 Visie

Binnen onze regio en Friesland weten de bewoners in toenemende mate dat er in Gorredijk een boeiende collectie over het rijke verleden van de gemeente Opsterland te zien is. Het museum heeft natuurlijk oog voor het verleden, maar ook voor het heden. Het museum wil deze relatie graag aan zijn publiek tonen.

Het museum wil zijn bekendheid vergroten door het organiseren van en participeren in activiteiten die binnen zijn doelstelling vallen.

Gedacht kan dan worden aan: tentoonstellingen, lezingen, excursies, educatieve projecten en manifestaties.

Het museum wil een gastvrij huis zijn voor de hele bevolking in al haar schakeringen. In het museum kunnen verschillende culturen elkaar ontmoeten en wederzijds beïnvloeden.

Het museum wil ook als kenniscentrum fungeren met als doel, om de in het museum voorhanden zijnde bronnen en collecties te ontsluiten en waarnodig met elkaar in verband te brengen. Digitale ontsluiting van de collectie is daarbij niet meer weg te denken.

Het museum rekent tot zijn hoofdtaak het vergroten van kennis van de geschiedenis van de gemeente bij een breed publiek.

Vertaald naar de praktijk betekent dit:

- het verzamelen van historisch erfgoed rond de kerncollectie
- verwerven van kennis en het stimuleren van onderzoek
- zorgvuldig beheer
- presenteren van het cultureel erfgoed van Opsterland en

- het tonen van de meest recente ontwikkelingen, welke in relatie staan met het historisch erfgoed.

2.4 Missie

Bij het woord "museum" denkt vrijwel iedereen aan een veelal opmerkelijk gebouw, waarin geschiedenis, kunst en cultuur te zien is. Dit suggereert ook een passieve houding van een museum. Een passieve houding past evenwel niet in de huidige tijd. Wil een museum, dus ook ons museum, een rol gaan spelen in het maatschappelijk leven van onze gemeente en daarbuiten, dan zullen wij actief moeten worden.

Studie en Stage.

Natuurlijk hoort bij deze rol samenwerking met aan ons museum te linken instellingen. Maar ook in sociaal maatschappelijk opzicht kan ons museum een rol vervullen binnen de (Opsterlandse) gemeenschap. De werkzaamheden van ons museum bieden mogelijkheden voor stagiaires van middelbaar tot mogelijk universitair niveau. Niet alleen kunnen die studenten een rol vervullen bij de dagelijkse gang van zaken om op die manier werkervaring op te doen binnen de door hen gekozen studierichting, maar er doen zich ook mogelijkheden voor om studenten projectmatig in te zetten.

(Re)integratie.

Omdat een deel van de dagelijkse werkzaamheden kan worden uitgevoerd zonder druk van bijv. productiecijfers en te halen einddata, biedt het ook mogelijkheden aan mensen, die om welke reden dan ook langere tijd uit het arbeidsproces zijn geweest, om te (re)integreren in het arbeidsproces. Ook voor anderen, die weinig of geen kans hebben op de vaak veeleisende arbeidsmarkt, biedt ons museum mogelijkheden. Contacten met gemeenten, re-integratiebedrijven en scholen zijn daarvoor noodzakelijk.

Educatie.

De educatieve functie van een museum staat buiten twijfel.

Voor scholen, maar ook anderen, moet voor het vergaren van kennis en inzicht, een bezoek aan het museum een vanzelfsprekendheid worden. Een daarbij passende inrichting, openingsuren, digitale raadpleegmogelijkheden enz. moeten dan ook vanzelfsprekend zijn. Ook hier geldt dat het museum geen passieve houding moet aannemen, maar zich actief moet gaan aanbieden. Een goed uitziende brochure waarin het educatieve aspect van het museum een duidelijk en attractief gezicht krijgt, zal daarvan onderdeel moeten uitmaken.

Samenwerking bedrijfsleven.

De hiervoor genoemde activiteiten van het museum maken het voor het bedrijfsleven aantrekkelijker om in bepaalde projecten te participeren en te ondersteunen. Medewerking van het bedrijfsleven moet gebaseerd zijn op partnership of in gewoon Nederlands "beide partijen moeten het gevoel hebben er beter van worden". Als ons museum volop in de publieke belangstelling staat is mogelijk zelfs een hoofdsponsor aan te trekken.

Geen instelling of bedrijf kan zonder publiciteit.

Aan dit onderwerp zal op korte termijn aandacht worden besteed. Voor ons museum zijn er mogelijkheden genoeg zoals regelmatige persberichten, een digitale nieuwsbrief, arrangementen, rechtstreeks benaderen van verenigingen enz. Kortom het is wenselijk dat een marketingplan wordt geschreven en uitgevoerd.

Een consequent gebruik van de nieuwe huisstijl is dan een must.

2.5. Samenwerking

Bij het hoofdstuk missie hebben wij al aangegeven dat ons museum, meer dan tot nu toe gebeurt, moet samenwerken met anderen. Een modern museum, dat wij graag willen zijn, is geen eiland met een incidentele bootverbinding met de omringende maatschappij. Het museum hoort onderdeel van die samenleving te zijn en dus samenwerken. Wij hebben hieraan in hoofdstuk 2.4 al aandacht besteed.

Als wij uitsluitend kijken naar de functie als museum, dan moeten wij constateren dat er van samenwerking met andere musea nog nauwelijks sprake is.

Het zal voor een ieder duidelijk zijn, dat samenwerking met andere musea, de rol van ons museum alleen maar kan versterken. Wij denken dan niet alleen aan samenwerking op het gebied van promotie en gezamenlijke acties, maar ook op bestuurlijk terrein.

Vanzelfsprekend

is ook uitwisseling van kennis en ervaring op de werkvloer van belang bijv. bij de voorbereiding en opzet van gezamenlijke projecten.

Het bestuur zal daarom de komende jaren gaan werken aan intensievere contacten binnen onze regio. Wij denken daarbij aan It Damshûs te Nij Beets, het Nationaal vlechtmuseum Noordwolde, het museum Dr8888 te Drachten en Museum Willem van Haren te Heerenveen.

3. Sterkte- en zwakteanalyse van het museum

Het is voor een bedrijf, maar dat geldt ook voor een museum, altijd zinvol om de sterke en zwakke kanten in beeld te brengen en zich ook te realiseren waar kansen liggen en waar bedreigingen.

Als dit beeld duidelijk is, dan is het voor de verdere bedrijfsvoering een belangrijk gegeven.

Wij menen binnen het kader van deze nota met een puntsgewijze opsomming van onze sterke en zwakke kanten, bedreigingen en kansen te kunnen volstaan. Ondanks de summier omschrijving zal voor een ieder duidelijk zijn wat de consequenties en gevolgen van de opgesomde punten zijn.

Sterke punten.

- Het museum vertelt unieke verhalen over de tegenstellingen tussen arm en rijk, die een belangrijke rol hebben gespeeld in de sociale ontwikkeling van Opsterland. De joodse gemeenschap en de oorlogsgeschiedenis van Gorredijk belicht. Ook aan de archeologische en landschappelijke geschiedenis van Opsterland wordt binnen het museum aandacht gegeven, met als pronkstuk de in 1937 blootgelegde vuistbijl.
- Het museum is gehuisvest in een prachtig rijksmonument, dat voldoende mogelijkheden biedt voor een goede exploitatie
- Het museum kan rekenen op flexibele en gemotiveerde medewerkers/vrijwilligers
- De erkenning door en subsidie van de gemeente
- Het museum ligt in een toeristisch aantrekkelijke gebied
- Het museum heeft recent een succesvolle herinrichting ondergaan.

Zwakke punten.

- De personele bezetting is krap en kwetsbaar
- De financiële situatie baart voortdurend zorg
- Sommige delen van het museum zouden beter toegankelijk moeten worden gemaakt
- Een betere beschrijving van de werkprocessen is noodzakelijk, zeker voor een organisatie waar veel vrijwilligers werkzaam zijn
- Het museum kent zijn bezoekers niet goed (samenstelling, motivatie en tevredenheid)
- Routing naar het museum kan beter
- Het draagvlak binnen de gemeente kan beter.

Kansen.

- Het groeiende aantal senioren
- Veel mensen die op zoek zijn naar authenticiteit, beleving en persoonlijke verhalen
- Duurzaamheid is een belangrijke trend

- Digitale en sociale media bieden volop mogelijkheden
- Het nog meer op de kaart zetten van dit deel van Friesland

Bedreigingen.

- De toenemende druk op de gemeentelijke financiën
- Fondsen en sponsors hebben minder geld beschikbaar
- Vergrijzing van de vrijwilligers
- Concurrentie op de vrijetijdsmarkt
- Afhankelijkheid van weersomstandigheden (toerisme)
- Toenemende verwachting bij het publiek, die geen relatie heeft met de krappe personele bezetting

Zonder dat wij op basis van deze opsomming een eindoordeel willen vellen kunnen wij constateren, dat aan de meeste van de zwakke punten de nodige aandacht kan worden besteed en dat die daardoor zeker zullen verbeteren.

De financiële kant van de zaak zal echter zorgen blijven baren.

In het volgende hoofdstuk “Doelstellingen” zult u veel van de hierboven genoemde onderwerpen weer voorbij zien komen.

4. Doelstellingen

Het schrijven van een beleidsplan is een bestuurlijke taak.

Iedere instelling en organisatie heeft een dergelijke plan. Lang niet altijd heeft dit plan de inhoud en pretentie, die het eigenlijk zou moeten hebben.

Een plan moet geen plan zijn dat in de kast verdwijnt en dat na 4 jaar met mooie woorden en voornemens weer eens wordt opgepoetst.

Daarom willen wij in dit hoofdstuk ook zo concreet en realistisch mogelijk proberen aan te geven, wat de doelstellingen en voornemens van ons bestuur zijn voor de komende jaren.

4.1 Het bestuur.

Het bestuur van onze stichting bestaat uit 7 personen.

Het bestuur heeft naast allerlei andere bestuurlijke aspecten als één van de belangrijkste taken om de koers van het museum te bepalen en daarvoor de faciliteiten te scheppen.

Inhoudelijke (museale) kennis is daarbij niet direct noodzakelijk, de aandacht van het bestuur zal primair gericht zijn op het draaiende houden van het museum, zowel in zakelijk als financieel opzicht.

De activiteiten van het museum vragen natuurlijk ook inhoudelijke kennis, welke niet primair bij het bestuur aanwezig is. Daarom wil het bestuur, dat uiteraard altijd al kan terugvallen op de inhoudelijke kennis van de coördinator, zich in de toekomst graag laten bijstaan door een adviesraad, die uit maximaal 3 personen bestaat. Als belangrijkste taak van de adviesraad wordt gezien het adviseren van bestuur en coördinator over allerlei museumtechnische onderwerpen en zal ook de functie van klankbord moeten vervullen.

De adviesraad kan daarnaast, als aandacht wordt besteed aan de samenstelling, een belangrijke rol spelen bij het bevorderen van relaties met bedrijven en andere musea.

Naast de adviesraad kan in incidentele gevallen een beroep worden gedaan op derden. In hoofdstuk 2.4 is al gewezen op de inschakeling van studenten, die een project/ vraagstuk, wel of niet als examenopdracht, zouden kunnen oppakken.

4.2 De collectie en het collectieplan.

Een hoogwaardige collectie is van levensbelang voor het museum. Onze collectie zal zich, om ons museum bestaansrecht te kunnen permitteren, moeten onderscheiden van collega

musea. Dat unieke is en zal moeten worden gerealiseerd met als basis de bijzondere identiteit van het gebied, de gemeente Opsterland. Voor het hebben, uitbreiden en beheren van een hoogwaardige collectie is een collectieplan noodzakelijk. Het museum heeft zo'n plan, maar dit plan is gedateerd. Zoals een actueel beleidsplan een goed meerjaren instrument is voor het bestuur, is een collectieplan dat voor alle betrokkenen, bestuur en medewerkers van het museum. Het herschrijven van het collectieplan, daarbij rekening houdend, met de uitgangspunten geformuleerd in dit beleidsplan, zal zo snel mogelijk ter hand moeten worden genomen.

Wat is een collectieplan?

Een collectieplan is een document waarin de samenstelling en betekenis van de collectie, het collectiebeleid en de geplande activiteiten van een museum of andere collectiebeherende instelling beschreven zijn. Het is een uitwerking van het algemene beleidsplan. Onderwerpen die in het collectieplan aan de orde komen zijn bijvoorbeeld verzamelen en afstoten, behoud, registratie en gebruik.

Het collectieplan

- geeft de medewerkers van het museum en alle andere betrokkenen inzicht in de collectie, de plannen van het museum en hoe deze gerealiseerd worden
- helpt bij de positionering van het museum
- kan een hulpmiddel zijn bij subsidieaanvragen en bruikleenaanvragen, en bij de benadering van toekomstige erflaters, schenkers en financiers.

In het kader van dit beleidsplan past het niet om verder op het collectieplan in te gaan.

Duidelijk is wel dat een in te stellen adviesraad een rol kan spelen bij de totstandkoming van dit plan.

4.3 Programmering, planning en marketing.

Een tentoonstelling of andere museumactiviteit heeft als primaire functie om de bezoekers iets te laten zien of meer inzicht te geven of nauwer te betrekken bij bepaalde onderwerpen. In het kader van de subsidieverordening van de gemeente Opsterland moet het museum per jaar 4 tentoonstellingen organiseren.

Het ligt dan voor de hand, dat in tentoonstellingen, lezingen enz. die zaken aan de orde komen, waarin het museum zich onderscheidt van andere musea.

Ook moet in dit verband worden gedacht aan het opzetten van een bredere tentoonstelling in samenwerking met andere musea in onze omgeving.

Op basis van de ligging en de historie van onze gemeente zouden vaste thematentoonstellingen kunnen worden ingericht op het gebied van de veroving, de ontginning van de vele heidegronden, de opkomst van het socialisme, het thema rijk en arm, de Joodse gemeenschap in Gorredijk enz. Gekoppeld aan deze tentoonstellingen kunnen er lezingen worden gehouden en bijv. een bezoek worden gebracht aan de Joodse begraafplaats.

Het museum wil ook graag meewerken aan grotere tentoonstellingen "buitenshuis" in samenwerking met collega musea of instellingen binnen of buiten de regio. De mogelijkheid om gezamenlijk een kwaliteitstentoonstelling neer te zetten schept ook de mogelijkheid om een groter draagvlak te creëren voor sponsoring en financiering.

Meer dan tot nu toe het geval is zal er ook op dit gebied sprake moeten zijn van een meerjarenplanning.

Er kan dan gedurende langere tijd naar een tentoonstelling worden toegewerkt en er kan tijdig worden geïnventariseerd over welke tentoon te stellen items men wil en kan beschikken. Het ontwikkelen van een bijbehorend educatief programma en verdere informatie vraagt doorgaans ook veel tijd. Ook kan dan de nodige aandacht worden besteed

aan een specifiek marketingplan.

Eventuele sponsors kunnen dan ook tijdig bij het project worden betrokken. Goed geplande activiteiten maken het ook voor het bedrijfsleven aantrekkelijker om in bepaalde projecten te participeren dan wel deze te ondersteunen. Medewerking van het bedrijfsleven moet gebaseerd zijn op partnership of in gewoon Nederlands "beide partijen moeten het gevoel hebben er beter van worden". Als ons museum volop in de publieke belangstelling staat is mogelijk zelfs een hoofdsponsor aan te trekken.

Ook onderwijsinstellingen worden graag vroegtijdig van dergelijke mogelijkheden in kennis gesteld.

Bij de marketing moet vooral aandacht zijn voor de toeristische functie van de gemeente. Zomermaanden mogen dan niet de expositiemaanden bij uitstek zijn, maar bij slecht weer is een mooie tentoonstelling, interessant voor ouders en kinderen, een goede trekpleister. Folders bij VVV's, campings enz. moet een vanzelfsprekendheid zijn.

Voor het museum is ook belangrijk de steeds groeiende groep van 50 plussers. Verenigingen en instellingen, waarbinnen deze groep actief is, moeten worden benaderd om te wijzen op de mogelijkheden van het museum en om na te gaan of er vormen van samenwerking mogelijk zijn.

4.4. Communicatie

Dat een goede communicatie zowel naar binnen als naar buiten van levensbelang is voor een organisatie - en dus ons museum- behoeft geen betoog.

Aan externe communicatie zal op korte termijn aandacht worden besteed. Voor ons museum zijn er mogelijkheden genoeg, zoals regelmatige persberichten, een digitale nieuwsbrief, arrangementen, rechtstreeks benaderen van verenigingen enz. Kortom het is wenselijk dat een marketingplan wordt geschreven en uitgevoerd.

Onderwerp van aandacht zal ook de website van het museum zijn.

Een statische website voldoet binnenkort niet meer aan de verwachtingen van de bezoekers. Ook in technisch opzicht en qua opmaak is een kwaliteitsslag noodzakelijk.

Een verfrissende blik op de collectie, bij voorbeeld door middel van filmpjes en het tonen van oude filmfragmenten, zal de website aantrekkelijker maken. Een website kan tevens worden gebruikt om het publiek actief te betrekken bij vragen over de collectie. De website moet de mogelijkheid bieden om de kennis, welke vaak nog verborgen ligt bij inwoners, oud-inwoners van Opsterland of kenners van de geschiedenis van Opsterland via de website in te brengen. De website biedt ook mogelijkheden bieden om projecten op scholen te begeleiden.

In het verlengde van het beter gebruiken van de website ligt natuurlijk het gebruik van de sociale media. Het regelmatig "posten" van berichten vergroot de naamsbekendheid; op den duur kunnen berichten dan een groot verspreidingsgebied krijgen.

De nieuwe **huisstijl**, welke gelanceerd is in 2011, behoeft een consequente doorvoering.

De interne communicatie is van minstens zo groot belang als de externe.

Vooraf in een organisatie, die bestaat uit een op parttime basis werkende coördinator en dito vrijwilligers, is goede informatie een must. Naast dat de werkprocessen goed beschreven zijn moeten alle vrijwilligers op de hoogte zijn met het dagelijkse reilen en zeilen, mogelijke toekomstige ontwikkelingen, stand van zaken van projecten, nieuwe afspraken enz.

Omdat werkoverleg en het elkaar op vaste momenten informeren praktisch is uitgesloten dient er een goed systeem van interne informatie worden opgezet.

De moderne media bieden daarvoor goede en goedkope mogelijkheden. Een goed geïnformeerd vrijwilliger voelt zich bij de zaak betrokken.

4.5. Cultuur en sfeer.

Het museum zal gastvrijheid moeten ademen.

Alle medewerkers zullen zich ervan bewust moeten zijn, dat zij het zijn, die er voor moeten zorgen, dat de bezoekers zich op hun gemak voelen. Door extra zorg te besteden aan de interne communicatie zullen de vrijwilligers zich meer bij de organisatie betrokken voelen; het moet hun museum worden.

4.6. De organisatie en het personeelsbeleid.

Met uitzondering van de coördinator zijn alle medewerkers van het museum vrijwilligers. De coördinator is in dienst voor 20 uur per week. Het aantal vrijwilligers bedraagt rond de 45. Het organisatieschema vindt u hieronder.

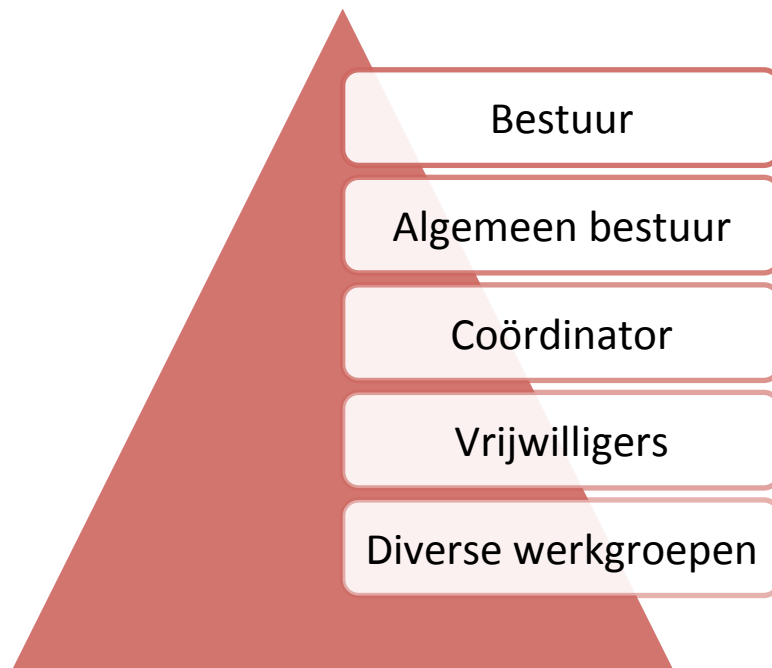
Er is een duidelijker structuur te maken door per "cluster" een verantwoordelijke aan te wijzen, hoewel bedacht moet worden dat zulks in een vrijwilligersorganisatie niet altijd gerealiseerd kan worden.

De taak van de coördinator moet dus niet worden onderschat; enerzijds is hij/zij voor een belangrijk deel verantwoordelijk voor het op peil houden van de culturele en educatieve taak van het museum en voor het dagelijks "reilen en zeilen", waaronder de aansturing van de vrijwilligers.

Een combinatie van taken, die vanwege de verscheidenheid al lastig is en de parttime functie maakt dit zeker niet eenvoudig.

Het bestuur is daarom voorstander dat zoveel mogelijk begeleidingsaspecten met betrekking tot de vrijwilligers in de toekomst worden gedaan door een vrijwilligerscoördinator, uiteraard met de coördinator/beheerder als eindverantwoordelijke.

Het organisatieschema en het aantal vrijwilligers maakt duidelijk, dat het museum zonder vrijwilligers niet kan bestaan.



De verschillende werkgroepen zijn:

- Onderhoud
- Balie
- Administratie
- Educatie
- Rondleidingen

- Tentoonstellingen
- Textiel
- Archief

Aan deze vrijwilligers moet dan ook de nodige aandacht worden besteed. Zij moeten in staat worden gesteld hun taak naar behoren uit te voeren door te zorgen voor een goede inwerktijd. Net als in een professionele organisatie moeten ook vrijwilligers met zorg worden toegelaten, daarnaast moet een vrijwilliger worden betrokken bij de dagelijkse gang van zaken.

Een aantal zaken die in dit kader de aandacht moeten krijgen zijn:

- een selectiegesprek
- het invoeren van een vrijwilligerscontract met rechten en verplichtingen
- het volgen van in- of externe opleidingen
- het invoeren van een periodiek overleg
- het verzenden van een nieuwsbrief aan de personeelsleden met bv. bestuursbesluiten die van belang zijn
- tenminste eens per jaar een vrijwilligersavond of- dag organiseren

Eerder in deze nota wezen wij al op het belang van de inschakeling van studenten en van mensen, voor wie de weg naar de arbeidsmarkt (tijdelijk) moeilijk is.

4.7. Accommodatie

Dat het bestuur zeer is ingenomen met het gebouw waarin het museum is gevestigd blijkt alleen al uit het feit dat wij daarmee de tekst van dit beleidsprogramma zijn gestart. Toch blijft er een nadrukkelijke wens over.

Het museum is momenteel namelijk niet overal toegankelijk voor mensen die slecht ter been zijn in verband met het ontbreken van een lift. Het museum zal zich dan ook inzetten om dit in samenwerking met de eigenaar van het gebouw, de gemeente Opsterland, te realiseren.

Het bestuur zal zich de komende maanden gaan beraden over de vraag: hoe verder met het schilderijendepot? De aanwezigheid van een dergelijk depot vereist dat het museum kan voldoen aan de hoge eisen op dit gebied en dan rijst de vraag kunnen we dit waarmaken?

Los van de accommodatie zullen wij er ook voor moeten zorgen dat de bewegwijzering naar het museum goed wordt. Fysieke aanduidingen zijn dan nodig, maar ook moet worden beoordeeld hoe zinvol het is om gebruik te maken van digitale mogelijkheden, zoals bijv. routeplanners.

4.8. Museumcafé en - winkel

Het blijkt dat het museumcafé in een behoefte voorziet. Het past in de gewenste gastvrijheid en is bovendien, zij het bescheiden, een inkomstenbron voor het museum. Het bestuur wil dan ook nagaan of een uitbreiding bijv. door het aanbieden van streekeigen producten, haalbaar is.

In hetzelfde kader past ook een museumwinkel; een vrijwel in alle musea voorkomende voorziening. Naast kwaliteitsproducten, die zijn afgeleid van de collectie van het museum, zal ook het kopen van “hebbedingetjes” tot de mogelijkheden moeten behoren. De museumwinkel zal ook inkomsten genereren.

Het bestuur realiseert zich wel, dat uitbreiding van deze activiteiten ook uitbreiding van het aantal vrijwilligers betekent. Overigens liggen hier goede mogelijkheden voor zogenaamde re-integreerders in het arbeidsproces.

5. Financiën.

Het is niet toevallig dat het hoofdstuk "Financiën" bijna aan het einde van dit meerjarenbeleidsplan staat.

Niet omdat de financiën geen rol zouden spelen, integendeel. Maar wel omdat het bestuur als eerste in beeld wil brengen op welke wijze het museum optimaal zou kunnen functioneren. De financiële polsstok zal dan mede de prioriteit van de verschillende wensen en verlangens bepalen.

Om na deze constatering maar meteen met de deur in huis te vallen, de mogelijkheden op dit terrein zijn bepaald niet rooskleurig, de inkomsten in 2013 bestonden voor ongeveer 90 % uit gemeentelijke subsidie.

Willen wij als stichtingsbestuur de ambities uit dit beleidsprogramma waarmaken, dan zullen wij meer eigen middelen moeten genereren.

De vrienden van het museum Opsterlân.

De vereniging "Vrienden van het museum Opsterlân" vervullen een belangrijke rol in de continuïteit van het museum. Via een jaarlijkse gift leveren zij een bijdrage tot een sluitende exploitatie of maken op andere manieren de aanschaf van noodzakelijke attributen mogelijk.

1. Het aantal vrienden bedraagt momenteel 290; een verhoging van dit aantal behoort tot de mogelijkheden. Het bestuur zal daartoe in samenwerking met het bestuur van de vereniging een gericht beleid voeren. Een suggestie die zal worden gedaan is om de jaarlijkse bijdrage niet op een vast bedrag van € 12,50 te bepalen, maar dat al minimum bedrag te hanteren.
2. Er kan gebruik worden gemaakt van bepaalde websites, zoals b.v. Geef Gratis. Het wordt schenkers gemakkelijk gemaakt om geld te doneren
3. De website van het museum zal aandacht moeten besteden aan het (nieuwe) schenkingsrecht.
4. Voor het werven van vrienden is publiciteit belangrijk. Wij kunnen daar zelf voor zorgen door het uitgeven van persberichten, wanneer daartoe aanleiding is. De Woudlandpers te Drachten, die eerder een speciale krant voor het museum heeft uitgegeven en verspreid, is bereid daaraan weer mee te werken.
5. Gezorgd moet worden dat Museum Opsterlân geen Gorredijks museum is, maar een museum voor de hele gemeente en de provincie. Binnengemeentelijke maar ook regionale publiciteit ligt dan ook voor de hand.

Sponsoring.

Dit onderdeel vraagt speciale aandacht. Het bestuur zal moeten proberen om een vrijwilliger aan te trekken, die zich met deze zaken wil bezighouden en die in staat is om de "win-win situatie" goed in beeld te brengen.

Fondsen

Museum Opsterlân zal in de nabije toekomst voor het realiseren van zijn ambities dus op zoek gaan naar private partijen om de exploitatie te kunnen verruimen. Dat dit tot de mogelijkheden hoort bewijst de Van Teyenszaal, gesponsord door de Van Teyens Fundatie. De P.W.Jansen's Friesche Stichting sponsort jaarlijks het museum. Deze namen zullen zichtbaar worden in het museum.

Naast de hiervoor genoemde instellingen zijn er landelijk verschillende fondsen, die werkzaam zijn op ons terrein. Veelal is het geld afkomstig van deze fondsen "geormerkt". Bijdragen ter verbetering van de exploitatie kunnen dan ook niet worden verwacht; goed

gedocumenteerde en verzorgde aanvragen zullen altijd gekoppeld moeten zijn aan een speciaal project.

Besparing op uitgaven.

Een besparing op de uitgaven kan tot een verbetering van de financiële situatie leiden. De uitgaven het museum zijn inmiddels dermate frequent en consequent tegen het licht gehouden dat daarvan geen resultaat kan worden verwacht.

6. Beleidsvoornemens.

Onderstaand vindt u alle beleidsvoornemens op een rij met verwijzing naar de desbetreffende bladzijde.

onderwerp	Blz.
1. Vergroten bekendheid	5
2. Het museum wil als kenniscentrum fungeren	5
3. Stage/studiemogelijkheden bieden aan studenten	6
4. Kansen scheppen voor hen die weinig kans hebben op de arbeidsmarkt	6
5. Educatieve folder	6
6. Samenwerking met andere musea	6
7. Herschrijven/actualiseren van het collectieplan, waarin ook aandacht wordt besteed aan het schilderijendepot	8
8. Meerjarenplanning van tentoonstellingen en andere activiteiten	9
9. Toeristische functie beter benadrukken	10
10. Verbeteren, actualiseren website	10
11. Gebruik sociale media	10
12. Aantrekken vrijwilligerscoördinator	11
13. Vrijwilligersbeleid	12
14. Verbeteren toegankelijkheid museum	12
15. Bewegwijzering naar museum	12
16. Museumwinkel uitbreiden	12
17. Bevorderen toename aantal vrienden	13
18. Aandacht voor giften en schenkingen op website	13
19. Zoeken naar partijen, die financiën "lucht" kunnen geven.	14