

Vijfjarenplan

2017-2022

Museum Het Palthehuis





Inhoudsopgave

1. Inleiding
2. Achtergrond
3. Missie en doelstelling
4. Strategische keuzes
5. Organisatie
6. Doelgroepen
7. Producten en activiteiten
8. Communicatie en marketing
9. Subsidie, sponsoring en andere inkomstenmogelijkheden
10. Exploitatiebegroting

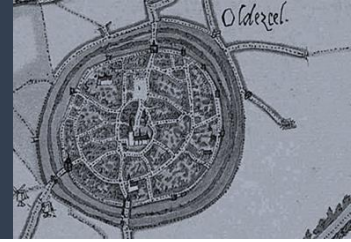


1. Inleiding

Het Palthehuis staat aan de vooravond van een periode vol veranderingen. Zoals veel kleinere musea in Nederland merkt het bestuur dat het museumlandschap veranderd is. Er is meer concurrentie, onderling en met de vrijetijdssector, het publiek is kritischer geworden en de financiële ruimte kleiner. De inrichting van het museum is al lange tijd onveranderd en voldoet niet meer aan de wensen van de huidige museumbezoeker. Daarnaast wil het bestuur naast de persoonlijke geschiedenis van het pand en haar bewoners ook meer aandacht schenken aan de historie van de stad Oldenzaal. Tijd dus voor een nieuwe inhoudelijke opzet en een herinrichting van het huidige pand.

Naast het vinden van een nieuwe inhoudelijke opzet voor het museum en de uitwerking daarvan in een fysieke herinrichting zal het Palthehuis ook een ander beleid moeten gaan voeren om het museum toekomstbestendig te maken. Naast het beheer en behoud van de collectie zal de nadruk meer moeten gaan liggen op samenwerking met andere musea en cultuurinstellingen (ook over de grens), organisatie van randactiviteiten, ontwikkeling van educatieve activiteiten en een hedendaags PR beleid. Het vernieuwde museum zal opnieuw in de markt moeten worden gezet en nieuwe activiteiten moeten ontplooiën om het museumpubliek aan te trekken en aan zich te binden. Daarnaast zal er ook gekeken moeten worden naar het aanboren van nieuwe geldstromen en bronnen van inkomsten om het museum financieel toekomstbestendig te maken.

De ontwikkeling van het Palthehuis als organisatie wordt gezien als een proces dat synchroon loopt met de plannen voor de verbouw en herinrichting, waarbij het 'nieuwe museum' in 2018 zijn fysieke vorm moet krijgen. De basis voor het vijfjarenplan is het visiedocument Palthehuis 2016-2020. De uitwerking van de in dit plan benoemde herinrichting en verbouwing vindt plaats in de vorm van een DO en een 'Uitvoeringsplan herinrichting historisch woonhuis'. In het voorliggende stuk wordt een basis gelegd waarop het museum in de komende jaren kan gaan werken aan het opnieuw in de markt zetten van het Palthehuis. In het stuk wordt niet ingegaan op het vrijwilligers-, tentoonstellings- en collectiebeleid. Dit wordt verwoord in een aantal aparte beleidsstukken omdat dit beleid voor een langere periode dan 5 jaar wordt vastgelegd.



2. Achtergrond

Museum het Palthehuis bestaat al 86 jaar, sinds de dood van de laatste Palthe die het huis bewoonde. Het museum bestaat uit het gebouw dat stamt uit de 17e eeuw met een stadstuin en koetshuis, een bijzondere collectie boeken, de inrichting uit de 18e eeuw, een stadscollectie en een aantal aanverwante collecties. Het museum laat de bezoeker een beeld zien van hoe een patriciërs woning aan het einde van de 18e eeuw eruit gezien moet hebben. Het neemt de bezoeker mee in het verhaal van de familie Palthe, de welgestelde familie die later de Palthe Fabriek zou oprichten.

Het museum is uniek in de regio. Er zijn in oost Nederland weinig patriciërs woningen meer te vinden en het Palthehuis is het enige met een uitgebreide inrichting uit deze periode. Hiermee biedt het museum een unieke inkijk in het leven van de welgestelde burgerij in de oostelijke steden in de 18e eeuw. De collectie in het woonhuis bevat vele bijzondere stukken, sommige waarvan er nog maar enkele in Nederland te vinden zijn zoals de klapstoel. In de historische bibliotheek van het museum bevinden zich 3000 oude boeken. Het betreft wetenschappelijke boeken over geschiedenis, recht, medicijnen en theologie. Tevens bezit het museum een verzameling kinderboeken uit de 18de, 19de en 20ste eeuw. Uit onderzoek naar de bibliotheek, dat onlangs gedaan is door onderzoekers van de Koninklijke Bibliotheek, is gebleken dat Het Palthehuis boeken in de bibliotheek heeft staan die uniek zijn in Nederland. De historische collectie bevat onder andere de beroemde stoel van Huttenkloas. Een middeleeuwse dwangstoel, die in 1775 nog tijdens de ter dood veroordeling van de moordenaar Huttenkloas werd gebruikt.

Verbinding met de stad

De huidige vaste presentatie van het museum stamt uit de jaren 60 van de vorige eeuw. Daarnaast heeft het museum een beperkte presentatie over de stad Oldenzaal. Vanuit het bestuur is de wens uitgesproken om meer aandacht te geven aan de stadsgeschiedenis. Dit is niet alleen een bestuurlijke keuze. Het woonhuis en de familiegeschiedenis van de familie Palthe kan niet los worden gezien van de historie van de stad. De historie van de stad is de context waar vanuit het gebouw is ontstaan. Was Oldenzaal een meer onbeduidende plaats geweest zonder politieke, financiële of kerkelijke relevantie dan had het Palthehuis er niet gestaan. Wil je het verhaal van het Palthehuis vertellen dan is het onvermijdelijk om dit te verbinden aan het ontstaan en de ontwikkeling van de stad. Het plaatsen van het Palthehuis in haar historische context en daarmee van het Palthehuis een historisch stadsmuseum te maken biedt zowel het museum als de bezoeker een inhoudelijke meerwaarde. Het geeft het museum de mogelijkheid tot verbreding en daarmee nieuwe mogelijkheden tot samenwerking en uitwisseling met andere musea en cultuurinstellingen. Ook is het mogelijk om de samenwerking te zoeken met andere vestingsteden binnen en buiten Nederland. De bezoeker maakt niet alleen kennis met de unieke geschiedenis van het Palthehuis zelf, maar ook met de rijke historie van Oldenzaal en krijgt daarmee ook een unieke blik in de vaderlandse en Europese geschiedenis. Deze inhoudelijk bredere opzet maakt het Palthehuis interessanter voor een groter publiek.

Verbouwing/herinrichting

De verbouwing en herinrichting van het Palthehuis bestaat uit drie onderdelen. Allereerst wordt het historische woonhuis heringericht op basis van advies van studenten van de Universiteit Nijmegen onder begeleiding van Hoogleraar Johan de Haan. Alle museale elementen worden



verwijderd en de inrichting wordt weer kloppend gemaakt naar 18^{de} -eeuwse maatstaven. Wanneer de huidige inrichting wordt vergeleken met andere interieurs uit deze periode valt op dat deze vrij sober is. De 18^e eeuw kenmerkt zich door veel kleurgebruik met stoffering die daar op aansluit. Spiegels en diverse decoratieve ornamenten zorgen voor een luxueuze uitstraling. Door dit door te voeren in de inrichting van het Palthehuis zal het woonhuis meer sfeer krijgen en zal het historische karakter worden versterkt. De uitwerking van deze herinrichting wordt gedaan aan de hand van het 'Uitvoeringsplan herinrichting historisch woonhuis'. De bovenste etage van het woonhuis krijgt de functie van educatieve ruimte.

Naast herinrichting van het woonhuis zal het achterste gedeelte van het museum, de in de jaren 60 aangebouwde tentoonstellingsruimte, worden omgebouwd tot een vaste presentatie over de stad Oldenzaal. Hierin zal de ontwikkeling van de stad worden beschreven vanaf de prehistorie tot aan de laatste industriële revolutie. Door gebruik te maken van animatie zal historische informatie op een aansprekende manier worden verwerkt in de presentatie. Eenheid, laagdrempelig, kindvriendelijk en beleving zijn de kernwoorden voor deze nieuwe vaste expositie.

Als derde zal er een nieuwe entree worden gebouwd die vanuit de tuin toegang geeft tot het vernieuwde museum. Hierdoor wordt ook het tuinengebied dat in de toekomst verder ontwikkeld zal worden nadrukkelijker bij het museum betrokken. Tussen het woonhuis en het achterste gedeelte van het museum wordt een nieuwe entree gerealiseerd inclusief toiletgroep, balie, garderobe en museumwinkel. Hiermee wordt de oude, ontoegankelijke en onrepresentatieve ingang vervangen. De nieuwe entree wordt parallel gebouwd aan de nieuwe zichtas die loopt van de voorzijde naar de achterzijde van de tuin.

In de nieuwe situatie na de verbouwing beschikt het Palthehuis niet meer over een ruimte voor tijdelijke tentoonstellingen. Realisatie van een dergelijke ruimte is wel noodzakelijk voor het museum om een plek te hebben voor wisselende tentoonstellingen en andere activiteiten zoals deze beschreven staan in dit stuk. Het bouwen van een dergelijke ruimte op het eigen grondgebied of realisatie daarvan in de zeer nabije omgeving blijft voor het Palthehuis een prioriteit.



3. Missie en doelstelling

In het kader van de vernieuwing van het Palthehuis is er een nieuwe missie geformuleerd voor het Palthehuis. Deze missie bestaat met name de kerntaken zoals ieder museum deze heeft:

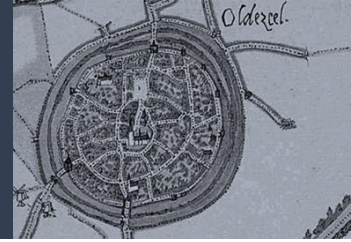
De missie van het Palthehuis is het beheren, presenteren en voorlichting geven over het Palthehuis en de daarbij behorende deelcollecties binnen de cultuurhistorische context van Oldenzaal.

Naast de missie heeft het museum voor de periode 2017-2022 een doelstelling geformuleerd. De doelstelling en de missie vormen samen de kern op basis waarvan invulling wordt gegeven aan dit vijfjarenplan. De doelstelling is als volgt geformuleerd:

Het doel van het Palthehuis is om een museum van regionale betekenis te worden waar informatie, kennis en materiaal over de regio wordt verzameld, onderzocht, beheerd, onderhouden en op laagdrempelige manier wordt gepresenteerd voor diverse doelgroepen, dat daarnaast sterk verankerd is in de Oldenzaalse samenleving en op diverse vlakken samenwerkt met lokale en bovenlokale partners binnen vernieuwende projecten.

Een belangrijk deel van de invulling van bovenstaande doelstelling wordt vorm gegeven in de verbouw en herinrichting van het museum. Zonder een fysiek vernieuwd museum zal het erg lastig zijn om de bovenstaande doelstelling te realiseren. Maar naast het fysieke gedeelte geeft de doelstelling ook handvatten voor hoe je als museum naar buiten wilt treden en welk type activiteiten je aan je wilt binden.

Als stadsmuseum wil het Palthehuis het verhaal vertellen van het gebouw, haar bewoners en de stad Oldenzaal. Het museum moet een plek worden waar bezoekers en bewoners samen komen om de historie te beleven, evenementen te bezoeken, te leren, te vieren en elkaar te ontmoeten. Samenwerking met het (toeristisch) bedrijfsleven, bewoners en sociaal-culturele instellingen zorgt voor een sterke verankering in de stad. Belangrijk hierbij is dat het Palthehuis zich hierbij niet volgend maar leidend opstelt en zelfstandig op zoek gaat naar vernieuwende projecten en ontwikkelingen die ingezet kunnen worden binnen projecten.



4. Strategische keuzes

Strategie draait eigenlijk om de vraag: wat doe je niet? De strategie die je kiest zorgt voor een groter onderscheidend vermogen en een duidelijk profiel. Ben je het museum dat zich sterk maakt voor inhoudelijke en kwalitatieve tentoonstellingen en activiteiten? Of wil het museum zich vooral richten op kinderen? In het geval van het Palthehuis is er gekozen voor een meer maatschappelijk georiënteerde strategie, zoals ook geformuleerd is in de visie.

Het Palthehuis wil niet zomaar een huis zijn maar een thuis voor bewoners, bezoekers, vrijwilligers en de collecties. Een plek waar mensen zich welkom voelen. Een prettige omgeving om te verblijven. Dankzij de centrale ligging in Oldenzaal is het Palthehuis een ideale plek voor inwoners om elkaar te ontmoeten. Er wordt nauw samengewerkt met lokale en regionale partners in diverse activiteiten. Het Palthehuis is een plek waar leven is, waar nieuwe initiatieven de ruimte krijgen en waar ruimte is voor experiment. Slimme samenwerkingen en producten zorgen ervoor dat het museum financieel gezond blijft.

Deze strategie wordt verder uitgewerkt in 6 strategische keuzes.

1. Het museum als spin in het web

Het Palthehuis wil zich sterker verbinden met haar omgeving. Samenwerking in alle vormen en maten is hiervoor essentieel. Het museum kan samenwerking aangaan met een veelheid aan partners uit het bedrijfsleven, toeristisch bedrijfsleven, culturele instellingen en onderwijs. Een samenwerking kan vorm krijgen in een arrangement, een tentoonstelling, concert, advertentie, website, wandeling, evenement, lespakket, publicatie of iets totaal anders. Met name op het vlak van cultuur kan het museum binnen Oldenzaal een centrale rol gaan spelen door nieuwe culturele initiatieven te ontwikkelen en integraal samen te werken met andere culturele instellingen.

Belangrijk is dat het museum open staat voor alle mogelijke samenwerkingen met alle mogelijke partners. Wanneer er een nieuw initiatief in Oldenzaal op komt dat enigszins raakvlakken heeft met het Palthehuis moet men niet om het museum heen kunnen en willen als samenwerkingspartner of als verbindende schakel naar andere partners.

Het gevaar bij een dergelijke strategie is dat samenwerking een doel op zich gaat worden. Dit is iets waar het museum voor moet waken. Gezien de beperkingen ten aanzien van personeel en vrijwilligers kan het museum niet de trekker worden van tientallen samenwerkingsprojecten. Daarom moeten samenwerkingen ook altijd een meerwaarde hebben voor de missie van het museum. Een connectie met het verhaal van Oldenzaal in het heden of het verleden is hiervoor het uitgangspunt. Waar het museum niet als samenwerkingspartner kan fungeren kan het natuurlijk wel een verbindend element zijn in de vorm van de locatie.

2. Het museum als gemeenschapshuis

Het Palthehuis wil een museum zijn dat sterk verankerd is in haar omgeving. Musea hebben niet alleen een functie voor hun bezoekers en in het beheer en behoud van hun collecties, zij vervullen ook een belangrijke sociaal-culturele rol. Naast dat het museum het verhaal van de stad vertelt



moet er ook aandacht zijn voor het behoud van het immaterieel erfgoed zoals lokale gebruiken. Daarnaast moet het museum een plek zijn waar bewoners zich thuis voelen en waar ruimte is voor vergaderingen, lezingen en andere activiteiten. Het Palthehuis wil maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het wil een plek zijn die bijdraagt aan de participatie van inwoners van Oldenzaal door het beschikbaar stellen van werkervaringsplaatsen en ruimte te bieden aan burgerinitiatieven die raken aan de thematiek van het museum. Door te werken met vrijwilligers en de plannen in het kader van de vernieuwing uit te voeren met lokale partijen hoopt het museum dat inwoners uiteindelijk ambassadeurs worden.

Onderdeel van het museum als gemeenschapshuis is ook de rol die het heeft als educatieve instelling. Het museum is de plek waar informatie wordt verzameld en het verhaal van Oldenzaal wordt verteld. Voor leerlingen in het basis- en voortgezet onderwijs is het de beste plek om kennis te maken met deze rijke geschiedenis.

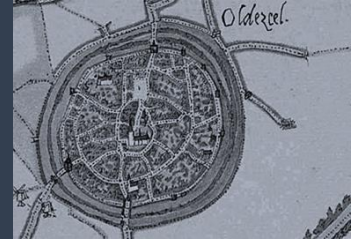
Het museum als gemeenschapshuis komt niet alleen tot uiting binnen de muren van het museum. Bij de herinrichting wordt de tuin opengebroken en aan de openbare ruimte toegevoegd. De tuin wordt daarnaast zo ingericht dat deze geschikt is voor diverse grootschalige en kleinschalige evenementen zoals markten, concerten en andere festiviteiten. Zoals de stad onderdeel wordt van het museum wordt ook het museum onderdeel van de stad. Door de geschiedenis zichtbaar te maken in de stad wordt niet alleen het verhaal van het museum versterkt, maar wordt ook de zichtbaarheid van het museum vergroot. Activiteiten van het museum vinden ook plaats in de stad en dragen zo bij aan de leefbaarheid.

3. Innovatief museumbeloid

Innovatief museumbeloid is sinds een aantal jaar een veel gehoorde term in museumland. Veel musea zetten in op innovatief beleid en innovatieve activiteiten. Innovatie betekent zoveel als 'nieuw'. Bij innovatie gaat het om het ontwikkelen van nieuwe producten, activiteiten of processen. Bijvoorbeeld een bijzonder theaterfestival in de tuin voor gezinnen, een Palthepoppenhuis of een reclame-uiting op een bijzondere locatie. Doel van innovatie is om een betere versie van het huidige aanbod te realiseren. Als museum kan je op vele vlakken innoveren. Door de collectie op een nieuwe manier in te zetten, andere activiteiten te organiseren of nieuwe concepten te lanceren.

Echt onderscheiden op het vlak van innovatie doe je als museum door buiten de comfortzone te stappen. Door samen te werken met partners die op het eerste oog onlogisch zijn, of een activiteit te ontwikkelen die niet lijkt te passen bij een museum kunnen bijzondere dingen ontstaan. Denk hierbij aan een museumdiner met recepten op basis van archeologische rapporten of een 'ghosthunt' in het museum. Ook hier is het weer belangrijk niet door te schieten: Innovatie is een middel, géén doel. Innovatief beleid moet uiteindelijk uitmonden in meer bezoekers, sterkere verankering in de stad, nieuwe inkomstenbronnen of op een andere manier bijdragen aan de missie en de doelstelling.

Het Palthehuis wil dat bezoekers en bewoners van Oldenzaal in aanraking komen met de historie van Oldenzaal. Hoe dat gebeurt is niet altijd belangrijk en dat hoeft zeker niet altijd een museumbezoek te zijn. Soms kan een bijzondere (innovatieve) activiteit of gebeurtenis net



datgene zijn dat de interesse opwekt waardoor de opgedane kennis uiteindelijk zelf veel langer beklijft.

4. Samenwerking met het toeristisch bedrijfsleven

Als 'toeristische attractie' moet het museum de concurrentie aan gaan met een veelheid aan andere dagbestedingsmogelijkheden. Omdat een museum uiteindelijk niet te vergelijken is met een attractiepark zal het zich vooral moeten onderscheiden binnen het museale aanbod. Om zich te onderscheiden ten opzichte van andere musea is het allereerst belangrijk dat het museum zichtbaar en vindbaar is. Daarnaast moeten bijzondere aansprekende producten zorgen voor meer bezoekers. Vanuit het museum wordt samenwerking gezocht met de toeristische ondernemers in de directe omgeving. Dit gebeurt in de vorm van arrangementen en het gezamenlijk ontwikkelen van activiteiten. Het VVV-informatiepunt bevindt zich momenteel in winkelcentrum de Vijfhoek in het pand van Boekwinkel Heinink. Een mooie mogelijkheid zou zijn om het informatiepunt samen te voegen met de nieuwe winkel/entree van het museum. Op deze manier zouden de krachten kunnen worden gebundeld. Toeristen worden ontvangen op een representatieve locatie waar vanuit zij meteen in de geschiedenis van de stad kunnen duiken. Ook de bezetting van de VVV vormt dan geen probleem.

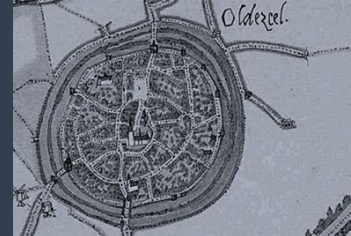
Los daarvan wil het museum intensief gaan samenwerken met de VVV om elkaars activiteiten te versterken. Speciale aandacht wordt daarbij gegeven aan de Duitse markt, bijvoorbeeld door het ontwikkelen van tweetalige producten. Bij de ontwikkeling van de nieuwe vaste presentatie wordt ook direct de Duitse taal geïntegreerd.

5. Duurzaamheid

Duurzaamheid is een thema dat op verschillende niveaus in de organisatie wordt doorgevoerd. Zo wordt bij de herinrichting van het museum aandacht besteed aan de duurzaamheid van de gehele presentatie. De inrichting moet toekomstbestendig zijn en een langere periode (minimaal 15 jaar) mee kunnen. Dit betekent dat er geen gebruik wordt gemaakt van technieken waarvan we weten dat ze tijdig zijn en dat het mogelijk is om op simpele wijze kleine aanpassingen te doen aan de presentatie om hem actueel te houden. Daarnaast is er natuurlijk aandacht voor het gebruik van gerecyclede materialen en materialen met een keurmerk zoals FSC.

Ook voor de nieuwbouw wordt er zo veel mogelijk gekeken naar de richtlijnen voor duurzaam bouwen. Zo wordt er gebruik gemaakt van duurzame materialen die rekening houden met het milieu en de gezondheid van bewoners en gebruikers, is er aandacht voor een gezond binnenmilieu en wordt er gekeken naar de mogelijkheid om te werken met gerecyclede materialen zoals bijvoorbeeld de in de tuin aanwezige gevelstenen.

Duurzaam gebruik maken van het gebouw kan door het intensiever of meervoudig gebruik van gebouwen: overdag wordt het gebouw als museum, 's avonds oefent de muziekvereniging in datzelfde gebouw. Zo is het niet nodig een aparte oefenruimte te bouwen.



6. Onderscheidend vermogen van de locatie beter benutten

Met het kenmerkende gebouw, de tuin en het koetshuis heeft het Palthehuis een bijzondere locatie met veel mogelijkheden. Het museum wil een plek worden die leeft, waar dingen gebeuren en mensen samen komen. De locatie kan ingezet worden voor grote en kleine activiteiten, binnen of buiten. Het Palthehuis kan zich onderscheiden door kleine initiatieven tegen een maatschappelijk tarief een plek te bieden voor activiteiten en vergaderingen.

Financieel gezien kan er ook slim gebruik worden gemaakt van de locatie door deze te verhuren als locatie voor trouwerijen, zakelijke groepen of borrels. De unieke sfeer van de locatie en de mogelijkheid tot het maken van combinaties met museumbezoek (met of zonder rondleiding) onderscheidt het Palthehuis van andere (commerciële) locaties. Bij de herinrichting van het gebouw en de tuin moet er rekening worden gehouden met het aanleggen van de juiste faciliteiten.



5. Organisatie

Zowel bestuurlijk als op de werkvloer zullen er een aantal zaken veranderen om invulling te geven aan de nieuwe missie en doelstelling. De beschikbare personele bezetting moet vrij worden gespeeld om zich meer te kunnen richten op het ontwikkelen van activiteiten, ontwikkelen van producten en opzetten van samenwerkingen. Het museum, de balie en administratie, moeten zelfstandig kunnen functioneren. Het bestuur zal meer verantwoordelijkheid neer moeten leggen bij de uitvoerende personen om hen meer slagkracht te geven.

Bestuur

Het bestuur wil wijzigingen aanbrengen in de aansturing van het museum. In het nieuwe bestuursmodel is gekozen voor een directeur/bestuurder en is het huidige bestuur een bestuur op afstand worden in de vorm van een raad van toezicht. De vertegenwoordigers in de raad van toezicht hebben hun netwerk in de stad en ondersteunen daarmee de directeur. Inhoudelijk kijken ze of er voldoende invulling wordt gegeven aan de opgestelde missie en doelstelling. Daarnaast voeren ze de financiële controle op de begroting. De directeur zorgt voor voldoende verslaglegging richting de raad van toezicht.

Professionele inzet

De nieuwe directeur van het museum zal veel meer een verbinder zijn die actief contacten legt met mogelijke samenwerkingspartners en nieuwe projecten initieert. Algemeen is de directeur verantwoordelijk voor het inhoudelijk en financieel beleid van het museum op basis van de visie en het vijfjarenplan. Daarnaast zorgt de directeur voor de aansturing van vrijwilligers, externe inhuur en werkervaringsplaatsen. Om een goede basis te garanderen zou het de voorkeur hebben om de mogelijkheid te onderzoeken voor het realiseren van structurele professionele ondersteuning op het vlak van administratie en PR.

Vrijwilligers

Geen enkel museum kan zonder vrijwilligers. Verschillende taken kunnen goed door vrijwilligers worden uitgevoerd zoals de registratie van de collectie, rondleiden van bezoekers, ontvangen van schoolklassen en werkzaamheden voor de balie en winkel. Voorafgaand aan de heropening moet een nieuw vrijwilligersbeleid worden geformuleerd inclusief heldere taakomschrijving. Formalisering daarvan gebeurt in de vorm van een vrijwilligerscontract.

Externe inhuur

Als kleine organisatie heb je niet alle kennis in huis voor het ontwikkelen van PR materiaal, educatiemateriaal of tentoonstellingen. Voor bepaalde taken waarvoor specifieke kennis nodig is moet externe inhuur worden ingezet. Om te zorgen voor een professionele uitstraling en producten van goed niveau is het nodig hiervoor professionals in te zetten. Het gaat hierbij om bijvoorbeeld grafische vormgeving, tentoonstellingsvormgeving

Werkervaringsplekken

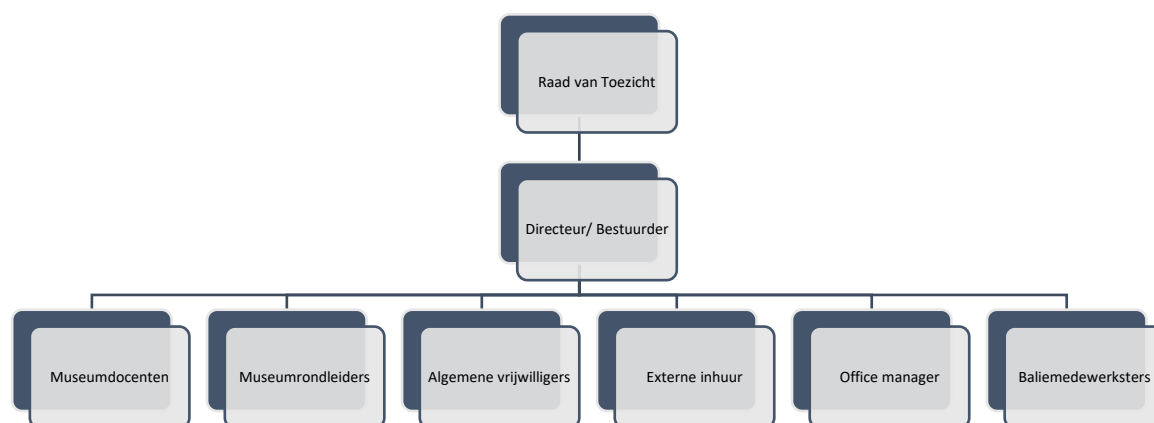
Een toegankelijk museum is 5 á 6 dagen per week open van 10.00 tot 17.00 uur. Hierbij moet er geen drempel zijn om het museum te bezoeken, maar bezoekers moeten zich welkom voelen en

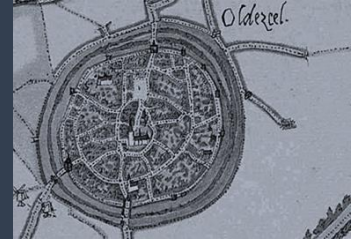
Vijfjarenplan Museum Het Palthehuis



op professionele wijze worden ontvangen. Ook telefonisch moet het museum goed bereikbaar zijn. Dit vergt meer personele inzet ten aanzien van de balie en de administratie van het museum. Een mogelijke oplossing hiervoor zonder dat er een aanzienlijke verhoging van de structurele subsidie nodig is, is het werken met werkervaringsplekken voor mensen in een participatie of re-integratietraject via de gemeente Oldenzaal. Als proef is er in 2016 gestart met een officemanager binnen deze constructie,

Het organogram van het Palthehuis komt er als volgt uit te zien:





6. Doelgroepen

Niet alleen potentiële museumbezoekers vallen onder de doelgroepen van het Palthehuis. Ook een ander museum of een lokale ondernemersclub kan een doelgroep voor het museum zijn. Op welke doelgroepen het Palthehuis zich richt is afhankelijk van vanuit welke functie het museum communiceert. De volgende functies van het Palthehuis kunnen worden onderscheiden:

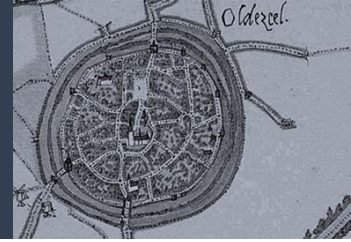
- *Het museum als dagattractie*
- *Het museum als gemeenschapshuis*
- *Het museum als plek voor conservering en onderzoek*
- *Het museum als plek om te leren*
- *Het museum als zakelijke ontmoetingsplek*

Het is niet altijd mogelijk om iemand direct aan te spreken als onderdeel van een doelgroep. Daarnaast kan een persoon de ene keer tot de groep gezinnen behoren en de andere keer een vertegenwoordiger van een zakelijk contact zijn. Het is daarom belangrijk dat de informatie die wordt gecommuniceerd altijd volledig en begrijpelijk is. Daarnaast is de ervaring die men met het museum heeft belangrijk. Iedere gast of bezoeker moet daarom altijd zo goed mogelijk geholpen worden en gastvrij ontvangen worden. Uiteindelijk is een positieve ervaring de beste reclame die je als museum kunt krijgen. Om zoveel mogelijk aan de wensen van de verschillende doelgroepen te kunnen voldoen worden alle mogelijke praktische aspecten die daarvoor van belang zijn meegenomen in de nieuwe inrichting.

Het museum als dagattractie

Het museum als dagattractie is één van de meest primaire functies van het museum. Het museum is namelijk in de eerste plaats een museum. De meeste directe communicatie die het museum gaat ontwikkelen (website, folder, persberichten) zal gericht zijn op het genereren van bezoekers voor het museum, een tijdelijke tentoonstelling of voor één de publieksactiviteiten. Binnen deze functie kunnen de volgende doelgroepen worden onderscheiden:

- *Gezinnen met jonge kinderen*
Dit is de typische vakantieganger die naar Twente komt. Voor deze doelgroep is het belangrijk dat er iets te doen is voor kinderen. Vooral doe-activiteiten zijn hierbij van belang. De kinderroute (Het geheim van het Palthehuis) door het museum en andere producten als een kinderfietstocht spreken deze doelgroep erg aan. Om deze doelgroep te benaderen is het van belang dat er een goede website is, een goede folderdistributie bij vakantieverblijven en dat het museum goed bekend is bij de VVV. Waar het gaat om het gebouw is toegankelijkheid voor wandelwagens en kindvriendelijkheid erg belangrijk.
- *Tweeverdieners*
Deze doelgroep heeft een druk bestaan en gaat spaarzaam met de tijd om. Als ze tijd heeft willen ze vooralitrusten, culinair genieten, culturele activiteiten ondernemen, wandelen en fietsen. En dat allemaal in een rustieke omgeving met bijbehorende accommodatie. Voor deze doelgroep is een op maat gemaakt arrangement in samenwerking met het toeristische bedrijfsleven een goede mogelijkheid. Om deze doelgroep te benaderen kan



gedacht worden aan advertenties of lezersacties in lifestyle magazines. Veel hotels richten zich op deze doelgroep, samen met hen kan een mooi arrangement worden samengesteld.

- *Senioren*

Deze doelgroep heeft de tijd en gaat regelmatig ergens naar toe. Deze doelgroep is breed geïnteresseerd en maakt graag een combinatie met fietsen en wandelen. Ze zoeken zelf hun informatie via internet of bij de VVV. Ook hier geldt dat mee moet worden gelift op de arrangementen die door hotels en bungalowparken worden gemaakt.

- *Groepsmarkt*

Organisaties als 'Vrouwen van Nu' zijn erg actief in het zoeken naar nieuwe uitjes. Maar ook voor familiefeesten kan een museum een prima locatie zijn. De groepsmarkt is een lastige markt om te benaderen. Direct contact met touringcarbedrijven kan soms een mooi aantal groepen opleveren.

Het museum als gemeenschapshuis

Als gemeenschapshuis richt het museum zich op de gemeenschap van Oldenzaal om samen met en voor hen activiteiten te ontwikkelen en een plek te zijn waar men samen kan komen. In deze functie heeft het Palthehuis vaak ook een faciliterende functie in de vorm van het beschikbaar stellen van ruimte. De gemeenschap is een breed begrip bestaande uit bewoners, bedrijven en instellingen die zich in de stad gevestigd hebben. Bewoners zullen soms individueel benaderd worden waar het gaat om een specifieke activiteit, maar in de meeste gevallen zal een bewoner benaderd worden omdat deze een onderdeel is van een (buurt)vereniging of een andere lokale culturele of maatschappelijke club. Contact met bewoners, bedrijven en instellingen gebeurt met name één op één. Daarnaast zal mond-op-mond reclame een belangrijke rol hebben bij het aanspreken van deze doelgroepen.

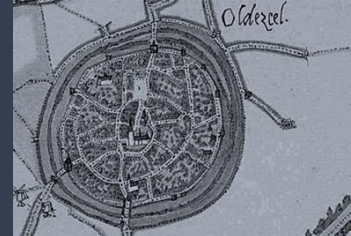
Het museum als plek voor conservering en onderzoek

In de functie van collectiebeheerder is heeft het museum de verantwoordelijkheid om de bestaande collectie te conserveren. Daarnaast wil het museum informatie die een relatie heeft met Oldenzaal en de collectie verzamelen en waar dat nodig is onderzoek verrichten om invulling te geven aan bestaande witte vlekken. Goed contact met andere musea, archieven, archeologen en historische verenigingen is belangrijk. Het onderhouden van een netwerk met dergelijke instellingen biedt mogelijkheden voor het uitwisselen van kennis, materiaal, het organiseren van tentoonstellingen en het doen van wetenschappelijk onderzoek. Daarnaast biedt het mogelijkheden voor bijzondere (innovatieve) projecten waarbij collecties de basis vormen waarmee het Palthehuis nieuwe bezoekers kan aantrekken.

Het museum als plek om te leren

Momenteel bezoeken al veel leerlingen uit het basis- en voortgezet onderwijs het Palthehuis in het kader van diverse projecten. Vanuit de maatschappelijke functie van het museum blijven deze jonge bezoekers een belangrijke doelgroep. Waar het gaat om communicatie moet deze vooral gericht zijn op de schoolbesturen en docenten. Deze bepalen het programma van de leerlingen en zijn op de hoogte van het beschikbare budget. Doordat het Palthehuis in de toekomst meer een stadsmuseum zal zijn is het een prachtige plek voor leerlingen om kennis te maken met de

Vijfjarenplan Museum Het Palthehuis



geschiedenis van hun eigen stad. Met de realisatie van de educatieve ruimte zoals beschreven in het voorlopig ontwerp heeft het museum een plek om actief met hen aan de slag te gaan.

Het museum als zakelijke ontmoetingsplek

Wanneer de verbouwing is voltooid kan het Palthehuis optimaal gebruik maken van de bijzondere locatie. Lokale bedrijven en businessclubs zijn de doelgroepen waar het museum zich binnen deze functie zich op zal richten. Zij kunnen in het museum gaan vergaderen, gasten ontvangen, er een receptie plaats laten vinden of met het museum bezoeken met de eigen werknemers. Deze doelgroep is vaak het best direct te benaderen en ook hier zal mond-op-mond reclame weer een belangrijke rol spelen. Daarnaast is toegankelijke informatie op de website en eventueel een zakelijke folder ook een mooie mogelijkheid om deze functie onder de aandacht te brengen.



7. Producten en activiteiten

Het museum ontwikkelt producten en activiteiten voor alle doelgroepen. Waar het gaat om het museum als gemeenschapshuis het museum als plek voor conservering en onderzoek is het lastig om concrete producten te formuleren. Vaak zal het hier gaan om samenwerkingen die tot stand komen of om unieke projecten. In dit hoofdstuk wordt uitgegaan van de 'standaard' producten die het museum kan aanbieden aan de doelgroepen. Daarnaast moet er natuurlijk altijd ruimte zijn voor maatwerk om de doelgroep zo goed mogelijk van dienst te zijn.

Waar in de onderstaande tekst wordt verwezen naar horeca gerelateerde activiteiten is het uitgangspunt dat de horecadiensten worden ingevuld door bestaande horecaondernemers uit Oldenzaal. Het museum gaat zelf geen horecafaciliteit exploiteren. Samen met Ben&Rolands Stadskoffiebranderij wordt er gekeken naar de mogelijkheid om de diensten van de momenteel in het Koetshuis gevestigde koffiebrander verder uit te bouwen zodat museumbezoekers tijdens openingstijden gebruik kunnen maken van deze faciliteiten.

Museumbezoek

In de nieuwe situatie na de verbouwing staat er een vernieuwd Palthehuis dat voldoet aan alle eisen van de hedendaagse museumbezoeker. Een museumbezoek bestaat in de eerste plaats uit een bezoeker die een kaartje koopt en zelfstandig het museum bezoekt. Daarnaast zijn er in dit kader nog andere producten mogelijk:

- Rondleiding met een museumdocent
- Bezoek aan het museum in combinatie met horeca (koffie, lunch, diner)

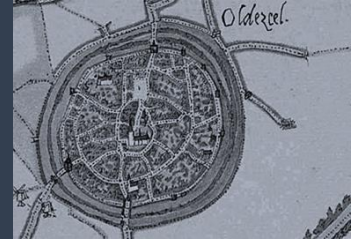
Educatieve producten

Het museum is voor leerlingen, als aanvulling op school, de meest toegankelijke en laagdrempelige plek waar zij informatie kunnen vinden over de geschiedenis van hun omgeving. Dat belangrijke gebeurtenissen in de stad direct te linken zijn aan belangrijke gebeurtenissen op nationaal en Europees niveau is een interessant gegeven voor de scholen. Een goed inhoudelijk programma, dat een meerwaarde vormt voor de lesstof die wordt behandeld in de les, zal scholen aantrekken. Binnen de pakketten wordt een verband gelegd tussen de educatieve pakketten en de vaste collectie zodat het museum veel meer gaat spreken. De educatieve producten zijn als volgt:

- Doorlopende leerlijn voor het basisonderwijs bestaande uit lespakketten op 3 niveaus waar een bezoek aan het Palthehuis onderdeel van uit maakt
- Rondleidingen met een museumdocent
- Projecten op maat voor het basis- en voortgezet onderwijs

Arrangementen

Arrangementen bestaan meestal uit een museumbezoek in combinatie met aanvullende diensten. Deze diensten kunnen variëren van stadswandelingen, tot koffie of lunch, vergaderfaciliteiten, een borrel, workshops, speurtochten of een fietsroute. Bij arrangementen worden combinaties gemaakt tussen producten en diensten om aan de wensen van specifieke doelgroepen te voldoen zoals gezinnen. Arrangementen worden vaak gebruikt voor groepen, maar simpele



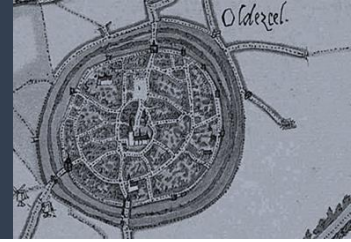
arrangementen kunnen ook geschikt zijn voor individuele bezoekers. De volgende indeling kan worden gemaakt:

- Toeristische arrangementen
Het meest simpele arrangement is een rondleiding in het museum met een groep of op gezette data op inschrijving (individueel). Hierbij kan ook een combinatie worden gemaakt met een stadswandeling. Daarnaast kunnen vanuit het museum (in samenwerking met de VVV) allerlei fiets- en wandelroutes worden uitgezet die zelfstandig of onder begeleiding gebruikt kunnen worden. Ook kan een combinatie worden gemaakt met koffie of een lunch op locatie of met een lokale horecaondernemer.
- Zakelijke arrangementen
Een zakelijke groep kan bestaan uit een bedrijf met haar werknemers die een rondleiding krijgen in combinatie met een borrel of lunch. Daarnaast kan het een vergaderarrangement betreffen. Vooral de combinatie tussen vergaderen en een bezoek aan het museum eventueel met een wandeling en een lunch is niet alleen heel aansprekend voor bedrijven, maar ook simpel te organiseren.

Activiteiten

Zowel de binnen- als buitenruimte van het museum zijn in de nieuwe situatie uitermate geschikt voor de organisatie van kleinschalige evenementen. Bij activiteiten gaat het vaak om jaarlijks terugkerende activiteiten of activiteiten binnen een randprogramma van een tentoonstelling.. Activiteiten moeten passen bij het Palthehuis, er moet een balans tussen het verhaal van het museum en het genereren van publiek gevonden worden. Samenwerking met de juiste partners is van belang om de kosten te drukken en de organisatorische taken behapbaar te maken. Activiteiten zijn in de delen in drie categorieën:

- Inhoudelijke activiteiten die een sterke relatie hebben met de vaste presentatie of een tijdelijke tentoonstelling in de vorm van lezingen, workshops of verdiepende excursies
- Activiteiten voor specifieke doelgroepen zoals kinderactiviteiten, activiteiten voor ouderen of bijvoorbeeld schilderworkshops voor (amateur)kunstenaars
- Bijzondere activiteiten zoals een diner in het museum of een uniek concert met een beperkte doelgroep en beperkt aantal kaarten.



8. Communicatie en marketing

Belangrijk onderdeel van het opnieuw in de markt zetten van het Palthehuis is communicatie en marketing. Het doel van de communicatie bij het opnieuw in de markt zetten van het Palthehuis is tweeledig. Aan de ene kant moet het stoffige imago dat het museum in de regio heeft letterlijk en figuurlijk opgefrist worden. Het museum zal daarom in de komende sterk in moeten zetten op het verbeteren van het imago. Daarnaast moet het bereik van het museum vergroot worden. Het museum spreekt momenteel maar een beperkte doelgroep aan, met de nieuwe opzet en nieuwe activiteiten heeft het museum meer te bieden voor een grotere en een meer diverse doelgroep. Het betrekken van de Duitse markt is hier een voorbeeld van. Belangrijk in de communicatie van het Palthehuis is het beeld dat bewoners en bezoekers krijgen bij het museum. Centraal in de communicatie staat de volgende boodschap:

Museum het Palthehuis is een gastvrij en toegankelijk museum met een bijzondere collectie waar bezoekers de historie van Oldenzaal kunnen beleven en waar bijzondere activiteiten zorgen voor een levendige omgeving.

Zoals eerder beschreven in hoofdstuk 6 zet het museum in op een divers aantal doelgroepen vanuit de verschillende functies van het museum. Het lokale netwerk van bedrijven, (culturele) instellingen en bewoners maakt hier een groot onderdeel van uit. Het versterken van het netwerk is dus een belangrijk aandachtspunt voor de komende periode. Het creëren van een dergelijk netwerk is een apart proces waarbij persoonlijke gesprekken, de aanwezigheid van het museum op diverse bijeenkomsten en het deelnemen aan bestaande netwerken onderdeel van uit maakt. In de praktijk komt deze taak te liggen bij de directeur/bestuurder.

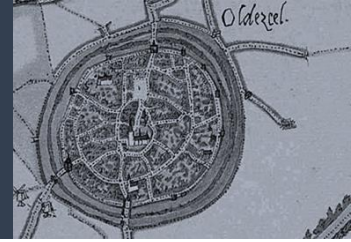
Doelstellingen

In hoofdstuk 6 zijn de doelgroepen van het museum uitgebreid benoemd:

- Het museum als dagattractie: Gezinnen met jonge kinderen, tweeverdieners, senioren, groepsmarkt
- Het museum als gemeenschapshuis: bewoners, bedrijven en instellingen
- Het museum als plek voor conservering en onderzoek: cultuurhistorisch netwerk
- Het museum als plek om te leren: basis- en voortgezet onderwijs
- Het museum als zakelijke ontmoetingsplek: lokale ondernemers

Per doelgroep wordt er een doelstelling geformuleerd voor het jaar 2022:

- In 2022 bezoeken minimaal 12.000 mensen het museum
- In 2022 vinden in het Palthehuis minimaal 10 activiteiten plaats in samenwerking met of op initiatief van bewoners, lokale bedrijven en instellingen.
- In het 2022 neemt het museum deel aan minimaal 2 activiteiten met een (wetenschappelijk) onderzoek als basis
- In 2022 ontwikkelt het museum minimaal 4 educatieve projecten op maat en is er een doorlopende leerlijn beschikbaar voor het basisonderwijs
- In 2022 wordt het museum minimaal 6 keer gebruikt in het kader van zakelijke ontmoetingen



Boodschap

Afgeleid van de algemene boodschap wordt ook per doelgroep een boodschap geformuleerd:

- Het museum als dagattractie: Het Palthehuis is een modern, gastvrij, kindvriendelijk en laagdrempelig museum waar op interactieve wijze de historie van Oldenzaal kan worden beleefd en waar diverse bijzondere activiteiten plaats vinden voor diverse leeftijden
- Het museum als gemeenschapshuis: Het Palthehuis is een gastvrij en laagdrempelig museum dat maatschappelijk betrokken is en waar ruimte is voor activiteiten en initiatieven van en voor de Oldenzaalse samenleving
- Het museum als plek voor conservering en onderzoek: Het Palthehuis is een professioneel museum met een bijzondere collectie
- Het museum als plek om te leren: Het Palthehuis is een gastvrij en laagdrempelig museum met een professioneel educatief aanbod voor zowel het basis- als voortgezet onderwijs en veel ruimte voor maatwerk en bijzondere activiteiten
- Het museum als zakelijke ontmoetingsplek: Het Palthehuis is een representatief, gastvrij en laagdrempelig museum met een hoge verblijfskwaliteit waar ruimte is voor zakelijke ontmoetingen in een bijzondere historische omgeving

Middelenmix

Om de producten onder de aandacht te brengen van de doelgroepen zal het museum promotiemiddelen in moeten zetten. Museumbezoekers kunnen iedere dag uit vele musea met diverse activiteiten kiezen. Het is daarom van belang om op het netvlies van potentiële bezoekers te komen. Bezoekers moeten weten wat er uniek is aan het Palthehuis, wat ze kunnen verwachten en wat het aanbod is op het gebied van arrangementen en activiteiten. Dit is een continu proces omdat er telkens nieuwe potentiële bezoekers naar de regio komen waarbij het museum onder de aandacht moet worden gebracht. Daarnaast zal voor elke nieuwe activiteit weer opnieuw promotie gemaakt moeten worden.

Voor de verschillende doelgroepen worden verschillende middelen ingezet:

- Het museum als dagattractie: Vormgeving, internet, folder, advertenties, acties met anderen, ambassadeurs
- Het museum als gemeenschapshuis: vormgeving, internet, email nieuwsbrief, free publicity, ambassadeurs
- Het museum als plek voor conservering en onderzoek: vormgeving, internet, email nieuwsbrief, ambassadeurs
- Het museum als plek om te leren: vormgeving, internet, free publicity, ambassadeurs
- Het museum als zakelijke ontmoetingsplek: vormgeving, internet, folder, free publicity, advertenties, acties met anderen, ambassadeurs

Vormgeving/beeldmerk

Voorafgaand aan de verbouwing en herinrichting van het museum zal het Palthehuis een nieuwe huisstijl krijgen inclusief beeldmerk. De huisstijl wordt doorgevoerd op alle communicatie uitingen van het Palthehuis zoals het briefpapier, de website, folders en entreekaartjes. De eerste indruk is belangrijk. De huisstijl moet passen bij het museum, een brede doelgroep aanspreken en herkenbaar zijn. Daarnaast moet de huisstijl een langere periode mee kunnen gaan en dus niet al



te modegevoelig zijn. In de nieuwe huisstijl zullen de elementen ‘hedendaags’ en ‘toegankelijk’ in combinatie met de rust en sfeer van het historische Palthehuis terug komen.

Internet

Promotie zonder internet is tegenwoordig niet meer denkbaar. Het is een middel dat steeds belangrijker wordt. De vorm waarin het wordt gegoten wordt ook steeds belangrijker. Een aantal jaren geleden voldeed een website in de vorm van een folder nog, tegenwoordig is dat niet meer zo zinvol. Bezoekers zijn naast de bezoekersinformatie ook op zoek naar activiteiten en nieuwsitems en ondernemers zoeken naar vergaderarrangementen. Waar vooral veel aandacht aan besteed moet worden is de manier waarop mensen de website vinden. Dat betekent in de praktijk dat de website goed gevonden moet worden door de zoekmachines en op de juiste plekken gelinkt moet worden met andere sites die veel bezoekers trekken.

Alle producten die het museum te bieden heeft moeten een plek krijgen op de website. De website van het museum wordt dynamisch en zal cross-mediaal worden ingezet wat betekent dat er een sterke koppeling komt met andere media-middelen die constant nieuwe informatie toevoegen aan de website. De site maakt hiervoor gebruik van social media zoals:

- Facebook
- YouTube
- Twitter
- Instagram

Naast het gebruik van bovenstaande internettoepassingen op de eigen website is het van belang om deze middelen ook zelfstandig in te zetten, dus zonder een directe koppeling met de eigen website. Met name bij de promotie van activiteiten zijn social media goed in te zetten. Daarnaast zijn het vaak de lokale bewoners die het museum volgen op social media, daarmee is het ook een goede plek om de meer maatschappelijke activiteiten te promoten. Ook websites van anderen zoals www.kaartjes.nl of andere ticketsites zullen geen hordes met bezoekers opleveren, maar het is wel weer een mooie gelegenheid om het museum onder de aandacht te brengen.

Folder

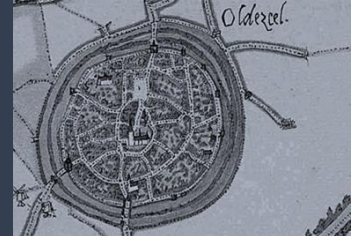
Folders blijven een belangrijk medium voor musea om onder de aandacht te komen bij toeristen die verblijven in de omgeving. Goede verspreiding bij bungalowparken, campings en hotels is hierbij van belang.

E-mail nieuwsbrief

Een e-mail nieuwsbrief met daarin actuele informatie kan vrij gemakkelijk worden samengesteld en kan op een simpele manier veel mensen van het laatste nieuws voorzien. Met name voor het onder de aandacht brengen van activiteiten of nieuwe tentoonstellingen is dit een mooi middel. Emailadressen kunnen via de website of via intekenlijsten van eerdere activiteiten worden verzameld.

Free publicity

Met deze vorm van marketing kunnen grote interessegroepen bereikt worden tegen lage kosten. Het gaat er om redacties, journalisten en schrijvers van redactionele stukken in tijdschriften zo ver te krijgen dat ze over het museum gaan schrijven. Dit gebeurt over het algemeen alleen als er nieuws te vertellen is en is daarom met name in te zetten voor activiteiten of tentoonstellingen.



Advertenties

Advertenties met een groot landelijk bereik zijn vaak onbetaalbaar. In tijdschriften of kranten met een regionaal bereik zijn betaalbare advertenties mogelijk. Met name tijdschriften of gelegenheden uitgaven die zich richten op toeristen zijn goede advertentiemogelijkheden. Meestal gaat het om een algemene advertentie, maar het kan ook een mogelijkheid zijn om een specifiek arrangement te promoten.

Acties met anderen

Het is altijd slim om mee te liften op marketingactiviteiten van anderen. Dit kan zijn een spaaractie van de Albert Hein, een nieuw provinciaal platform of een culturele kortingskaart. Zonder kosten te maken, of soms door een korting te verstrekken kan op deze manier nieuw publiek gegenereerd worden. Wanneer een actie voor een specifieke doelgroep wordt ontwikkeld kan een speciaal arrangement of product worden gepromoot.

Ambassadeurs: de eigen bevolking

Bewoners en lokale bedrijven zijn de beste ambassadeurs voor je museum. Het begint met vrijwilligers die enthousiast aan bekenden vertellen over het Palthehuis. Maar ook de serveerster aan wie wordt gevraagd wat er te doen is in de stad kan een belangrijke rol spelen. Ambassadeurschap laat zich lastig sturen en het is geen middel dat je altijd bewust in kan zetten. Het is met name belangrijk om te zorgen voor positieve ervaringen. Doordat het Palthehuis bewust kiest om in te zetten op samenwerking en de functie van gemeenschapshuis ontstaat grote betrokkenheid van de lokale gemeenschap. Wanneer mensen eenmaal betrokken zijn bij het museum kunnen met speciale acties, waarbij korting wordt gegeven bij het meenemen van een introductie of een speciaal kennismakingsprogramma, ambassadeurs worden ingezet als promotiemiddel.

Organisatie

Communicatie en promotie is een taak die binnen de organisatie valt onder de taken van de directeur/bestuurder. Waar nodig worden hierbij externen ingehuurd zoals bijvoorbeeld een grafisch vormgever of een folderverspreider. Inkoop van alle communicatie gerelateerde zaken gaat via de directeur/bestuurder.

Financiën

In de nieuwe exploitatiebegroting is communicatie opgenomen als aparte post. Er wordt hiermee structureel geld beschikbaar gesteld voor communicatie en promotie van het museum. Daarnaast worden er in de opstartfase een aantal investeringen gedaan zoals de ontwikkeling van een huisstijl, een nieuwe website en ontwerp van nieuw drukwerk.

Communicatie	Advertenties	€	3.000,00
	Website	€	1.500,00
	Drukwerk	€	3.500,00
	Porto/verspreiding promotiemateriaal	€	1.500,00
			€ 9.500,00



9. Subsidie, sponsoring en andere inkomstenmogelijkheden

Voor een gezonde exploitatie zal het museum via diverse wegen inkomsten moeten verwerven. Alleen kaartverkoop is niet genoeg om het museum te laten voortbestaan. Ontwikkeling van nieuwe producten en zoeken naar nieuwe subsidiemogelijkheden. Samenwerking met het toeristisch bedrijfsleven is essentieel om de mogelijkheden optimaal te benutten.

Subsidie

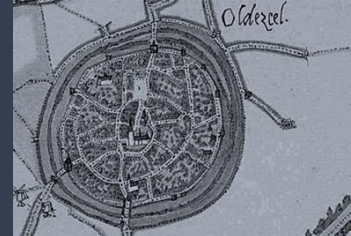
Het verkrijgen van subsidies is in de afgelopen jaren steeds minder makkelijk geworden. Fondsen als VSB, Mondriaan en het Prins Bernhard Cultuurfonds hebben nog steeds subsidies beschikbaar voor musea, maar budgetten zijn kleiner geworden en de criteria strenger. Tentoonstellingen op zich zijn steeds minder subsidiabel, belangrijk is om een goed randprogramma neer te zetten met aansprekende activiteiten. Een breed bereik, educatie, samenwerking, participatie, vernieuwing en verdieping zijn aandachtspunten die terug komen in alle subsidieregelingen.

Crowdfunding

Een interessant, maar arbeidsintensief, alternatief voor kleine projecten is crowdfunding. Er zijn diverse platforms voor crowdfunding te vinden op internet, ieder met een eigen specialisatie als beeldende kunst, musea of boeken. Voorbeelden zijn www.voordekunst.nl, www.findyourfunding.nl en www.tenpages.com. Op de website van het platform wordt een beschrijving van het project geplaatst met achtergrondinformatie. Geïnteresseerden in het project kunnen er een financiële bijdrage aan schenken. De bijdrage per persoon is meestal niet hoog, maar vele kleintjes maken één grote en een succesvol project kan duizenden euro's binnen halen. Het is hierbij wel van belang dat het museum zelf actief de actie gaat promoten en de massa probeert te mobiliseren via social media.

Sponsoring

Waar eerder bedrijven snel genegen waren om musea te sponsoren, is het tegenwoordig steeds moeilijker om via deze weg bijdragen te ontvangen. Structurele sponsoring van een bedrijf komt weinig meer voor, wel zijn er mogelijkheden voor sponsoring op projectbasis of in de vorm van materiaal. Om een bedrijf over te halen om een project te sponsoren is het belangrijk dat het project veel aandacht en dus reclame gaat genereren. Sponsoring was eerder vaak eenrichtingsverkeer, maar in de huidige tijd is het 'voor wat...hoort wat'. Bedrijven willen iets terug voor hun bijdrage, dit kan zijn reclame of een leuke activiteit voor hun personeel. Het is belangrijk om vooraf te bedenken wat het museum het bedrijf te bieden heeft. Benader een bedrijf met een goed voorstel en verwacht niet dat het doen van een bijdrage vanuit maatschappelijk oogpunt alleen genoeg is voor een ondernemer.



Andere inkomstenmogelijkheden

Naast subsidie en sponsoring zijn er nog andere mogelijkheden om inkomsten te verwerven. Zo veel mogelijk activiteiten en producten die het museum ontwikkelt moeten een verdienmodel hebben.

Arrangementen/ Verhuur accommodatie / Activiteiten

Zoals eerder bij de producten omschreven gaat het Palthehuis zich meer richten op de ontwikkelingen van arrangementen en activiteiten. Met name arrangementen voor groepen en zakelijke verhuur van de locatie eventueel in combinatie met arrangementen kunnen een mooie bron van inkomsten zijn. Ook structurele verhuur van een vergaderfaciliteit aan lokale verenigingen is een mogelijkheid. Hierbij is het belangrijk wel goed te kijken naar huurders die passen bij het Palthehuis.

Winkel

Een winkel kan voor het Palthehuis extra inkomsten opleveren. Lokale producten, het liefst handgemaakt of van het eigen erf, zijn erg in trek bij toeristen. Samenwerking met lokale ondernemers voor producten en sociale werkplaatsen kunnen een interessante bron van inkomsten opleveren.

Acties

Acties waarbij kortingen worden aangeboden voor kaartjes of speciale arrangementen kunnen op de korte en lange termijn impact hebben. Grote landelijke acties hebben vaak minder effect in kleine musea dan lokale acties zoals bijvoorbeeld het ontwikkelen van acties met lokale ondernemers. Zo zou je met een lokale horecaondernemer kunnen afspreken dat bij een speciaal menu 'gratis' kaartjes voor het museum worden verstrekt.

Vrienden van Stichting het Palthehuis

De vriendenstichting is momenteel losgekoppeld van het museum. De bijdrage die leden leveren wordt bij andere musea vaak ingezet voor de realisatie van bijzondere projecten of aankopen voor de collectie. Voor de toekomst is het belangrijk om met het bestuur van de vriendenstichting in gesprek te gaan om te kijken naar de visie die zij hierop hebben. Vanuit het museum is het belangrijk om betrokkenheid te houden met de leden door vriendenpassen te verstrekken die recht geven op gratis entree en uitnodigingen voor speciale activiteiten (bijv. een lezing of een nieuwjaarsborrel) te sturen.



10. Exploitatiebegroting

In de onderstaande tabellen wordt het voorgaande vijfjarenplan vertaald naar een exploitatiebegroting. De begroting geeft een beeld van een gemiddeld jaar voor het Palthehuis in de nieuwe situatie. Er is hierin geen rekening gehouden met bijzondere activiteiten, tentoonstellingen of evenementen die wellicht hogere inkomsten zoals subsidies en daarnaast extra kosten met zich meebrengen.

Inkomsten

In het inkomstenoverzicht zijn op basis van het vijfjarenplan meer inkomsten in het kader van groepen en arrangementen meegenomen. De verwachting is dat wanneer de faciliteiten en mogelijkheden van het vernieuwde museum meer bekendheid krijgen hier zeker nog ruimte zit om te groeien. De subsidie van de gemeente Oldenzaal is ongeveer op hetzelfde niveau zoals deze is opgenomen in de begroting 2016.

Inkomsten					
Bezoekers	Kaartverkoop	€	12.000,00	€	27.500,00
	Groepen/arrangementen	€	7.000,00		
	Museumjaarkaart	€	5.000,00		
	Educatieve projecten	€	2.500,00		
	Publieksactiviteiten	€	1.000,00		
Subsidies	Gemeente Oldenzaal	€	150.000,00	€	160.000,00
	Incidentele subsidies	€	10.000,00		
Sponsoring	Bedrijfssponsoring	€	5.000,00	€	5.000,00
Winkel	Verkoop producten	€	1.000,00	€	1.000,00
	TOTAAL	€	193.500,00	€	193.500,00

Uitgaven

In het overzicht met uitgaven is meer budget vrij gemaakt voor communicatie in de vorm van advertenties, drukwerk en verspreiding van promotiemateriaal. Daarnaast is er budget opgenomen voor activiteiten en is het budget voor tentoonstellingen en educatie sterk verhoogd ten opzichte van de begroting 2016.

Vijfjarenplan Museum Het Palthehuis



Uitgaven					
Personeel	Lonen en salarissen	€	70.000,00	€	88.000,00
	Sociale lasten	€	10.000,00		
	Pensioenlasten	€	5.000,00		
	Overige personeelskosten	€	3.000,00		
Afschrijvingen	Afschrijvingen materiële vaste activa	€	10.000,00	€	10.000,00
Huisvestingskosten	Energie	€	10.000,00	€	40.500,00
	Onderhoud	€	5.000,00		
	Zakelijke lasten	€	2.500,00		
	Verzekeringen	€	4.000,00		
	Dotatie groot onderhoud	€	15.000,00		
	Schoonmaak	€	1.500,00		
	Overige kosten	€	2.500,00		
Algemene kosten	Accountantskosten	€	3.000,00	€	11.500,00
	Administratiekosten	€	4.500,00		
	kantoorbenodigdheden	€	500,00		
	Contributies en abonnementen	€	500,00		
	Automatiseringskosten	€	2.500,00		
	Bestuur/representatie	€	500,00		
Vrijwilligers	Opleiding	€	500,00	€	3.000,00
	Overige kosten	€	2.500,00		
Communicatie	Advertenties	€	3.000,00	€	10.500,00
	Website	€	2.500,00		
	Drukwerk	€	3.500,00		
	Porto/verspreiding promotiemateriaal	€	1.500,00		
Educatie	Materiaal	€	1.500,00	€	6.500,00
	Ontwikkeling/inhuur	€	5.000,00		
Collectie	Verzekering	€	3.500,00	€	4.500,00
	Restauraties	€	500,00		
	Registratie	€	500,00		
Tentoonstellingen	Tentoonstelling 1	€	6.000,00	€	12.000,00
	Tentoonstelling 2	€	6.000,00		
Activiteiten	Diverse activiteiten	€	6.500,00	€	6.500,00
Winkel	Inkoop artikelen	€	500,00	€	500,00
	TOTAAL	€	193.500,00	€	193.500,00