MEERJARENBELEID KATWIJKS MUSEUM

2023
-
2027

INHOUD

1 Inleiding 1

2 Statutaire doelstelling 3
- 2.1 Missie (waar we voor staan)
- 2.2 Visie (waar we voor gaan)
- 2.3 Doelstellingen 2023 - 2027

3 Strategie 5

4 Collectie 6
- 4.1 Herkomst collectie
- 4.2 Verzamelgebied
- 4.3 Onderzoek lacunes collectie
- 4.4 Verwerven en afstoten (leidraad LAMO)
- 4.5 Aankoopbeleid
- 4.6 Collectiebeheer

5 Publiek & Presentatie 8
- 5.1 Doelgroepen
- 5.2 Tentoonstellingen
- 5.3 Masterplan herinrichting
- 5.4 Educatie en publieksactiviteiten

6 Marketing & PR 12
- 6.1 Verhogen bezoekersaantallen
- 6.2 SWOT-analyse
- 6.3 Binding (spilfunctie en rol culturele ambities gemeente Katwijk) en samenwerking (participatie bedrijfsleven)

7 Cultureel ondernemen 14
- 7.1 Cultureel ondernemen
- 7.2 Personeel/vrijwilligers
- 7.3 Bedrijfsvoering

8 Financiën 18
- 8.1 Investeringen
- 8.2 Kosten
- 8.3 Eigen inkomsten
- 8.4 Leden vereniging GOK
- 8.5 Vrienden, particuliere begunstigers
- 8.6 Sponsoring
- 8.7 Fondsen
- 8.8 Gemeente en zorgplicht

Bijlage 20
Museumnorm Museumvereniging

Foto's: Maarten van Rijn en PR.
Vormgeving en opmaak: Puffin dtp & fotografie René van Rossum

KATWIJKS MUSEUM

1 INLEIDING

Sinds de oprichting van het genootschap Oud Katwijk in 1966 en de oprichting van het Katwijks Museum in 1982 is er door de jaren heen, mede dankzij vele vrijwilligers een zeer aansprekend museum gerealiseerd, met een kwalitatief hoogwaardige collectie erfgoed, historisch materiaal en kunst.
De bedrijvigheid op het Katwijkse strand heeft al sinds de 17e eeuw aantrekkingskracht uitgeoefend op schilders. De visserij op de Noordzee is voor Katwijk aan Zee eeuwenlang een belangrijke bron van bestaan geweest. Door de kunstenaarskolonie die ontstond rond 1900 kreeg Katwijk een bijzondere positie wat resulteerde in een collectie schilderijen van Nederlandse en buitenlandse kunstenaars. Mede dankzij deze collectie schilderijen onderscheidt het Katwijks Museum zich van een doorsnee streekmuseum in Nederland.

We hebben als bestuur een serieuze ambitie en een goed beeld van hoe het Katwijks Museum er over een aantal jaren uit moet zien. Die ambitie dwingt ons tot meer flexibiliteit en vernieuwing, andere manieren van presenteren en contact realiseren en houden met ons publiek. Dat is niet alleen nu van belang, maar zeker ook in de toekomst. Hoewel wij ons realiseren dat de wereld aan het veranderen is, zijn onze toekomstplannen ambitieus en brengen ze ons een museum waar we als organisatie, de gemeente Katwijk en de Katwijkers trots op kunnen zijn. In de overtuiging dat de passie en liefde voor kunst en erfgoed altijd zal blijven bestaan, zowel bij ons als bij ons publiek, blikken wij met enthousiasme vooruit op de komende jaren.

Wij zijn ervan overtuigd een prachtige kunst- en erfgoedcollectie in ons bezit te hebben. In de wetenschap dat ons museum nog steeds een 'verborgen parel' is moeten we aan de slag. Naast meer bekendheid verwerven is het van belang vormen van sterke allianties aan te gaan met de gemeente Katwijk en externe organisaties om tot een toekomstbestendige exploitatie te komen.

Onze bijzondere dank gaat uit naar Fokelien Renckens-Stenneberg, voormalig directeur van het Zaans Museum, voor haar inspiratie, energie, richting en ondersteuning bij de totstandkoming van dit Meerjaren beleidsplan 2023 - 2027.

Namens de vereniging genootschap 'Oud Katwijk' en stichting Katwijks Museum
Cor Zwaan, voorzitter.

2 STATUTAIRE DOELSTELLING

Het Katwijks Museum is belast met de exploitatie van de doelstelling van de Vereniging Genootschap 'Oud Katwijk', opgericht in 1966. Deze vereniging stelt zich ten doel de belangstelling voor en de bestudering van de geschiedenis en het erfgoed van Katwijk en alles wat daarmee verband houdt te bevorderen. De vereniging tracht dit doel te bereiken door onder meer het aankopen en tentoonstellen van (kunst)voorwerpen die op de geschiedenis en erfgoed betrekking hebben. Om dit doel te bereiken is de Stichting Katwijks Museum opgericht. Het Katwijks Museum is de verzamelnaam van de twee rechtspersonen, de Vereniging Genootschap 'Oud Katwijk' en de Stichting Katwijks Museum.

2.1 Missie (waar we voor staan)

Het Katwijks Museum (KM) heeft een missie voor de periode 2023 - 2027 geformuleerd als een 'Kunst- en Erfgoedmuseum' en deze luidt als volgt:

Het Katwijks Museum is het museum waar kennis en innovatie centraal staan; waar de kunst gekoppeld aan het lokale erfgoed, geduid wordt voor een breed publiek. Het presenteert en beheert de eigen kunst- en erfgoedcollectie; verbindt de collectie aan de geschiedenis van de regio met de focus op de kunstcollectie die de bijzondere positie van Katwijk als kunstenaarskolonie aan zee illustreert.

2.2 Visie (waar we voor gaan)

In de regio Katwijk is het Katwijks Museum in 2027 dé plek van ontmoeting, beleving en herinnering, met educatieve programma's, activiteiten en evenementen die aansluiten bij de actualiteit voor een breed publiek, lokaal, nationaal en internationaal.

Kernwaarden
De kernwaarden van de geformuleerde visie voor het Katwijks Museum, gevestigd in het kunstenaarsdorp aan zee, zijn:

- Historisch en authentiek - rond 1900 onderdeel van de belangrijkste ontwikkelingen in de Nederlandse kunstgeschiedenis (Haagse School)
- Kwaliteit - hoogwaardig aanbod voor regionaal en (inter)nationaal publiek
- Inspirerend - kunst en erfgoed komen samen in alle uitingen
- Inclusief en toegankelijk - een breed aanbod voor diverse doelgroepen
- Aandacht - voor (onze) mensen, bezoekers en omgeving

De visie van het Katwijks Museum is voor de periode 2023 - 2027 onder te verdelen in vijf hoofdlijnen:

1. Het Katwijks Museum vertelt het verhaal over de kunstenaarskolonie rond 1900 met als middelpunt een bijzondere collectie schilderijen van Nederlandse en buitenlandse schilders met een fraaie collectie lokale en streekgebonden bezienswaardigheden. Het doel is om het verhaal persoonlijk en invoelbaar te ontwikkelen.
2. Het Katwijks Museum profileert zich als een vrijwilligersorganisatie, een plek waar de geschiedenis en het erfgoed van Katwijk levend wordt gehouden.
3. Het Katwijks Museum betrekt individuen en groepen bij zijn activiteiten met als doel publieke en financiële binding, kennisborging (onderzoek) en materiele en immateriële collectie uitbreiding.
4. Het Katwijks Museum richt zijn bedrijfsvoering en museale werkzaamheden in volgens de Code Cultural Governance en de Museumnorm.
5. Het Katwijks Museum streeft naar een gezonde mix van de uitvoering van publieke taken en cultureel ondernemerschap.

2.3 Doelstellingen 2023 - 2027

- In 2027 heeft het Katwijks Museum een eigen en herkenbare plek in de regio en het nationale museumlandschap als het kunst- en erfgoedmuseum aan de Nederlandse kust.
- In 2027 staat het Katwijks Museum stevig in de top 100 van Nederlandse musea met minimaal 40.000 bezoekers per jaar (2022 - 15.000 bezoekers).
- Het Katwijks Museum ontwikkelt een sterke focus op (meer) ondernemerschap, vergroting van eigen inkomsten, een actief fondsenwervingsprogramma en aandacht voor budgetbeheersing.
- Een actieve en nauwe samenwerking met partners in de cultuursector, de overheid en het bedrijfsleven is van cruciaal belang voor de positionering van Kunstenaarskolonie Katwijk.
- In 2027 is het Katwijks Museum een belangrijke meerwaarde voor de directe omgeving en vormt het gebouw een aantrekkelijke eenheid met het centrumgebied.
- Mensen maken het verschil. Iedereen in de organisatie draagt bij aan het succes van ons museum. Onze stevige ambitie vereist een moderne en professionele organisatie.
- In 2027 is continuïteit en kwaliteit van de museumorganisatie gewaarborgd door een combinatiemodel van betrokken vrijwilligers en een klein betaald professioneel kader.

3 STRATEGIE

Het museum heeft de ambitie om zich te ontwikkelen tot een middelgroot museum met een nationale uitstraling. Er wordt meer ondernemerschap en meer aandacht voor budgetbeheersing en vergroting van eigen inkomsten gevraagd. Hiervoor zal het bestuur van het Katwijks Museum het voortouw nemen door het faciliteren en regisseren van een actief fondsenwervingsprogramma. Daarnaast is een samenwerking met partners in de cultuursector, de overheid en het bedrijfsleven van belang. Mede naar aanleiding van de gemaakte keuzes zal de organisatiestructuur op termijn aangepast moeten worden.

Het Katwijks Museum neemt een bijzondere plaats in binnen de Katwijkse samenleving. Zowel vanuit maatschappelijk, cultureel, sociaal en economisch perspectief is het Katwijks Museum een belangrijke toegevoegde waarde voor de gemeenschap en de gemeente Katwijk.
Het is uniek in de museumwereld dat een museum van deze kwaliteit volledig wordt gerund door vrijwilligers. Vanzelfsprekend vertegenwoordigt dit een zeer belangrijke economische waarde aangezien in de huidige opzet personele kosten zeer beperkt op het resultaat drukken.

Een serieus aandachtspunt is het blijvend op niveau houden van de vrijwilligersorganisatie, zowel kwantitatief, maar vooral kwalitatief. Het vinden van de juiste expertise op groeibepalende posities, zoals marketing & communicatie, en de noodzakelijke beschikbaarheid van professioneel geschoolde kaderfuncties is een prioriteit en noodzakelijke voorwaarde voor de realisatie van de ambitieuze doelstellingen.

De strategie voor 2023 - 2027 behelst vijf speerpunten Om dit alles te realiseren heeft het museum voor de beleidsperiode 2023 - 2027 de volgende speerpunten geformuleerd:

- *Collectie*
- *Publiek & Presentatie: vaste en tijdelijke publieks- en tentoonstellingsprogramma's*
- *Educatie: educatie(school)*
- *Marketing, PR & Communicatie*
- *Cultureel ondernemen*

4 COLLECTIE

4.1 Herkomst collectie

Op 1 januari 1966 is de vereniging Genootschap 'Oud Katwijk' opgericht. De vereniging stelt zich ten doel de belangstelling voor en de bestudering van de geschiedenis en het erfgoed van Katwijk en alles wat daarmee verband houdt te bevorderen. De vereniging tracht dit doel te bereiken door onder meer eigen werkzaamheid van de leden en het aankopen en tentoonstellen van (kunst)voorwerpen die op de geschiedenis en erfgoed betrekking hebben. Het Genootschap is eigenaar van de collectie en in het Collectieplan is een overzicht beschreven van de omvang en samenstelling van de collectie, het beleid ten aanzien van de collectie te beschrijven en dat beleid uit te werken in concrete actiepunten. Het beschrijft de periode 2023 - 2027.

4.2 Verzamelgebied

De bedrijvigheid op het Katwijkse strand heeft al sinds de 17e eeuw aantrekkingskracht uitgeoefend op schilders. De visserij op de Noordzee voor Katwijk aan Zee is eeuwenlang een belangrijke bron van bestaan geweest. Het museum heeft de bijzondere streekgebonden collectie die daaruit voortgekomen is met zorg samengesteld.

'Het Katwijks Museum … verbindt de collectie aan de geschiedenis van de regio met de focus op de kunstcollectie die de bijzondere positie van Katwijk als kunstenaarskolonie aan zee illustreert'

Het verzamelgebied gaat uit van de kerncollectie die gezichtsbepalend is voor het museum, de kunstenaarskolonie rond 1900. Deze bestaat uit een bijzondere collectie schilderijen van Nederlandse en buitenlandse schilders uit de periode 1870 - 1914 en een fraaie collectie lokale en streekgebonden objecten. De focus ligt op de schilderijencollectie die is voortgekomen uit deze kunstenaarskolonie. De streekgebonden collectie wordt hieraan gekoppeld om het verhaal kracht bij te zetten.

4.3 Onderzoek lacunes collectie - nulmeting

De kunstcollectie wordt versterkt met contemporaine kunstuitingen. Euroart is de overkoepelende organisatie van Europese kunstenaarskolonies. Katwijk is één van de kunstenaarskolonies die ontstonden rond 1900. De kunstenaars uit die tijd schilderden voornamelijk in de buitenlucht, "Plein-Air". In de voorliggende periode worden eventuele lacunes in de verschillende deelcollecties onderzocht en benoemd. Ook wordt onderzoek gedaan naar nieuwe verzamelgebieden (hiaten in de collectie).

4.4 Verwerven en afstoten (leidraad LAMO)

Het Katwijks Museum hanteert bij afstoting de procedure zoals vastgelegd in de LAMO, Leidraad Afstoting Museale Objecten. De voorwerpen worden geplaatst op de site van de Nederlandse Museumvereniging en na afloop hiervan verkocht.

4.5 Aankoopbeleid

De procedure rondom aankoop van voorwerpen voor de collectie moet worden aangescherpt. Het in 2005 geformuleerde beleid moet worden geactualiseerd. De rollen en verantwoordelijkheden binnen de aankoopcommissie zullen opnieuw worden gedefinieerd en de posities binnen de commissie opnieuw worden ingevuld. Tevens moeten de richtlijnen rondom communicatie en besluitvorming opnieuw worden getoetst.

4.6 Collectiebeheer

De term collectiebeheer omvat een aantal zaken. Het gaat om administratie van de collectie, depotbeheer, passieve en actieve conservering. De collectiebeheerder verzorgt de fysieke en digitale toegankelijkheid van de collectie. Deze persoon zorgt dat de collectie is opgenomen in de basisregistratie, toegankelijk is voor derden, legt de contacten met restauratoren en assisteert bij tentoonstellingen van objecten. Daarnaast zorgt de collectiebeheerder voor de objecten die worden tentoongesteld.

5 PUBLIEK & PRESENTATIE

5.1 Doelgroepen

Het Katwijks Museum wil voor de regio de plek van ontmoeting beleving, en herinnering, zijn met spraakmakende tentoonstellingen, moderne educatieve programma's, activiteiten en evenementen die aansluiten bij de actualiteit voor een breed publiek lokaal, regionaal en (inter)nationaal.
Vaste en tijdelijke tentoonstellingen zijn belangrijke instrumenten om verhalen te vertellen en daarmee bezoekers te binden en te verleiden tot herhaalbezoek. Tevens zijn tijdelijke tentoonstellingen (groot en klein!) uitgelezen mogelijkheden voor PR en kansrijk voor het genereren van *free publicity*.

Speciale aandacht verdienen de leden van het Genootschap 'Oud Katwijk' en de bedrijfsvrienden die d.m.v. sponsorcampagnes aan het museum verbonden worden.

Publieksbereik

Het Katwijks Museum heeft de ambitie om het bezoekersaantal te vergroten van 20.000 naar 40.000 bezoekers in 2027. Deze structurele verhoging van het bezoekersaantal is belangrijk vanuit de missie van het museum om een zo breed mogelijk publiek van alle generaties te bereiken, te inspireren en te verbinden. Maar het is ook belangrijk omdat daardoor de eigen inkomsten structureel hoger worden. Dat betekent dat het museum voor het realiseren van tentoonstellingen minder afhankelijk wordt van incidentele bijdragen van fondsen en sponsoren.

Bezoekersdoelgroepen

- 'Cultuurtoeristen', bezoekers, zowel nationaal als internationaal, die op zoek zijn naar inspiratie en persoonlijke ontwikkeling en graag uitgedaagd worden op cultureel vlak.
- Mensen die op zoek zijn naar uitjes waarbij vermaak, gezelligheid en een collectieve beleving voorop staan, zoals families met kinderen, scholieren, en bezoekers uit de regio.
- Meer algemeen geïnteresseerde bezoekers die uit nostalgische motieven het museum bezoeken en het leuk vinden om iets te leren.

Vergroten bekendheid

Om de bekendheid van Katwijk Museum te vergroten moet er veel werk verzet worden. Nog steeds weten velen niet waar het museum voor staat en wat er te zien en te beleven is. De zichtbaarheid en bekendheid van het museum is tot nu toe sterk afhankelijk van de vrije publiciteit, dat het met tijdelijke tentoonstellingen weet te genereren. In de komende jaren is het van belang de publiciteit online en offline te verbeteren, zodat het museum bij een nog breder publiek bekend en vertrouwd wordt gemaakt.

5.2 Tentoonstellingen

In de missie voor de periode 2023 - 2027 wordt het museum als een 'Kunst- en Erfgoedmuseum' geformuleerd, de missie luidt als volgt:
Het Katwijks Museum is het museum waar kennis en innovatie centraal staan; waar de kunst gekoppeld aan het regionale erfgoed, geduid wordt voor een breed publiek. Het presenteert en beheert de eigen kunst- en erfgoedcollectie; verbindt de collectie aan de geschiedenis van de regio met de focus op de kunstcollectie die de bijzondere positie van Katwijk als kunstenaarskolonie aan zee illustreert.

Met deze missie is het mogelijk de focus van het nieuwe kunst en erfgoed tentoonstellingsbeleid te leggen op spraakmakend en herkenbare belevingswaarde om herhalingsbezoek te stimuleren. Het is voor meerdere doelgroepen een 'call to action' om het museum jaarlijks te bezoeken. Kwaliteit én output van iedere activiteit moeten worden beoordeeld aan de hand van de 3 p's (publiek, presentatie en publiciteit). Het is belangrijk om de thema's c.q. onderwerpen ruim van tevoren vast te stellen om fondsenwerving kansrijk op te starten. Deze lange termijn programmering is aantrekkelijk t.b.v. media-aandacht/ free publicity. Ook de educatieve en collectie gerichte activiteiten geven een meerwaarde niet alleen op PR-gebied, maar ook om het commercieel uitnutten mogelijk te maken door merchandising (verdienkansen).

Gevarieerd aanbod

De ambitie is om jaarlijks een grote Zomertentoonstelling met nationale aantrekkingskracht te organiseren. Daarnaast komen er in het voorjaar en najaar kleinere exposities die wat specialistischer van karakter zijn. Programmalijnen zijn kunst en erfgoed, veelal in combinatie. De tentoonstellingen worden samengesteld uit de omvangrijke verzameling kunst rondom de kunstenaarskolonie die de kern vormt van de collectie. Sinds een aantal jaren is de collectie uitgebreid met werk van hedendaagse 'en plein-air'-kunstenaars.
De collectie erfgoed bestaat uit diverse streekgebonden voorwerpen zoals textiel/klederdracht, sieraden en gebruiksvoorwerpen. Voorwerpen die betrekking hebben op de visserij nemen daarbij een bijzondere plaats in. Deze collectie is onlosmakelijk verbonden met de geschiedenis en identiteit van de Katwijkse samenleving en zal dan ook altijd zichtbaar zijn.

Samenwerking partners
Samenwerking met andere kunst- en toeristische instellingen vergroot de kansen als het gaat om publiciteit en marketing. Gezamenlijk kan het museum een compleet cultureel dagje uit in Katwijk aanbieden. Door middel van arrangementen en sales kan dit combinatiebezoek worden gestimuleerd.

Publieksactiviteiten
Bij iedere tentoonstelling organiseert het museum publieksactiviteiten, zoals een lezing of een workshop. In toenemende mate zal er geëxperimenteerd worden met nieuwe vormen, waarbij cross-overs worden gemaakt met andere disciplines zoals muziek, theater, literatuur, film en nieuwe media. Met die aanpak zal het museum niet alleen interessanter en boeiender worden, maar ook is het manier om met nieuwe doelgroepen in contact te komen.

5.3 Masterplan herinrichting

De ambities voor de periode 2023 - 2027 om het Katwijks Museum toekomstbestendig te maken betekenen dat de huidige museumpresentatie toe is aan een herinrichting om meerdere doelgroepen te kunnen bedienen. Met een mix van een kunst - en erfgoed inhoud met daarbij aandacht voor persoonlijke verhalen die spreken tot de verbeelding wordt een sterke basis gelegd voor meerdere doelgroepen.

Huidige situatie
- Statisch. Langlopende presentaties leiden te weinig tot herhaalbezoek,
- Onoverzichtelijke routing, een ‘allegaartje’ van gebruikte presentatievormen,
- Context om nieuwe doelgroepen aan te spreken ontbreekt,
- Kwaliteit onvoldoende esthetisch en gedateerd,
- De frontzijde van het museumgebouw biedt een rommelige en soms armoedige aanblik. De entree van het museum is slecht vindbaar, het museum is niet als zodanig herkenbaar.

Gewenste situatie
Onderwerpen die in het Masterplan herinrichting aan de orde zullen komen zijn:
- Modernisering museum,
- Upgrade van de voorzijde van het museumgebouw met een serre uitbreiding tot aan de rooilijn waarmee een saai en rommelig deel van de Voorstraat een kwaliteitsimpuls krijgt en tevens een uitnodigend effect wordt gecreëerd voor het museum,
- Serieus haast maken met het binnen het museum huisvesten van een belangrijk stuk materieel erfgoed, de garnalenbomschuit KW88. Ondanks toezeggingen van de gemeente Katwijk om dit te realiseren wordt er onnodig getreuzeld om daadwerkelijk in actie te komen,
- Aantrekkelijk, boeiend, relevant en interactief.

- Aanbrengen educatieve elementen en kinderlijn t.b.v. kinderen, families en gezinnen,
- Ruimte voor groepsactiviteiten,
- Aantrekkelijker worden voor de (buitenlandse) toerist met een toegankelijke en samenhangende introductie op kunst/cultuurgeschiedenis (DNA Katwijk - kunstenaarskolonie aan zee),
- Permanente presentatie met de meest interessante collectiestukken als uniek en onderscheidend DNA van Katwijk als kunstenaarskolonie in nationale en internationale context.

5.4 Educatie en publieksactiviteiten

Educatieprogramma's en publieksactiviteiten, behorend bij de vaste en tijdelijke tentoonstellingen, zijn belangrijke instrumenten om verhalen te vertellen en daarmee bezoekers te trekken. Kunst- en erfgoedprogramma's zullen worden aangepast aan de nieuwe visie van het Katwijks Museum en zijn beschikbaar voor scholen en voor een breed publiek.
De thema's die worden gebruikt voor de educatieve programma's en publieksactiviteiten zijn ontleend aan de missie van het Katwijks Museum: de Haagse school en de kunstenaarskolonie, het erfgoed gebaseerd op het DNA van Katwijk en de Canon van Katwijk.

Het educatieve aanbod
In het educatief aanbod zullen alle doelgroepen worden bediend. Een verdeling zal worden gemaakt tussen educatie voor het onderwijs en educatie voor andere bezoekers van het museum en educatie bij tijdelijke tentoonstellingen.

Schoolprogramma's
De educatieve programma's van het Katwijks Museum sluiten aan bij de leerdoelen die worden gebruikt in het onderwijs. Hierbij ligt de nadruk op creativiteit, kritisch denken, probleemoplossend vermogen, communicatie, digitale geletterdheid, sociaal culturele vaardigheden en zelfregulering. De kerndoelen die relevant zijn bij de verschillende programma's worden actief gecommuniceerd met scholen en docenten via de website van het museum. Dit is voor scholen belangrijk bij het plannen van museumbezoek. In de schoolprogramma's wordt gewerkt met thema's die aansluiten bij de visie van het museum en de kerndoelen in het onderwijs:
- Kunstzinnige vorming programma's
- Erfgoed historische programma's

Families en gezinnen
Voor families en gezinnen zijn er volop mogelijkheden om het publiek aan het museum te binden. Een overzicht van de publieksactiviteiten:
- Workshops, speurtochten, wisselende publieksactiviteiten
- Klederdrachtactiviteiten
- Jaarlijkse familiedag, kinder-kunst-dag
- Peuter/kleuteractiviteiten: 'Ga je mee met 'Krijn het duinkonijn?'
- Rondleidingen met gids
- Rondleidingen voor speciale groepen: bij voorbeeld, blinden en slechtzienden, mensen met dementie
- Vakantieactiviteiten
- Deelname landelijke acties musea, door de groots opgezette campagnes van deze landelijke acties worden veel mensen bereikt (Museum Jeugd Universiteit, Maand van de Geschiedenis, Nationale Museumweek)
- De Culturele Dag wordt bij voorkeur tijdens een tentoonstellingswissel georganiseerd
- Kinderfeestjes: met een leuk en interessant aanbod voor kinderfeestjes worden ook de jongsten in de doelgroep aangesproken

Individuele bezoekers/volwassenen educatie
Voor het kunstminnend publiek zijn er verschillende mogelijkheden. Museale programma's worden ontwikkeld in de vorm van arrangementen met bijvoorbeeld een lunch en een wandeling langs de beelden op de Boulevard.
Zelfstandig museumbezoek wordt ondersteund door schriftelijke informatie in de vorm van de folder/brochure en de QR-codes bij verschillende objecten. Daarnaast worden gespecialiseerde kunstrondleidingen en lezingen en workshops aangeboden.

Inclusief programmeren
Voor specifieke doelgroepen worden speciale rondleidingen ontwikkeld. Voor de begeleiding daarvan worden vrijwilligers geworven met kennis van gebarentaal, voor slechtzienden worden hands-on objecten geselecteerd. Er is ook aandacht voor de thema's eenzaamheid en dementie in samenwerking met het Welzijnskwartier en medewerkers van zorginstellingen.

6 MARKETING & PR

Uitdaging is om een goede mix van activiteiten/ evenementen te organiseren die zowel inhoud hebben als perswaardig zijn. Duurzame ontwikkeling is in dit licht ontzettend belangrijk voor het museum, want programmering kost veel geld en het draagt bij aan het imago van het museum.

6.1 Verhogen bezoekersaantallen

Het streven in deze beleidsperiode is voor PR en marketing om bezoekcijfers te verhogen tot circa. 40.000 betalende bezoekers per jaar én om een duidelijke zichtbaar aanwezig te zijn in de regio. Dit laatste om het museum meer (inter)nationaal te positioneren en om bezoekers te binden en te verleiden tot herhaalbezoek en donateurschap.

Om bovenstaande te realiseren worden de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- Inzet is een cross mediale communicatiestrategie, waarbij PR en marketing doelgroepspecifiek worden ingezet. Marketingacties moeten altijd een duidelijke Call to action aanbieden: wat kunnen bezoekers verwachten en wat kunnen ze gaan doen?
- Marketing ten behoeve van latent geïnteresseerden (grootste doelgroep) nadrukkelijk in richten op het verkopen van het verhaal. Goede marketing en PR gaan uit van het principe: vertel een herkenbaar en makkelijk te begrijpen verhaal. Het verhaal rond de kunstenaarskolonie in combinatie met het erfgoed is een kansrijk onderwerp op specifieke doelgroepen te benaderen, maar ook om verbreding van de huidige betrokken doelgroepen mogelijk te maken. Het wordt het invoelbaar en beleefbaar voor meer doelgroepen. De Pay-off wordt dan: *De Kunstenaarskolonie aan zee was de meest bezochte plek voor kunstenaars uit binnen- en buitenland.* Door het nadrukkelijker promoten van deze thematiek, kan een stevige basis worden gelegd voor een unieke identiteit en sterk imago op zowel lokaal als (inter) nationaal niveau. Voorwaarde is de intensivering van de relatie met touroperators en zakelijke arrangementenmarkt - en de ontwikkeling van producten en diensten,
- PR-activiteiten richten zich op actualiteit en nieuwswaarde (uniek en exotisch) van activiteiten en onderzoek *(free publicity)*. Zelf nieuws maken (dus geen kleinschalige of te lokale activiteiten pushen) d.m.v. eigen onderzoek en bijzondere verhalen achter schenkingen levert het meeste op. Voorwaarde is dat de relatie met lokale, regionale en nationale pers geïntensiveerd wordt (relatiebeheer),
- Programmering en marketing moeten beter op elkaar worden afgestemd; aan de hand van de drie p's: publiek, presentatie en publiciteit,
- Online marketing wordt in de toekomst steeds belangrijker. Steeds meer doelgroepen zijn digitaal actief. Online bereik je in potentie veel meer mensen. Het versturen van een goede mailing of het opzetten van een onlinecampagne met inhoudelijke tips levert veel op,
- Een promotioneel aanbod, zoals korting, geeft andere sectoren vaak een hogere conversie. Echter, is dat voor culturele instellingen niet altijd het geval. Bezoekers komen vaak speciaal voor een nieuwe tentoonstelling. Korting is dan een ondergeschikt belang. Focus dient te liggen op herhaling, uitbreiding en verscherping van de actie.

6.2 SWOT-analyse

Sterk
- Collectie
- Geschiedenis
- Monument

Zwak
- (Ontbreken van) helder beleid
- Sturing
- Vrijwilligersbeleid
- Gebrek aan zakelijkheid
- Naamsbekendheid

Kansen
- Interesse in eigen omgeving
- Plek in de samenleving
- Digitalisering
- Toename pensionado's
- Samenwerkingsverbanden

Bedreigingen
- Verlaging subsidie gemeente
- On-line, experience, virtuele musea
- Gaming
- Beschikbaarheid vrijwilligers

Voor een flink aantal zwaktes en bedreigingen zijn de acties in gang gezet:

- Nieuwe website zal medio 2023 worden opgeleverd
- Experience wordt in het Masterplan herinrichting meegenomen
- Vrijwilligersbeleid krijgt vorm in 2023
- Naamsbekendheid en daarmee een groeiend bezoekersaantal is speerpunt

- Museumaanbod wordt uitgebreid voor de gekozen doelgroepen
- Meer aandacht voor routing en de beleving in Masterplan herinrichting

6.3 Binding (spilfunctie en rol culturele ambities gemeente Katwijk) en samenwerking (participatie bedrijfsleven)

Het Katwijks Museum werkt met een aantal organisaties samen aan het levend en actueel houden van de geschiedenis en erfgoed van Katwijk. In de beleidsperiode van 2023 - 2027 zal in ieder geval gestreefd worden om bestaande succesvolle samenwerkingen verder uit te breiden en samenwerkingen tot stand te laten komen met onderstaande partijen:

- Historische verenigingen,
- Lokale ondernemers. De in 2022 ingezette samenwerking met BIZ Zeezijde (winkeliers en horeca in centrumgebied) zal de komende beleidsperiode nadrukkelijk verder worden verstevigd,
- Maatschappelijke organisaties in de regio (thema eenzaamheid, thema herinnering dementie, Alzheimer),
- Overheden,
- Nationale en regionale musea, archieven en erfgoedinstellingen,
- Participatie in diverse lokale en regionale platforms en (burger) initiatieven, bijvoorbeeld Cultuuralliantie Katwijk en Limes erfgoed depot en bezoekerscentrum.

7 CULTUREEL ONDERNEMEN

7.1 Cultureel ondernemen

Cultureel ondernemerschap en een duidelijkere *identiteit* zijn nodig om op basis van langere termijnstrategie tot toekomstbestendige exploitatieresultaten te komen.
De zoektocht naar inverdienmogelijkheden, staat los van de ambitie om de hoge bezoekersaantallen van ca. 40.000 te behalen in 2027. Het gaat om het bouwen van een totaalpakket en het vinden van de optimale vorm van *cross-selling*. Een totaalpakket dat voldoet aan de verwachting van bezoekers.

De exploitatie van het museum is nu gebaseerd op een mix van de volgende activiteiten:
- Kaartverkoop (entree),
- Winkelverkoop,
- Arrangementen particulier (rondleidingen, lezingen),
- Arrangementen zakelijk (rondleidingen, trouwlocatie, zaalverhuur en horeca),
- Horeca,
- Subsidies en fondsen,
- Donateurs en giften,
- Schenken en nalaten.

Van belang is zich in toenemende mate te richten op het relatiemanagement van touroperators en schoolbezoeken. Punt van aandacht blijft dat de *'look and feel'* van het museum (exterieur, interieur en presentaties) in toenemende zin moet aansluiten op de verwachting van bezoekers. Daarnaast is het van belang dat de winkelinrichting en winkelbeleving daarbij aansluit.
Dit dient frequent gemonitord te worden op basis van jaarlijks publieksonderzoek.

De gehele organisatie moet zich goed realiseren dat publiek een bepaalde mate van kwaliteit verwacht.

Publiek beoordeelt musea als serieuze, kwalitatieve instituten (geen pretpark), die toonaangevende en bijzondere activiteiten ontwikkelen. Dat betekent dat alle onderdelen van de organisatie moeten voldoen aan dit beeld - kwaliteit staat voorop en geldt voor alle onderdelen: entree, tentoonstellingen, dienstverlening, horeca, website, winkel, etc.
Tot slot betekent ondernemerschap ook risico nemen en mislukkingen incasseren. Zolang dit op verantwoorde wijze gebeurt, moet daar ruimte voor zijn - de organisatie krijgt hierdoor een zelflerend en commerciëler vermogen.

7.2 Personeel/vrijwilligers

De organisatie, die het museum beheert, bestaat bijna volledig uit vrijwilligers. Daarmee neemt het Katwijks Museum gerelateerd aan de activiteiten die het ontplooit, een unieke plaats in binnen de Nederlandse museumwereld. Het museum wordt gedragen door het enthousiasme van deze vrijwilligers. De permanente beschikbaarheid van nieuwe lichtingen vrijwilligers is een voorwaarde voor de continuïteit van de activiteiten in de huidige vorm. Een doorlopend punt van aandacht is daarom een regelmatige aanvulling van de gelederen met jongeren te voorzien. De werving van vrijwilligers behoeft aandacht en kan op verschillende manieren worden uitgevoerd, werving via digitale kanalen moet worden onderzocht.
Binding met de vrijwilligers is van groot belang. Het is noodzakelijk te onderzoeken op welke wijze er meer binding tussen de vrijwilligers kan ontstaan. Zij zijn de drijvende krachten in het museum. Deze grote groep van ca. 170 mensen verdient en vraagt daarom veel aandacht binnen de organisatie. Er wordt een vertrouwenspersoon aangesteld.

De poule van vrijwilligers bestaat uit de volgende commissie en werkgroepen:
- Suppoosten,
- Commissie tentoonstellingen,
- Commissie educatie,
- Commissie Marketing & PR,
- Commissie collectie,
- Werkgroep genealogie,
- Werkgroep klederdracht,
- Werkgroep bibliotheek.

De uniciteit van het Katwijks Museum, volledig gedragen door vrijwilligers, is tevens de kwetsbaarheid van het museum en de in dit document geformuleerde (groei- en ontwikkeling) ambities leggen een extra druk op het geheel. Het waarborgen van de continuïteit van het Katwijks Museum vergt welhaast 'bovenmenselijke prestaties'. Het onverkort vasthouden aan een vrijwilligers model is niet realistisch.

Vrijwilligersorganisatie

Het vrijwilligersbeleid waarin de taken en verantwoordelijkheden beschreven staan moet in deze beleidsperiode vorm gaan krijgen. Hierin wordt ook het opstellen van jaarplannen opgenomen.
De lijnen uit het organogram zijn kort en krachtig. De communicatielijnen zijn duidelijk neergezet. Alle werkgroepen hebben hun eigen expertise. De valkuil om niet meer aangesloten te zijn bij andere activiteiten van vrijwilligers is te ondervangen door coördinatoren aan

te wijzen. Zij zijn samen een team en zij hebben weer contact/overleg met zijn toegewezen bestuurslid als portefeuillehouder. Het is aan te bevelen om alleen die zaken te bespreken die museum breed van belang zijn. Problemen kunnen in de commissies zelfstandig worden opgelost, mocht de commissies er niet uitkomen, dan kan de coördinator van de commissies contact opnemen met zijn of haar contactpersoon van het bestuur.

Jaarlijks zijn er 4 momenten waarop de portefeuillehouder en coördinator een overleg hebben en voorstellen besproken kunnen worden:

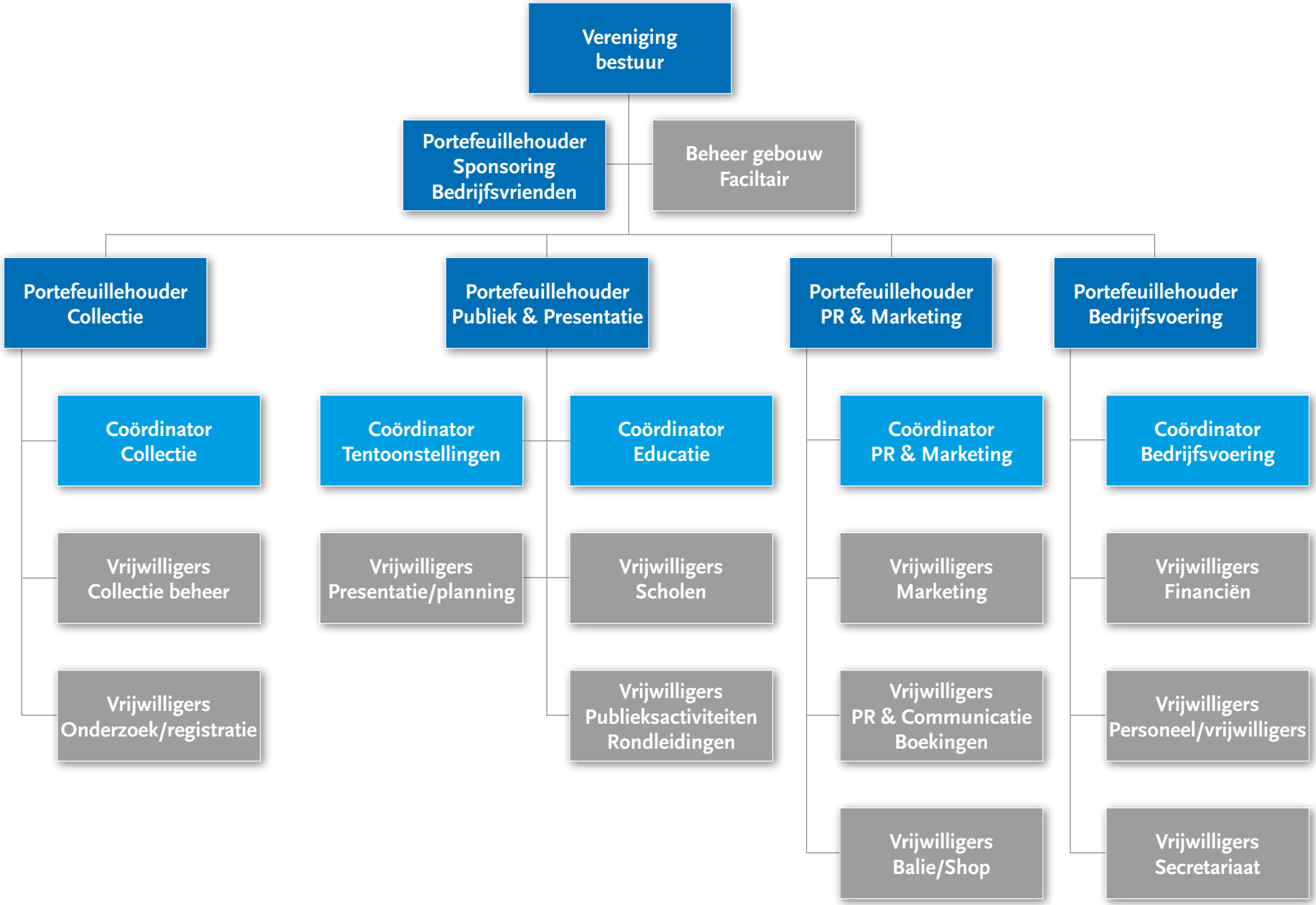
- Februari (input jaarverslag, voortgang voorjaarsprogramma),
- Mei (voortgang zomer/herfstprogramma),
- September (voorstellen volgend jaarplan inclusief begroting),
- November (goedkeuring voorstellen).

De coördinator van de werkgroep heeft een grote verantwoordelijkheid en regelt in principe alles zelf met de andere vrijwilligers van de commissie. Daar is veel vertrouwen voor nodig van het bestuur in de vrijwilligers. Het is daarom van belang om goed te blijven kijken naar de competenties van het bestuur. Naast het opstellen van functiebeschrijvingen voor vrijwilligers is het raadzaam om deze ook voor de bestuursleden op te stellen samen met competentieprofielen.

7.3 Bedrijfsvoering

Het Katwijks Museum richt zijn bedrijfsvoering en museale werkzaamheden in volgens de Code Cultural Governance (2019) en de laatste versie van de Museumnorm, welke is opgesteld door de Museumvereniging. Op het punt van de bedrijfsvoering is er in de periode 2023 -2027 sprake van een hoge mate van personele- en financiële onzekerheden. Dit leidt tot het professionaliseren van de organisatie op alle niveaus.

Het overzicht rechts geeft inzicht in de samenstelling van de vrijwilligersorganisatie.


Vereniging bestuur
Portefeuillehouder Sponsoring Bedrijfsvrienden
Beheer gebouw Faciltair
Portefeuillehouder Collectie
Portefeuillehouder Publiek & Presentatie
Portefeuillehouder PR & Marketing
Portefeuillehouder Bedrijfsvoering
Coördinator Collectie
Coördinator Tentoonstellingen
Coördinator Educatie
Coördinator PR & Marketing
Coördinator Bedrijfsvoering
Vrijwilligers Collectie beheer
Vrijwilligers Presentatie/planning
Vrijwilligers Scholen
Vrijwilligers Marketing
Vrijwilligers Financiën
Vrijwilligers Onderzoek/registratie
Vrijwilligers Publieksactiviteiten Rondleidingen
Vrijwilligers PR & Communicatie Boekingen
Vrijwilligers Personeel/vrijwilligers
Vrijwilligers Balie/Shop
Vrijwilligers Secretariaat

8 FINANCIËN

Zoals in de afgelopen hoofdstukken aangegeven staat het Katwijks Museum voor een belangrijke periode met zeer hoge investeringen en daarna een veel hoger kostenniveau dan het museum heeft gekend. Het is daarom ook van vitaal belang het financiële draagvlak te verbreden voor een duurzame toekomst van het Katwijks Museum. Er is een grote afhankelijkheid van de gemeentelijke subsidie waarvan het bedrag jaar op jaar gelijk is gebleven en ook in 2023 achter zal blijven bij de hoge inflatie. Dit is voor de toekomst van het museum geen goed uitgangspunt en betekent dat het museum ook andere verdienmodellen moet gaan onderzoeken. Om de ambities op het gebied van collectie, tentoonstellingen en educatie te realiseren zijn deze aanvullende inkomsten noodzakelijk, bij voorkeur structureel van aard.

8.1 Investeringen

Voor het toekomstbestendig maken van het Katwijks Museum zal de huidige museumpresentatie moeten veranderen. Dit zal in het Masterplan herinrichting tot uitdrukking moeten komen zoals beschreven in hoofdstuk 5. Wanneer de herinrichting kan worden uitgevoerd hangt af van de hoogte van de kosten en van de tijd die nodig is om de financiering rond te krijgen. Cruciaal onderdeel is de verhuizing van de KW88 naar het Katwijks Museum. Dit vergt sowieso een forse aanpassing van het gemeentelijk eigendom museumlocatie. Deze 'inhuizing' is zonder financiële support door de gemeente niet realiseerbaar. De verplaatsing van de KW88 is de katalysator voor de verdere herinrichting zoals we die in de komende beleidsperiode wensen uit te voeren. De financiering voor deze belangrijke investering verwacht het museum deels te kunnen realiseren via een sponsorcampagne en daarnaast externe fondsen te werven.

8.2 Kosten

Eerder in dit beleidsplan is aangegeven wat de ambities zijn op de onderwerpen zoals PR, tentoonstellingen en educatie. Ook is aangegeven dat het een uniciteit is dat het museum volledig wordt gedragen door vrijwilligers maar dat dit ook juist de kwetsbaarheid vormt om bij de ambities om de continuïteit te waarborgen. Het loslaten van een volledig vrijwilligersmodel zal hoge jaarlijks terugkomende kosten met zich mee brengen. Vrijwilligers zijn en blijven van fundamenteel belang voor het museum maar het aanstellen van een bescheiden professioneel kader is onontbeerlijk om de kwaliteit en continuïteit te leveren om een toekomstbestendig museum te garanderen. Personeelslasten zullen een belangrijke kostencategorie worden.

8.3 Eigen inkomsten

Om de hogere kosten te kunnen opbrengen zal eerst ingezet moeten worden op het vergroten van de eigen inkomsten. Hogere bezoekersaantallen, circa 40.000 in 2027, zullen meer entree-inkomsten genereren, maar daarnaast moet er ook een hogere omzet per bezoeker worden gerealiseerd. Dit zal ten eerste worden behaald door de hogere entreeprijzen vanaf 1 januari 2023, maar het is ook de bedoeling dat er meer omzet wordt gegenereerd met de horeca en de winkel. Het uitnodigen van bezoekers tot het doen van eenmalige giften zal worden geïntensiveerd.

8.4 Leden vereniging Genootschap 'Oud Katwijk' (GOK)

Het aantal leden van het GOK stagneert, terwijl dit voor de gemeente kenmerkend kan zijn hoeveel draagvlak er binnen de gemeente bestaat voor het museum en de gemeentelijke subsidie. De bijdrage van het lidmaatschap is laag met € 12,50 per jaar en daar staan aanzienlijke kosten tegenover met de uitgifte van het populaire ledenblad. Het vermoeden bestaat dat de achterban van het museum veel groter is dan het aantal leden van het GOK. Het is belangrijk om die achterban verder aan te spreken om lid te worden aangezien dit ook een opstap kan zijn om vriend/particulier begunstiger te worden.

8.5 Vrienden, particuliere begunstigers

De huidige particuliere ondersteuning van het museum bestaat uit Vrienden die nauw betrokken zijn bij het museum. Het aantal leden, alsmede de netto-opbrengst van deze Vrienden groeit langzaam. Om de noodzakelijke groei in de particuliere ondersteuning te bewerkstelligen wil het museum hier op korte termijn weer een stevige impuls aan geven.
De eerste stap zal zijn het opzetten van een aansprekende campagne waarbij actief wordt geworven.
Het is een intensief proces met aandacht voor hospitality, speciale evenementen en andere tegenprestaties. Daarnaast is het belangrijk het netwerk te onderhouden.

8.6 Sponsoring

Veel mensen overschatten de kansen voor sponsoring van de musea en zeker voor de kleinere zoals het Katwijks Museum. Maar met aansprekende museumplannen is het zeker mogelijk sponsoren aan te trekken. Hoeveel het zal opleveren is bij voorbaat niet te zeggen. Met een actieve benadering naar het bedrijfsleven in de regio Katwijk, waar grote bedrijven zijn gevestigd, zal blijken dat er veel sponsormogelijkheden zijn. Het is interessant om deze markt af te tasten. Hiervoor zal ook een Bedrijfsvrienden club opgestart worden om bedrijven de mogelijkheid te bieden zich langdurig, drie tot vijf jaar, aan het museum te kunnen binden. Dit creëert bekendheid, maatschappelijk draagvlak en uitbreiding van het netwerk. 'What's in it for me' is voor het bedrijfsleven belangrijk, dat betekent dat de tegenprestatie in de vorm van sponsorpakketten met grote zorg worden samengesteld. Voor de Bedrijfsvrienden-activiteiten zal de museum villa een prachtige stijlvolle ambiance zijn om elkaar regelmatig te ontmoeten.

8.7 Fondsen

De fondsen zijn bij uitstek geschikt voor speciale projecten om financiële bijdragen te genereren. Dit is al gebleken in het verleden. Het zijn intensieve trajecten en legt een grote druk op de organisatie om dit tot een goed einde te brengen. Structureel meer eigen inkomsten verwerven heeft dan ook de voorkeur.

8.8 Gemeente en zorgplicht

Alhoewel leden, vrienden, sponsors en fondsen de nodige inkomsten kunnen genereren zijn deze inkomsten vaak gelabeld voor de uitbreiding van de collectie of investeringen in het museum. Ze zijn in de meeste gevallen niet beschikbaar voor het sluiten van een exploitatiesaldo. Daarin moeten de eigen inkomsten voorzien waar de komende jaren zwaar op wordt ingezet. Ook de gemeente zal meer moeten bijdragen om de continuïteit van het museum te waarborgen. Alhoewel het de doelstelling van het museum is om de geschiedenis en erfgoed van Katwijk te besturen en te presenteren via de collectie, heeft de gemeente daarin ook een zorgplicht om daarin bij te staan. Zonder of met te weinig steun zal het museum niet kunnen voldoen aan deze taak. Daarom zal het museum in een heldere business case via het aanbestedingsmodel MAG (maatschappelijke agenda) uitleggen wat de toegevoegde waarde van het museum in breedste zin voor de gemeente is, wat we moeten doen, wat het gaat kosten en wat het gaat opleveren.

BIJLAGE

Museumnorm Museumvereniging

1. Het museum onderschrijft de ‘Ethische Code voor musea’
2. Het museum heeft een document dat de juridische status en de museale doelstelling benoemt en een document waaruit blijkt dat, ongeacht de rechtspersoon, eventuele winst ten goede komt aan de museale doelstelling
3. Het museum maakt een beleidsplan, welke periodiek wordt geactualiseerd
4. Het museum maakt een jaarverslag en een jaarrekening met akkoordverklaring conform de statuten
5. Het museum past de Governance Code Cultuur toe
6. Het museum zorgt voor de veiligheid van de personen en collecties: het museum heeft een veiligheidsbeleid
7. Het museum zorgt voor bekwaam personeel om zijn museale doelstelling te bereiken: het museum heeft een personeels- en/of vrijwilligersbeleid
8. Het museum heeft een collectie: tenminste 50% van de kerncollectie is in eigendom of langdurige bruikleen
9. Het museum heeft een meerjarig collectieplan. Bij eventueel af te stoten collectie wordt de LAMO toegepast
10. Het museum doet voorafgaande aan de verwerving van een object zijn uiterste best om de herkomst vast te stellen
11. Het museum is erop gericht dat alle objecten een objectnummer, een beschrijving, verwervingsgegevens en een standplaats hebben en zorgt dat deze informatie toegankelijk is en blijft
12. Het museum waarborgt dat zijn collectie op een verantwoorde wijze behouden wordt
13. Het museum zorgt ervoor dat er onderzoek naar de collectie gedaan wordt en waarborgt de overdracht van de resultaten
14. Het museum zorgt voor fysieke toegankelijkheid en communiceert eventuele beperkingen in fysieke toegankelijkheid duidelijk met publiek
15. Het museum is open op vaste tijden en/of gedurende regelmatige periodes
16. Het museum zorgt dat de collectie en informatie over de collectie voor iedereen toegankelijk is en blijft
17. Het museum zorgt voor overdracht van de betekenissen van de collectie en van het onderwerp waar men zich mee bezighoudt: het museum heeft een presentatie- en een educatiebeleid

HALFRIDE
MAKE IT AWESOME