

**HOOFDLIJNEN  
VAN HET BELEIDSPLAN  
2016 t/m 2020  
VAN  
STICHTING MUSEUM DE VIER  
QUARTIEREN**

Vastgesteld door bestuur op 10-08-2017

**'HOE ZIT DAT? ZO ZIT DAT!'**



# 1. Ons verhaal: een nieuw museumconcept

## HOE ZIT DAT?

De keuze voor een nieuw en ander museumconcept is gebaseerd op een onderzoek naar de huidige status en resultaten van museum de Vier Quartieren. Verder liggen analyses, studies en creatieve sessies door het bestuur tezamen met deskundigen ten grondslag aan de gemaakte keuze.

De ambities van het bestuur zijn helder: museum de Vier Quartieren heeft de toekomst. Het prachtige pand in zijn mooie en rijk historische omgeving en de verhalen van de burgers door de jaren heen bieden samen genoeg om de bezoeker van het museum een betekenisvolle ervaring te bieden.

De conclusies van het onderzoek en de ambities resulteren samen in de omslag naar een nieuw museumconcept.

### **Missie en doelstellingen**

In lijn met de doelstelling van het museum de Vier Quartieren en na een uitgebreide onderzoeksfase en keuze voor een nieuw museumconcept zijn de missie en de doelstellingen opgesteld:

#### *Missie*

Museum de Vier Quartieren is een lokaal museum dat door middel van verhalen de historie van Oirschot en haar omgeving met objecten tentoonstelt en verbindingen legt met het heden en de toekomst.

#### *Doelstellingen*

Door de invoering van een nieuw museumconcept en de start met het verhaal van de Oirschotse stoel (ambacht, ontwerp en bedrijvigheid)

- is er een toename in bezoekers: jaarlijks ca. 15.000 bezoekers,
- neemt onder het aantal bezoekers het aantal inwoners en jongeren substantieel toe,
- beoordelen de bezoekers het museum positief: reviews zijn in lijn met de doelstellingen van het nieuwe museumconcept,
- is het museum financieel krachtig: inkomsten - uitgaven in balans.

### **Een nieuw museumconcept**

Het nieuwe museumconcept staat voor inspirerende exposities en passende positionering:

- Het museum is van en voor iedereen. De inwoners van Oirschot worden actief uitgenodigd om bij te dragen aan deze metamorfose. Het museum wordt meer van en voor iedereen.
- Focus op de inwoners van Oirschot.
- Heden en verleden verbinden.
- Minder is meer. Er is meer aandacht voor de topstukken, die de aandacht krijgen die ze verdienen.
- Open deuren: diversiteit in doelgroepen, iedereen is welkom.
- Grensverleggend: buiten is binnen en binnen is buiten. Verhalen leiden overal naar toe. Het museum verlegt haar grenzen naar buiten. Zo ontstaat een compleet, integraal beeld.

- Het verleden en het heden wordt behandeld en er wordt een indruk gegeven van de toekomst van een thema.

Iedere expositie dient te voldoen aan de bovenstaande criteria. Daarnaast is bewust gekozen voor een nieuw middel om het museumbezoek te ervaren: in het museum de Vier Quartieren staan verhalen centraal.

### **Verhalen verrassen, inspireren, raken en verbinden**

Verhalen vormen het bindmiddel tussen en voor bezoekers, burgers, betrokkenen bij het museum.

Museum de Vier Quartieren kiest ervoor om aan de hand van verhalen de bezoeker kennis te laten maken met een tentoonstelling over een bepaald thema. Het thema verandert in de loop van de tijd, de manier van verhalen vertellen 'over hoe iets zit' blijft. Topstukken uit de bestaande en vernieuwde collectie ondersteunen het verhaal. Bezoekers worden geactiveerd en uitgenodigd om zelf hun verhaal te delen. Het museum de Vier Quartieren ondergaat een metamorfose naar een plek waar je verhalen hoort en verhalen deelt.

Voor de eerste jaren (2017- naar verwachting 2024, afhankelijk van reviews en bezoekersaantallen) is gekozen voor het verhaal van de Oirschotse stoel.

### **Het verhaal van de Oirschotse stoel en meer**

Het museum de Vier Quartieren start haar nieuwe beleidsperiode en tegelijkertijd haar heropening met verhalen over de meubelindustrie, kenmerkend voor Oirschot en omgeving. De Oirschotse stoel is het eerste thema wat het museum aan de hand van het nieuwe concept vertelt:

Het Kempische dorp Oirschot is onlosmakelijk verbonden met de stoel. Oirschot kent ongeveer 11.000 inwoners en is historisch een typisch agrarisch dorp. Naast de landbouw als voornaamste bestaansmiddel, is door de vooruitziende blik, het lef en het doorzettingsvermogen van twee families medio 1800 de meubelindustrie verbonden met Oirschot. De geschiedenis van de meubelindustrie en de betekenis voor het dorp Oirschot vormt het centrale thema wat is terug te vinden in het vernieuwde museum.

De geschiedenis van de Oirschotse meubelindustrie vanaf 1850, het verhaal van de ex-fabrikanten, makers en de ontwerpers wordt tentoongesteld met behulp van moderne en aantrekkelijke technieken. De bezoeker maakt ook zeker kennis met de hedendaagse meubelindustrie en de industrie van de toekomst. Het verhaal van de Oirschotse stoel zie je terug in het museum én in het hele dorp.

Het verhaal van de Oirschotse stoel wordt verteld aan de hand van:

- Interviews met persoonlijke verhalen van oud-meubelmakers uit Oirschot
- Interviews met meubeldesigners van dit moment, zoals Piet-Hein Eek
- Bijzondere foto's en filmopnamen
- Unieke stoelen en ontwerpen
- De geschiedenis van de Oirschotse stoel
- Het gebruik van de stoel in het dagelijkse leven
- Ontwerp van de stoel en het design van een stoel in het heden en de toekomst, al dan niet samengebracht met onderwijsinstellingen (ontwerp, ambacht, e.d.)

### **Verbinding met huidige collecties**

De topstukken van het museum uit de huidige collecties worden gekoesterd en krijgen meer aandacht. De stukken worden op een verfrissende manier gepresenteerd en vinden aansluiting bij het verhaal van de Oirschotse stoel. De verhalen van de topstukken worden opnieuw opgehaald en gepresenteerd in lijn met de algehele metamorfose.

## 2. Financieel beleid

### **Begroting en financieel jaaroverzicht.**

Door het bestuur wordt jaarlijks een begroting opgesteld. Deze begroting is het sturingsinstrument voor het museum voor de uitvoering van het beleid van het komende jaar. In de begroting is gespecificeerd aangegeven waarvoor wij de middelen het komende jaar inzetten. Gedurende het jaar bewaken wij de verschillende deelbudgetten. Na afloop van het jaar maken wij een financieel jaaroverzicht. Beide financiële stukken gebruiken wij ook voor informatie naar derden.

De financiële stand van zaken van het museum stemt onvoldoende tot tevredenheid:

- inkomsten van het aantal (betalende) bezoekers blijft achter
- subsidies worden geneutraliseerd

De omslag naar een nieuw museumconcept is noodzakelijk, maar ook dat brengt kosten met zich mee.

### **Sponsoring, giften, subsidies**

Op bestuurlijk niveau vindt regelmatig contact plaats met het bestuur van de Vriendenkring van het museum. Waar nodig kan een beroep op haar worden gedaan.

Op kantoorinventaris, computerapparatuur e.d. vindt jaarlijkse afschrijving plaats. Er ligt een afschrijvings- en aankoopreserveringsplan aan ten grondslag.

Alle noodzakelijke verzekeringen zijn afgesloten. Periodiek worden deze opnieuw bezien en neemt het bestuur, zo nodig, besluiten tot aanpassing.

### **ANBI-status**

Museum de Vier Quartieren is per 1 januari 2008 aangemerkt als ANBI-instelling onder nummer 8072.27.274. Het voordeel van deze status is dat hiermee gebruik gemaakt kan worden van bepaalde belastingvoordelen (zoals bijvoorbeeld vrijstelling van schenking- en successierecht en giftenaftrek).

### ACTIES financieel beleid

- Separate begroting opstellen van herinrichting (Noot: is in 2016 uitgevoerd)
- Actualisatie van begroting going concern (na herinrichting): inkomsten en uitgaven in balans brengen aan de hand van het nieuw museumconcept en verwachte bezoekersaantallen. (Noot: meerjaren-exploitantiebegroting is in 2016 opgesteld)
- Actief beleid richting sponsoring, giften en schenkingen: aan de hand van de vastgestelde begroting, beleidsplan en presentatie over het nieuwe concept actief benaderen en verzoeken indienen voor een financiële bijdrage en voortgang bewaken. (Noot: voor uitvoering van het herinrichtingsplan zijn diverse organisaties aangeschreven om financieel bij te dragen. Een aantal daarvan, zoals 3 lokale steunstichtingen, het VSB-Fonds, Pr. Bernhard Cultuurfonds en Erfgoed Brabant heeft al bijdragen toegezegd. De Rabobank wil meewerken maar wacht af wat de gemeente Oirschot doet. De gemeente staat achter het plan maar heeft vooralsnog geen financiële medewerking toegezegd).
- Behoud van de ANBI-status: evalueren status en indien van toepassing uitvoering van vervolgacties.

### 3. Educatie

Educatie is één van de belangrijke kernwaarden van het museum. Het museum is van en voor iedereen. Jongeren zijn een belangrijke en interessante doelgroep. Zeker door het verspreiden van verhalen, worden zij betrokken bij de historie van hun dorp, van hun medebewoners maar geven zij het ook nieuwe energie naar de toekomst.

De (school)gaande jeugd uit Oirschot en omgeving wordt actief betrokken bij het museum. Educatie is een belangrijke activiteit voor schoolgaande kinderen van zowel basis- als voortgezet onderwijs. Het museum heeft hier de afgelopen jaren aanhoudend aandacht aan gegeven door het opstellen van en deelnemen in projecten voor jongeren. Dit wordt zeker gecontinueerd.

Het museum wil het educatieve niet beperken tot deze projecten maar wil hier verder in gaan. Concreet streven we ernaar dit uit te breiden met lessen, rondleidingen en andere educatieve activiteiten. Ook jongeren van vervolgoopleidingen zoals de Design Academy Eindhoven zijn een doelgroep. Om het museum meer bekendheid te geven kunnen we de ontvangstruimte beschikbaar stellen voor bijvoorbeeld culturele verenigingen, die workshops of lezingen kunnen geven, of atelier, ontwerpruimten aanbieden aan studenten.

Ook het gebruik van audio/visuele middelen moeten we stimuleren. Hierdoor geven we veel meer informatie over de objecten en ook in het kader van educatieve projecten heeft dit toegevoegde waarde.

#### ACTIES educatie

- Onderwijsprojecten worden uitgebreid en geactualiseerd door het opzetten van educatieve projecten en de schoolgaande jeugd nog meer bij het museum te betrekken.
- Ontvangstruimte beschikbaar stellen voor culturele verenigingen.
- Actief benaderen van jongeren vanaf 18 jaar (vervolgoopleidingen: design, ambacht) en hen in de gelegenheid stellen hun ontwerpen e.d. te exposeren in het museum (voor bijvoorbeeld perioden van 3-4 maanden).

### 4. Huisvesting en veiligheid

#### **Huisvesting**

Museum De Vier Quartieren is gehuisvest in een prachtig gerestaureerd 16<sup>de</sup>-eeuws kapittelhuis (rijksmonument). Een deel van het pand is verhuurd aan de Regio-VVV Zuidoost-Brabant, kantoor Oirschot. Dit pand is in eigendom van Stichting Het Kapittelhuis en wordt voor onbepaalde tijd gehuurd.

Jaarlijks wordt in opdracht van die stichting de kwaliteit van de huisvesting geïnspecteerd door de Monumentenwacht van de provincie Noord-Brabant. Onderhoudsplannen en reparaties zijn mede gebaseerd op het jaarlijkse rapport van genoemde Monumentenwacht. Er is een meerjarig onderhoudsprogramma.

Het nieuwe museumconcept heeft ook betekenis en gevolgen voor de totale inrichting (binnen en buiten) en onderhoudsprogramma.

#### ACTIES huisvesting in samenspraak met de verhuurder

- Verbouwplan opstellen, vaststellen en uitvoeren conform nieuw concept en eerste thema.
- In samenspraak met Monumentenwacht kwaliteit na verbouwing bepalen.
- Actualisatie van Meerjarenonderhoudsplan na verbouwing.

## **Veiligheid**

Er is een door de Arbodienst goedgekeurd 'Algemeen veiligheidsplan' ten behoeve van museum De Vier Quartieren en het kantoor van de Regio-VVV. In het plan is onder andere geregeld dat de medewerkers (vrijwilligers) in voorkomende gevallen bedrijfshulpverlening (BHV) moeten geven. Deze deskundigheid hebben wij ondergebracht bij de medewerkers van de Regio-VVV.

Op verschillende plaatsen in het museum is de routing naar de nooduitgang(en) aangegeven. Verder is voor het gebouw een alarmsysteem en een videobewakingsysteem operationeel en zijn vanuit het bestuur contactpersonen aangewezen waarmee in geval van alarmering door de alarmcentrale contact wordt opgenomen.

Uiteraard is en blijft veiligheid door de aanpassingen in het gebouw en andere routing een belangrijke beleidsactiviteit. Veiligheid is van belang voor de bezoekers, vrijwilligers en alle gasten, daar worden geen concessies aan verleend.

### ACTIES veiligheid

- Actualiseren van het 'Algemeen Veiligheidsplan'.
- Alarmsysteem periodiek testen qua gebruik en opvolging.

## **5. Personeel en organisatieontwikkelingen**

Een nieuw museumconcept heeft ook gevolgen voor het leiden en organiseren van een museum: de inrichting, de communicatie, de educatie.

Dit betekent dat de vrijwilligers bijgeschoold moeten worden. Daarnaast is gezien de respectievelijk hoge leeftijd van de grote groep vrijwilligers, actie gewenst richting de continuïteit.

### ACTIES personeel en organisatieontwikkelingen

- Kennis over de collectie en de vernieuwde werkwijze: bijscholingsplan opstellen en uitvoeren.
- Continuïteit van de bezetting: aantrekken van nieuwe vrijwilligers.

## **6. Collecties en beleid**

### **Registratie**

De collecties in ons museum bestaan uit:

- de collectie van de Stichting Van den Bergh-Lap (SBL);
- de collectie W. Knippenberg (WK);
- de collectie Hand en Span (HS);
- de eigen museumcollectie (M) waaronder de collectie poffers en kruiken.

De drie eerstgenoemde collecties zijn geen eigendom van het museum maar in bruikleen gekregen. Daar liggen bruikleenovereenkomsten onder.

Het overgrote deel van de objecten uit de collecties is genummerd en beschreven in Adlib. Een groot deel daarvan moet nog wel voorzien worden van foto's .

### **Verwerving, selectie en afstoting collecties**

Met het oog op de af te handelen collectiebeschrijving is de afgelopen periode aan de collectievorming geen prioriteit gegeven.

Verwerving, selectie en afstoting moeten passen binnen de doelstellingen van ons museum. Verder kan vermeld worden dat sinds 2008 jaarlijks wordt gereserveerd voor aankoop van collecties of onderdelen van collecties om op deze manier slagvaardig te kunnen handelen als zich een gelegenheid voordoet een passend object in eigendom te verkrijgen.

### **Behoud en beheer van de collecties**

Om de museumstukken in goede staat te houden, controleren we minimaal eenmaal per jaar alle objecten om te zien of ze nog in een goede staat verkeren. Indien er beschadigingen zijn worden ze (indien mogelijk) gerepareerd. Ook controleren we op houtworm, motten, vochtvlekken en roestvorming.

De depots maken we regelmatig schoon en controleren we (vooral bij de ramen) op insecten om te voorkomen dat de museumstukken aangetast worden.

#### Acties collecties en beleid

- De in Adlib ingebrachte gegevens van museumstukken voorzien van fotomateriaal.
- Verwerving, selectie en, daar waar mogelijk en verantwoord, afstoting van museumstukken.
- Openbaar maken van de collectie door deze te koppelen aan de website van het museum.

## **7. Publieksactiviteiten, tentoonstellingen en bezoekers**

De publieksactiviteiten vallen grofweg uiteen in tentoonstellingsactiviteiten en overige activiteiten. De tentoonstellingsactiviteiten stemmen we zoveel mogelijk af op de hedendaagse smaak van het publiek. Dit betekent onder meer dat audiovisuele media een grote rol gaan spelen in de ondersteuning van de tentoonstellingen. De overige activiteiten bestaan uit een of meer meerdaagse evenementen, schoolbezoeken, etc.

De semipermanente opstelling van de collecties, de kern van het museum, draagt in grote mate bij aan de positionering en profilering van het museum en aan het bereiken van de doelstellingen. Wij vragen ons permanent af of de manier waarop de collecties zijn opgesteld nog voldoen aan de wensen van de gemiddelde museumbezoeker. De keuze voor een nieuw museumconcept is daarbij relevant.

Daarnaast zijn er gehele jaar wisseltentoonstellingen over uiteenlopende onderwerpen, die moeten aansluiten op de doelstellingen en uitgangspunten van het museum. Ook deze wisseltentoonstellingen dienen te voldoen aan de criteria, de uitgangspunten van het nieuwe museumconcept.

#### ACTIES publieksactiviteiten, tentoonstellingen en bezoekers

- Het opstellen van een meerjarenplan 'tentoonstellingen' voor de permanente, semipermanente en wisseltentoonstellingen. De criteria c.q. uitgangspunten van het nieuwe museumconcept zijn leidend.
- PR-plan opstellen wat aansluit bij het meerjarenplan 'tentoonstellingen': website, Facebook, folders, persberichten, evenementen, verhalenvertellers.

## **8. Automatisering**

Op het gebied van ICT hebben we een basisuitrusting: de beschikking over een PC en laptop, een ADSL-verbinding voor internet en in het hele gebouw is WiFi (draadloos internet) aanwezig. Daarnaast hanteren we de werkwijze van het ADLIB-systeem (registratiesysteem

voor museale collecties) waarmee we de vastgelegde objecten met hun beschrijving voor het publiek beschikbaar worden gesteld.

De website van het museum en Facebook zijn belangrijke media om het publiek te informeren over het museum. Op de website vindt men niet alleen algemene informatie over het museum maar ook gegevens over de collecties, wisseltentoonstellingen, arrangementen, rondleidingen en educatie. De website en facebook zijn in eigen beheer waardoor we goed in staat zijn de actualiteit te waarborgen. Van belang is dat de website en facebook actueel zijn en blijven en een goede weergave zijn van het aanbod, de sfeer en de mogelijkheden van het vernieuwde museum.

De belangstellenden voor ons museum moeten de mogelijkheid krijgen via de website arrangementen te boeken, een bezoek aan het museum af te spreken en naar keuze gegevens van collecties op te vragen. Daarnaast moet het een sfeer oproepen, een indruk afgeven die correspondeert met het museum (na de herinrichting). Ze moeten nieuwsgierig en enthousiast worden.

Ook op het gebied van audio en video willen we investeren en onze bezoekers kwaliteit bieden. Beeld, geluid en mogelijkheden te reageren (interactief) bij de tentoongestelde items, in lijn met ons nieuwe concept.

#### ACTIES automatisering

- Opstellen automatiseringsplan (verbinding, middelen, continuïteit, scholing).
- Actualisatie van Facebook en de website in lijn met het museumconcept en de tentoonstellingen.
- Aanbieden en kunnen selecteren, afnemen van arrangementen via de website, al dan niet in samenwerking en samenspraak met andere lokale culturele/horecaorganisaties.

## **9. Communicatie en marketing**

Op de website van het museum staat informatie over de collecties, wisseltentoonstellingen openingstijden en toegangsprijzen. Daarnaast maken wij ook gebruik van andere culturele en toeristische instanties om ons aan het publiek te presenteren. Ook de plaatselijke pers gebruiken we hiervoor.

Bij de introductie van een nieuw museumconcept en de keuze voor de Oirschotse stoel als centrale thema de eerste jaren, willen we ons gericht gaan presenteren om meer publiek naar het museum te halen.

Eenzijds door meer afwisseling aan te brengen in de tentoonstellingen en anderzijds gericht reclame te maken en arrangementen aan te bieden aan bedrijven, instellingen en dergelijke.

Een van de doelstellingen is om de inwoner van Oirschot en een jonger publiek aan te trekken. De gemiddelde leeftijd van de huidige bezoekers ligt boven de 55 jaar. Dit betekent ook iets in het aanbod van onze tentoonstellingen. Hier zullen we bewuster de inwoner en de jongere bezoeker in ogenschouw moeten nemen.

Naast de digitale informatie moeten de traditionele media in beeld blijven, zoals regionale kranten, plaatselijke weekbladen, lokale omroep, Omroep Brabant. Persberichten over een nieuwe wisseltentoonstelling, over functiewisselingen, over bijzondere evenementen dienen adequate informatie te verstrekken en bijtijds verstuurd te worden.

### **Marketing en public relations**



Waar nodig en haalbaar moet het museum participeren in toeristisch-recreatieve arrangementen en regionale samenwerkingsverbanden.

#### ACTIES communicatie en marketing

- Het museum in volle breedte (inhoud van de (wissel)tentoonstellingen, acties en evenementen, live verhalenvertellers, doe-activiteiten, bij andere lokale en regionale partijen) middels PR en marketing bekend maken bij de diverse doelgroepen aan de hand van een Marketing-, communicatie- en PR plan.

## 10. Gastvrijheid

Een 'goed gastheerschap' is essentieel voor een bezoeker. In het museum gebruiken we een 'gastenboek' waar bezoekers hun reacties op het museum kwijt kunnen. De reacties zijn bevestiging of input voor verbeteringen. Dit gaan we ook digitaal uitbreiden. Steeds meer bezoekers zullen voorafgaand (thuis) onderzoeken of een bezoek de moeite waard is. Een goede online review helpt hier bij, evenals het vooraf kunnen zien wat het museum biedt zonder alles vooraf prijs te geven. Ook onderzoeken we continue of de bezoekers in de loop van de tijd andere wensen en behoeften hebben. Dat kan op een kleine onderdelen zijn, maar ook grotere activiteiten, ideeën of wensen. Bewegwijzering naar het museum is essentieel. Vanuit de centrale markt is het prachtige historische pand niet goed zichtbaar. Het bieden van een goed museumrestaurant is een onderwerp wat uit de onderzoeksfase naar een nieuw museumconcept zeker naar voren is gekomen. Het aanbod (alleen koffie en thee) is nu te beperkt.

#### ACTIES gastvrijheid

- Digitaal uitbreiden van het gastenboek.
- Continue onderzoek naar wensen en behoeften van de bezoekers, en deze omzetten in zichtbare verbeteringen.
- Verbeteren van de zichtbaarheid van het museum in het gehele dorp, door o.a. contacten te leggen met de detailhandel en de horeca.
- Opstellen en uitvoeren plan van aanpak museumrestaurant als onderdeel van het vernieuwde museumconcept.

## 11. Samenwerking

Samenwerking met andere partijen is van groot belang want 'Samen kom je verder'. Het museum kent al meerdere samenwerkingsverbanden, zowel binnen als buiten de gemeente Oirschot (ca 15). Gedurende het proces naar een nieuw museumconcept is helder geworden dat het interessant en zinvol is in de toekomst het aantal samenwerkingsrelaties uit te breiden.

#### ACTIES samenwerking

- Nieuwe samenwerkingsverbanden worden nagestreefd als sprake is van meerwaarde, en bestaande onderhouden. Dit alles in lijn met de doelstellingen van het museum. Het museumconcept is daarbij leidend.