

**Beleidsplan Speelgoed- en
Carnavalsmuseum 'Op Stelten'
2015-2020**



INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	1
1. INLEIDING	2
1.1. Dankwoord	2
1.2. Indeling beleidsplan	2
2. VISIE EN MISSIE HET MUSEUM	3
3. STRATEGISCHE BELEIDSVOORNEMENS	4
3.1. Terugblik	4
3.2. Strategische beleidsvoornemens 2015-2020	5
4. BESTAANSRECHT EN VOORTBESTAAN	7
4.1. Bestaansrecht	7
4.2. Voortbestaan	7
5. DE SPEELGOEDCOLLECTIE	8
5.1. Terugblik	8
5.2. Collectiebeleid	8
5.3. Doelstellingen	9
6. CARNAVALSCOLLECTIE	10
6.1. Terugblik	10
6.2. Huidige structuur	10
6.3. Doelstellingen	10
7. DE BEZOEKER VAN HET MUSEUM	12
7.1. Terugblik ontwikkeling bezoekersaantal	12
7.2. Samenstelling bezoek	12
7.3. Waardering door de bezoeker	13
7.4. Doelstellingen bezoek	13
7.5. PR en marketing	13

8.	ORGANISATIE EN PERSONEEL	15
8.1.	Terugblik	15
8.2.	Huidige structuur	15
8.3.	Doelstellingen	16
8.4.	Samenwerking	16
9.	FINANCIEN EN BEGROTING	18
9.1.	Terugblik	18
9.2.	Huidige situatie	18
9.3.	Algemene doelstellingen	18
9.4.	Specifieke beleidsvoornemens 2015-2020	18
10.	HUISVESTING	19
10.1.	Situatie sinds 2010	19
10.2.	Beheer	19
10.3.	Automatisering	19

VOORWOORD

In het afgelopen decennium heeft de ontwikkeling van ons Speelgoed- en Carnavalsmuseum 'Op Stelten' een versnelling doorgemaakt, zowel inhoudelijk-conceptueel als financieel-organisatorisch.

Een belangrijke mijlpaal was op 11 juni 2010 bij de opening van het Huis voor Erfgoed met ons Speelgoed- en Carnavalsmuseum 'op Stelten' als hoofdgebruiker en beheerder. Hiermee kreeg het museum de beschikking over een nieuwe, grotere locatie en een aantrekkelijk ontworpen en meer belevingsgerichte vaste expositie. Ook een grote ruimte voor tijdelijke exposities en een aantrekkelijke ruimte voor een museumwinkel en museumcafé maken deel uit van het complex. Daarnaast zijn er de nodige facilitaire ruimtes alsmede een uitgebreide werk- en depotruimte voor de niet tentoongestelde collectiestukken aanwezig.

Sindsdien hebben veel bezoekers hun weg naar het museum weten te vinden. Tegelijkertijd zijn er steeds meer inspanningen nodig om mensen tot een bezoek te verleiden en nog eens terug te komen. Reden voor ons om binnen het pakket aan exposities één maal per jaar een "grote", heel bijzondere expositie te houden om extra exposure te krijgen en meer bezoek te trekken. Dit lijkt in de praktijk goed te werken.

Door verdere profesionalisering is het museum in staat gebleken een voorlopige museumregistratie te krijgen. Tegelijkertijd is de marketing en promotie geïntensiveerd om nieuwe doelgroepen te bereiken. Hierbinnen past ook het invoeren van de Museumkaart per 1 januari 2015. De verwachting is dat deze een nieuwe groep bezoekers zal aantrekken en ook de drempel voor herhalingsbezoek zal verlagen. Daarnaast zullen we ook gebruik gaan maken van de marketingmogelijkheden die de museumkaart met zich meebrengt.

Stichting Speelgoed- en Carnavalsmuseum 'Op Stelten', voorjaar 2015

1. INLEIDING

1.1. Dankwoord

Met gepaste trots presenteren we het beleidsplan 2015-2020. Voor het tot stand komen van dit plan en al wat de afgelopen jaren tot stand gebracht is, willen we in de eerste plaats alle vrijwilligers bedanken voor hun inzet, hun gastvrijheid die zij bieden aan bezoekers en gebruikers van het museum, hun trouw en betrouwbaarheid en hun niet aflatende enthousiasme.

In de tweede plaats bedanken we de gemeente Oosterhout voor al haar inzet en financiële ondersteuning. De stappen die in het afgelopen decennium samen zijn gezet, hebben geleid tot een prachtig, eigentijds museum waarop we als stichting én gemeente zeker trots mogen zijn. Verder hebben we het nieuwe museum kunnen realiseren mede dankzij financiële medewerking van de provincie Noord-Brabant, Erfgoed Brabant, een aantal (cultuur-)fondsen en vele lokale partijen.

In de derde plaats dank aan de Vrienden van het Speelgoedmuseum en de Suppoosten Buiten Dienst van het Carnavalsmuseum, waarvan er velen ons museum al jarenlang financieel en anderszins ondersteunen.

Tot slot bedanken we alle bezoekers en gebruikers van het museum. Hun bezoek, belangstelling en waardering vormen voor ons allen de drijfveer om van elk museumbezoek een bijzondere beleving en ervaring te maken.

1.2. Indeling beleidsplan

Het beleidsplan dient behalve als leidraad voor de toekomst ook als een reflectie voor het museum zelf. Het kent na het voorwoord en deze inleiding de volgende hoofdstukken:

- *Hoofdstuk 2*: de beschrijving van de visie en missie. Hierin is kernachtig verwoord waar het museum voor staat en hoe ze dit hoopt te bereiken;
- *Hoofdstuk 3*: een terugblik op de vorige beleidsperiode en formulering van de beleidsvoornemens voor de periode t/m 2020;
- *Hoofdstuk 4*: bestaansrecht en voortbestaan. Op welke wijze vindt het museum haar erkenning. Wie of wat biedt de beste garantie voor het voortbestaan van het museum;
- *Hoofdstuk 5*: de speelgoedcollectie. Hierin wordt ingegaan op 'het wezen' van de collectie en wordt ingegaan op het collectieplan voor het speelgoed;
- *Hoofdstuk 6*: de carnavalscollectie, als bijzondere collectie van het museum en het collectieplan voor de carnavalverzameling;
- *Hoofdstuk 7*: de bezoeker. Hoeveel mensen bezochten het museum, hoe ziet het bezoekersprofiel eruit, hoe is de waardering en wat zijn de doelstellingen om de omvang en tevredenheid van het bezoek verder te verhogen;
- *Hoofdstuk 8*: organisatie en personeel. Hierbij wordt vooral ingegaan op de organisatorische structuur;
- *Hoofdstuk 9*: het beleid ten aanzien van de financiën;
- *Hoofdstuk 10*: de huisvesting, met daarbij vooral aandacht voor het pand waarin het museum sinds 2010 gehuisvest is.

2. VISIE EN MISSIE HET MUSEUM

Het museum wil met haar bijzondere collectie kinderen en volwassenen aanspreken in respectievelijk hun jeugdige gevoelens en in hun nieuwsgierigheid. Het museum wil bij mensen, jong en oud, herinnering en verwondering oproepen en appelleren op het vermogen dat ieder heeft: spelen.

Het Speelgoed- en Carnavalsmuseum wil binnen haar thematiek toonaangevend zijn in Nederland en wil zich onderscheiden van andere musea door een zoveel mogelijk belevingsgericht concept en interactie met de museumbezoeker.

Realisering van deze visie gebeurt door:

- Het verzamelen, beheren, behouden, presenteren en documenteren van de speelgoed- en carnavalscollectie;
- Het ontsluiten van de collectie voor een breed publiek, waaronder Oosterhouters, bezoekers uit de regio, (verblijfs-)toeristen, scholen, groepen (bus tours, reünies/families) en mensen met een specifieke passie voor (bepaalde soorten) speelgoed;
- Het ontwikkelen en presenteren van tentoonstellingen (waaronder jaarlijks een 'blockbuster');
- Het verder uitwerken en ontwikkelen van educatieve programma's voor scholen;
- Het in stand houden en verder uitbreiden van de kennis van en data over de collecties van het museum. Dit is mogelijk via de bibliotheek en/of met data uit andere bronnen (bijv. via internet);
- Het stimuleren van onderzoek naar herkomst en betekenis van speelgoed;
- Het laten kennismaken door het publiek met de collectie alsmede het informeren over de collectie.

Het museum voelt zich met haar speelgoed- en carnavalscollectie sterk verbonden met de stad Oosterhout, zowel vanuit de traditie en cultuur (aansluitend op meer dan 60 jaar Oosterhouts/ Kaaiendonks carnaval) als vanuit het profiel en beleid van de gemeente ('Oosterhout familiestad').

Hoewel gehuisvest in één museum en geëxploiteerd door één stichting kent de speelgoedcollectie enerzijds en de carnavalscollectie anderzijds, verschillen in omvang, reikwijdte en betekenis:

- De speelgoedcollectie kent een zeer omvangrijke en gedifferentieerde collectie met een grotendeels nationale betekenis en behelst een lange tijdsperiode met een accent op het tijdvak 1850-1960;
- De carnavalscollectie is als collectie specifiek toegespitst op het Oosterhoutse (= 'Kaaiendonkse') carnaval en heeft betrekking op de periode vanaf halverwege de jaren '50 tot heden en heeft primair een lokaal-regionale betekenis.

3. STRATEGISCHE BELEIDSVOORNEMENS

3.1. Terugblik

Alvorens de strategische beleidsvoornemens te formuleren, willen we kort terugblikken op de vorige beleidsplannen (2007-2012 en 2012-2016). Welke beleidsvoornemens waren hierin geformuleerd en in welke mate zijn we erin geslaagd deze te realiseren?

Organisatie

- *Voornemen*: een vernieuwde constructie voor het uitvoeren van de dagelijkse leiding door een betere verdeling van de werkdruk en spreiding van verantwoordelijkheden. De conservatortaken en coördinatietaken waren verenigd in één vrijwilliger en dat werd als ongewenst ervaren. De oplossing kan gevonden worden in de benoeming van een directeur met een management team;
- *Stand van zaken 2015*: Bij de verhuizing in 2010 is een nieuwe organisatiestructuur ingevoerd waarin het bestuur meer op afstand staat en op hoofdlijnen aanstuurt en een managementteam onder leiding van een (onbezoldigde) directeur dat verantwoordelijk is voor de dagelijkse gang van zaken. Hierdoor zijn de conservator- en coördinatietaken gesplitst en verdeeld over verschillende personen. Voor de conservator is daardoor meer ruimte ontstaan voor haar/zijn primaire taak van behoud, uitbreiding, registratie en exposeren van de collectie. Deze taak blijkt overigens nog steeds relatief zwaar, waardoor een verdere opsplitsing op termijn niet uitgesloten wordt. Het streven naar het aantrekken van een betaalde en professionele kracht is wegens gebrek aan financiële middelen niet gelukt.

Financiën

- *Voornemen*: verbetering van de financiële situatie (die anno 2007 zorgelijk was) door een nieuwe organisatiestructuur, hogere bezoekersaantallen, (daarmee) meer en hogere inkomsten uit bezoek en een intensivering van de sponsorwerving;
- *Stand van zaken 2015*: de financiële situatie is momenteel redelijk stabiel mede dankzij belangrijke bijdragen van overheden en bedrijfsleven in de verbouwing en inrichting van het nieuwe museum. Ook de gelden die vrijkwamen uit het afstoten van het vorige pand hebben hieraan bijgedragen. Hogere eigen inkomsten uit bezoek (zowel aantal bezoekers als bestedingen per bezoek) en het laag houden van de kosten (onder meer door het uitsluitend werken met vrijwilligers) zorgen daarnaast voor een dekkende exploitatie. Het opbouwen van enige financiële buffer blijft dringend noodzakelijk, omdat de bijdragen vanuit de overheid onder druk staan en sponsoren moeilijker te werven zijn. Daarbij blijft het museum streven naar meer bezoekers en het behoud van een hoge kwaliteit van dienstverlening. Verder zijn in het museum vernieuwingen noodzakelijk in de vaste opstelling, die om nieuwe investeringen vragen. Immers de opzet en inhoud van het museum zijn de afgelopen vijf jaar nauwelijks veranderd. Om mensen te motiveren het museum nog een tweede of derde keer te bezoeken, zijn deze veranderingen wel noodzakelijk.

Collectie

- *Voornemen*: uitbreiding van de collectie met museale stukken uit de periode na 1960 en een geautomatiseerde registratie van de collectie ten behoeve van de ontsluiting van de collectie voor eigen medewerkers en publiek. Werken naar lidmaatschap van de Nederlandse Museumvereniging.
- *Stand van zaken 2015*: uitbreiding van de collectie met museale stukken is slechts tot stand gekomen door donaties, de consolidatie van het museum liet geen capaciteit over voor het werven van fondsen en het onderzoeken en aankopen van nieuwe museale stukken. Wel zijn we er door een aanzienlijke inspanning in geslaagd een voorlopige museumregistratie te verkrijgen. Het registreren van de collectie is in volle gang, digitale ontsluiting voor museummedewerkers is ten dele geregeld, digitale toegang voor publiek is momenteel slechts op verzoek mogelijk.

Recentelijk is voor de speelgoedcollectie het beleidsplan 2015-2020 opgesteld met daarin o.a. aandacht voor uitbreiding van de collectie na 1960. Dat heeft geleid tot plannen voor inrichting van een vaste expositie over de ontwikkeling van computerspellen/games. Daarnaast is ons museum per oktober 2014 lid van de Nederlandse Museumvereniging en voeren we per 1 januari 2015 de Museumkaart. Aan de museumregistratie wordt hard gewerkt om de voorlopige registratie zo spoedig mogelijk om te kunnen zetten in een definitieve.

Marketing en PR-beleid

- *Voornemen:* het opstellen van een marketing en pr-plan om te voorkomen dat er ad hoc en door teveel personen actie wordt ondernomen, waardoor een structurele lijn ontbreekt;
- *Stand van zaken 2015:* de activiteiten op gebied van marketing en pr zijn sterk geïntensiveerd en er is samenwerking gezocht met andere musea en attracties om te komen tot arrangementen.

3.2. Strategische beleidsvoornemens 2015-2020

De belangrijkste beleidsvoornemens voor de komende periode zijn onderstaand kort en kernachtig verwoord en komen in de volgende hoofdstukken verder aan de orde:

Organisatie

- De organisatie bestaat nu uit circa 50 vrijwilligers en is hiermee kwetsbaar, zeker indien we de beoogde groei de komende jaren willen realiseren. Het streven is derhalve om de organisatie per saldo met circa 20%/10 mensen uit te breiden;
- Door de hoge gemiddelde leeftijd (circa 65 jaar) is het vrijwilligersbestand kwetsbaar en vormt het onvoldoende een afspiegeling van de maatschappij. Het streven is om bij het werven van nieuwe vrijwilligers nadrukkelijk ook jongere mensen te zoeken;
- In combinatie met het voorgaande punt zoeken we niet alleen meer en gemiddeld jongere vrijwilligers maar ook mensen die vanuit een specifieke kennis en ervaring iets kunnen toevoegen aan de organisatie (bijv. ICT, social media, restauratie speelgoed).

Financiën

- Blijven streven naar een structureel financieel gezonde exploitatie door het aantrekken van meer bezoekers die gemiddeld meer besteden en het werven van fondsen/sponsors;
- De komende jaren fondsen verwerven door het aantrekken van meer bezoekers die gemiddeld meer besteden en het werven van fondsen/sponsors, zodat er jaarlijks geïnvesteerd kan worden in minimaal één vernieuwing of kleine uitbreiding van de vaste expositie. Dit is nodig omdat na 5 jaar voor veel bezoekers (vooral herhaalbezoekers) het echt nieuwe eraf is. Het is derhalve van groot belang voldoende middelen te reserveren voor herinrichting;
- E.e.a. geldt ook voor de jaarlijkse grote tijdelijke expositie, er wordt gezocht naar een terugkerend evenement dat toch vernieuwend/nieuw is;

Collectie/vaste expositie

- Blijvend investeren in de vernieuwing van de collecties, voor de komende periode in ieder geval in de uitbreiding van de collectie met speelgoed van na 1960;
- Volwaardige Museumregistratie in 2015;
- Afronding van de vaste expositie door de inrichting van de gang, door hieraan een aantrekkelijker en meer bij de rest van het museum passende invulling te geven;
- Het meer toegankelijk maken van de vaste collecties voor de bezoeker door wervende teksten en gebruik maken van moderne technologie.

Marketing en PR

- Voor de langere termijn blijven we het streven naar een bezoekersaantal van 25.000 per jaar vasthouden. Voor de komende 5 jaar streven we naar een groei richting 15.000 per jaar;
- Opstellen van een meer gestructureerd marketing en pr-plan;
- Opstellen van een sponsorplan;
- Upgrading van de website en het meer en intensiever gebruik van social media.

4. BESTAANSRECHT EN VOORTBESTAAN

4.1. Bestaansrecht

Oorsprong en identiteit

Het Speelgoedmuseum 'op Stelten' is ontstaan uit de verzamelliefde van het echtpaar Nellie en Wim Heemskerk. Zij hebben grote en kleine waardevolle, museale stukken bijeen gebracht, waarmee de basis is gelegd voor de collectie tot wat deze nu is: bijzonder en met historische waarde. Door de huidige vaste expositie is deze sinds 2010 ook meer beleefbaar en aantrekkelijk tentoongesteld.

Het museum beschikt over een collectie speelgoed uit de periode 1750–1960, waaraan enkele jaren geleden de grote poppencollectie van het voormalige Poppen- en speelgoedmuseum in Tilburg is toegevoegd. Naast vele bijzondere poppen bevat deze collectie interessante deelcollecties zoals speelgoed van Nederlands fabricaat.

Verder beschikt het museum over een bijzondere collectie van het Kaaiendonks Carnaval, die een beeld schetst van het carnaval in Oosterhout sinds halverwege de jaren '50 (zie hoofdstuk 6 voor nadere informatie over deze bijzondere collectie).

Erkenning en betekenis

De vroegste erkenning van het museum is gerealiseerd door het echtpaar Heemskerk, als verzamelaars en stichters. Na de verkoop heeft de Stichting Speelgoedmuseum 'op Stelten' ervoor gezorgd dat de erkenning is gewaarborgd en toegenomen. De voor de stichting werkzame vrijwilligers erkennen en versterken het museum in haar bestaansrecht; de inzet voor en betrokkenheid met het museum is erg groot. Ook de vermelding van het museum in de Cultuurnota van de gemeente Oosterhout bevestigt en versterkt de culturele identiteit en betekenis van het museum. Dit heeft zich (2010) onder meer vertaald in de verhuizing van het museum naar het nieuwe Huis voor Erfgoed in de voormalige Zandheuvelschool. Deze verhuizing is voor het grootste deel financieel mogelijk gemaakt door de gemeente. De verhuizing naar een bijzonder en historisch pand heeft het tevens mogelijk gemaakt dat het museum ook in de wijze van presenteren en toegankelijkheid een belangrijke kwaliteitsslag heeft kunnen maken.

4.2. Voortbestaan

Door de nieuwe huisvesting, de aangepaste vaste expositie, een strakkere en heldere organisatiestructuur en een sanering van de financiële situatie ziet het voortbestaan er voor de korte termijn (komende 2-3 jaar) positief uit. Voor de wat langere termijn zijn er wel enkele aandachts-/zorgpunten:

- De geheel op vrijwilligers gestoelde organisatie is en blijft kwetsbaar. In de praktijk groeit de organisatie weinig en veroudert het vrijwilligersbestand. Dit terwijl voor een verdere groei van het museum een grotere organisatie met meer gespecialiseerde medewerkers een noodzaak is;
- De financiële situatie is nu op orde, waar deze in de afgelopen jaren nog zeer zorgelijk was. Tegelijkertijd zien we als gevolg van de aanhoudende moeilijke economische situatie dat zowel bij de overheid als het bedrijfsleven bezuinigd en gereorganiseerd moet worden. Dit zal naar verwachting ook zijn invloed hebben op ons museum en vraagt nog meer van ons museum om te laten zien hoe bijzonder en onderscheidend onze collectie en wijze van presenteren is;
- Het publiek/de bezoeker is tegenwoordig verwend en veel gewend en daarmee kritisch. Dit betekent dat we, ook al is de huidige vaste expositie pas 5 jaar oud, komende jaren voortdurend moeten vernieuwen en innoveren (zie eerder). Hier zal voor de komende jaren dan ook budget voor vrijgemaakt moeten worden.

5. DE SPEELGOEDCOLLECTIE

5.1. Terugblik

Het museum had tot voor kort een summier geschreven collectieplan, waarin beleid was opgenomen omtrent de collectievorming, de completering en de modernisering van de collectieregistratie, het verzamelbeleid en aan- en verkoopbeleid.

Een goed collectieplan is voor het museum van grote waarde vanwege de conservering van de collectie voor de toekomst en vanwege de museale functie van de collectie voor het publiek. Daarom is recentelijk het bestaande collectieplan herzien en als collectieplan 2015-2020 vastgesteld.

De collectie (kern- en deelcollecties) omvat nu de periode 1750 tot circa 1960. De laatste grote uitbreiding betrof de aankoop van de collectie van het Poppen- en speelgoedmuseum uit Tilburg. Sindsdien is de collectie min of meer statisch. Nieuwe stukken die leemtes vullen in genoemde collectieperiode werden niet structureel aangeschaft. Wel heeft het museum nieuwe items verworven door schenkingen en incidentele kleine aanschaffingen.

5.2. Collectiebeleid

Recentelijk is door de exploitatiestichting samen met collectiestichtingen een belangrijke aanzet gegeven voor een meer fundamenteel collectiebeleid. Belangrijke uitkomsten van de discussie en de hieruit voortvloeiende analyse zijn de volgende:

Vaststellen uitgangspunten collectie

Het doel van de collectie is:

- Een zo compleet mogelijk beeld te schetsen van de ontwikkeling van het speelgoed in de tijd gezien;
- Aan de hand van speelgoed waarmee ook daadwerkelijk gespeeld is/kon worden;
- Met kwalitatief hoogwaardige collectiestukken;
- Met een breed scala aan deelcollecties en individuele collectiestukken;
- Met daarin een aantal accenten in de vorm van topstukken, waaronder momenteel de Ankerstenencollectie, de Meccano, de toverlantaarns en de bijzondere poppencollectie;
- Dat ouders en grootouders hun (klein)kinderen kunnen laten zien waarmee zij vroeger speelden.
- Het bij bezoekers oproepen van verbazing over het speelgoed van vroeger (dus nog van voor hun eigen kindertijd).

Kwaliteit collectie

Voor het nastreven en behouden van een goede kwaliteit van de collectie is het volgende van belang:

- Behoud en beheer; hierbij zal aandacht worden besteed aan het klimaat (vooral temperatuur en relatieve vochtigheid) en de invloed van het gebouw op de collectie (lichtinval, tocht e.d.);
- Registratie (gedigitaliseerd in tekst en beeld) en documentatie (zie later in deze paragraaf);
- Verzamelbeleid (verzamelen en afstoten): hiervoor zijn eerste aanzetten gedaan door een indeling van de collectie te hanteren in verschillende categorieën, variërend van A-categorie waarvoor actief verdiepen en verbreden centraal staat tot de D-categorie waarop collectiestukken staan die uit de collectie afgestoten mogen worden;
- Onderzoek; het ligt in de bedoeling meer onderzoek te doen naar de herkomst, betekenis en waarde van de collectie en de verschillende stukken hierin.

Opslag collectie/indeling depot

Het deel van de collectie dat momenteel geen onderdeel uitmaakt van de vaste expositie wordt opgeslagen in het depot. Hiervoor is een plan van aanpak opgesteld. In dit kader zijn onder meer de volgende maatregelen genomen:

- Er zijn voorzieningen getroffen die weerinvloeden op het depot (op zolder) zoveel mogelijk beperken, zoals speciaal folie op de ramen om warmte en licht buiten te houden, er wordt onderzocht of aanvullende maatregelen nodig zijn om in het bijzonder kwetsbare stukken te kunnen conserveren;
- Regelmatige controles op ongedierte en mogelijke lekkages in het depot (op zolder);
- Beperkingen van het gebruik van het depot om het zo goed mogelijk stofvrij te kunnen houden. Verder worden waar mogelijk en noodzakelijk collectiestukken opgeborgen in speciale dozen/kratten;
- Gewerkt gaat worden aan het zoveel mogelijk digitaliseren van teksten en beelden om die voor de toekomst veilig te stellen.

Collectiebeleid

Geconstateerd is dat de collectie momenteel niet in balans is. De collectie kent een zwaartepunt in de periode 1850-1960, voor en na deze periode is een grote lacune. Verder zijn er grote verschillen binnen de deelcollecties. Daarom is besloten om binnen de deelcollecties te kiezen voor één van de volgende acties:

- Actief investeren in stukken die sterk gezichtsbepalend zijn voor het museum;
- Conserveren van die stukken die wel passen binnen de collectie maar niet gezichtsbepalend zijn voor het museum;
- Overwegen stukken af te stoten die we niet noodzakelijkerwijs willen behouden voor het museum omdat deze noch gezichtsbepalend zijn noch passen binnen de verschillende deelcollecties.

Collectie- en museumregistratie

In 2014 heeft het museum bij de Museumvereniging de voorlopige museumregistratie aangevraagd en gekregen. Omdat in 2014 het beleid van het museumregister en de museumvereniging is gewijzigd, is het noodzakelijk geworden voor 2015 vol in te zetten op het verkrijgen van de volledige museumregistratie.

5.3. Doelstellingen

De doelstellingen zoals in het voorgaande beleidsplan vastgesteld zijn grotendeels nog onverkort van toepassing met enkele aanvullingen/actualiseringen:

- Goed beheer en behoud van de kern- en deelcollecties;
- Onderhouden en automatisering van de collectieregistratie;
- Uitbreiding collectie voor periode 1850 en na 1960 door nader uit te werken verkoop- en aankoopbeleid;
- Toegankelijker, interessanter en meer beleefbaar maken van de collectie door onder andere invoeren van nieuwe presentatie- en interactieve technieken, passend bij het huidige museum en de huidige permanente tentoonstelling;
- Professionalisering door financiering te realiseren voor het eventueel inhuren van een beroepskracht voor het realiseren van bovengenoemde doelstellingen;
- Financiën genereren voor aanschaf nieuw collectiemateriaal door sponsoring en het aanvragen van subsidies bij diverse fondsinstellingen.

6. CARNAVALSCOLLECTIE

Gezien het uitermate specifieke karakter van de carnavalscollectie, is hier een apart hoofdstuk aan gewijd in dit beleidsplan.

6.1. Terugblik

In 2006 opende de Oosterhoutse burgemeester Helmi Huijbregts-Schiedon het Kaaiendonks Carnavalsmuseum. Het Carnavalsmuseum heeft het op zich genomen om de historie van het carnaval in Oosterhout op te tekenen en tot uitdrukking te brengen in hun collectie. De verzamelde collectie, spontaan in bruikleen gegeven door inwoners van Oosterhout, verdient een plek om tentoongesteld en bezichtigd te worden en te laten zien hoe Carnaval 'spelen' is voor jong en oud.

De oprichters hebben met het realiseren van het carnavalsmuseum een prachtig initiatief genomen. Met de realisatie van het carnavalsmuseum is een open plek in Oosterhout en in de regio gevuld en het museum vormt een completering van de Oosterhoutse culturele signatuur.

Het Speelgoedmuseum 'op Stelten' bood het nieuwe museum niet alleen graag onderdak, maar ondersteunde het in de ontwikkeling tot volwaardig museum. Doelstelling daarbij was uiteindelijk samengaan van de beide musea met behoud van de eigen identiteit en signatuur. In 2010 is dat samengaan bekrachtigd met de oprichting van de nieuwe Stichting Speelgoed- en Carnavalsmuseum 'op Stelten'.

6.2. Huidige structuur

De carnavalscollectie is in bruikleen bij of in eigendom van de Stichting Collectie Kaaiendonks Carnavalsmuseum. De collectiestichting heeft de collectie in bruikleen gegeven aan de Stichting Speelgoed- en Carnavalsmuseum 'op Stelten' (exploitatiestichting).

De carnavalscollectie heeft – als bijzondere collectie – een eigen ruimte in het museum gekregen. Op die manier wordt carnaval in Oosterhout als één geheel gepresenteerd.

6.3. Doelstellingen

Statutair heeft de Stichting Collectie Kaaiendonks Carnavalsmuseum zich de volgende doelstelling opgelegd:

'Het behoud en de ontwikkeling van het cultuurgood carnaval, in en rondom Kaaiendonk, in de ruimste zin van het woord'.

Die doelstelling wordt in het Collectieplan 2014-2018 verder uitgewerkt. Het doel van de collectie is een zo compleet mogelijk beeld schetsen van de ontwikkeling van het carnaval in Oosterhout vanaf de eerste vermelding tot heden, waarbij een nadruk ligt op de periode na 1955;

- Aan de hand van attributen, foto's en ander beeldmateriaal en geluidsopnamen;
- Met kwalitatief hoogwaardige collectiestukken;
- Met een breed scala aan collectiestukken.

Daarnaast heeft de Stichting Collectie Kaaiendonks Carnavalsmuseum op het punt uitbreiden en completeren van de collectie nog de volgende speerpunten aangeduid:

- Uitbreiden van de collectie met meer carnavalskunst. Hiertoe wordt actief actie ondernomen om materiaal van de lokale Oosterhoutse kunstenaars rond het thema carnaval in eigendom te krijgen. Streven is om een unieke deelcollectie carnavalskunst te vergaren;
- Het verder uitbreiden van de collectie foto's en filmmateriaal en het digitaliseren daarvan, zodat het digitaal ook aan derden ter beschikking kan worden gesteld;
- Het maken van een (of meer) audiovisuele presentatie(s) over carnaval, op basis van het beschikbare beeldmateriaal in de collectie, waarin in een tijdsbestek van ongeveer 11 minuten een helder beeld gegeven wordt over de geschiedenis van de carnavalsviering in Kaaiendonk;
- Het realiseren van jaarlijks minimaal één grote wisseltentoonstelling over carnaval, waarbij steeds nieuwe thema's aan bod kunnen komen.

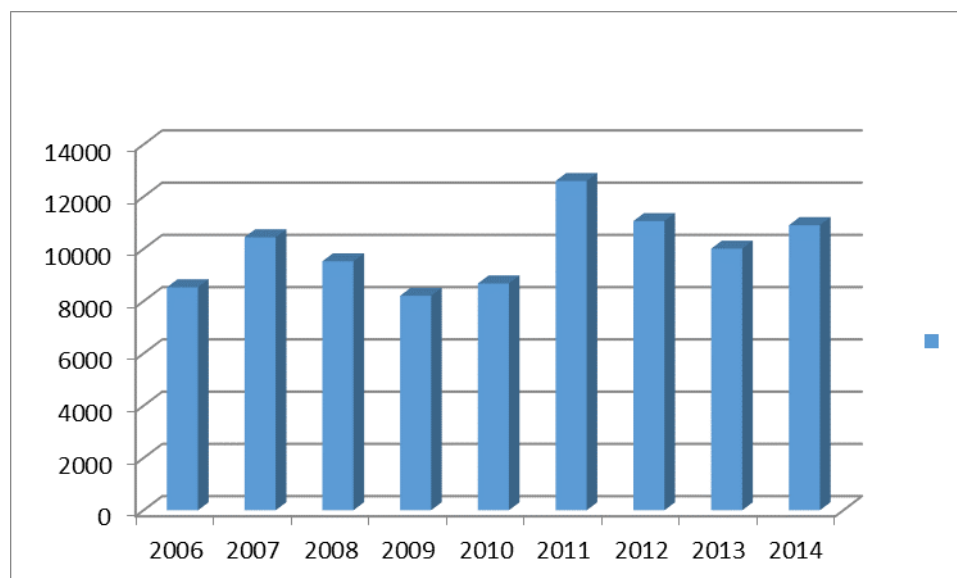
7. DE BEZOEKER VAN HET MUSEUM

7.1. Terugblik ontwikkeling bezoekersaantal

Het bezoek aan het Speelgoedmuseum kent, gemiddeld genomen, een groei in het afgelopen decennium. Waar in de periode tot 2010 het gemiddelde op circa 9.000 bezoekers per jaar lag, was dit in de periode vanaf 2010 gemiddeld circa 11.000 bezoekers met bovendien een gemiddeld hoger bestedingsniveau. Zie ook het beeld in de onderstaande tabel. Ter toelichting op het beeld van de afgelopen 5 jaar (sinds de opening op de nieuwe locatie):

- In 2010 was het aantal bezoekers 8.680 in zeven maanden (tijdelijk gesloten vanwege de verhuizing). Vertaald naar een jaartotaal zou dit bijna 15.000 bezoekers geweest zijn;
- In 2013 hadden we te maken met een sterk tegenvallend bezoek o.a. door de (te) mooie zomer, de terugval van de free publicity van de eerste jaren na openstelling en de economische omstandigheden.

Voor de langere termijn blijft een groei richting 25.000 bezoeken per jaar het uitgangspunt. Voor de middellange termijn (komende 5 jaar) zetten we in op een groei naar 15.000 per jaar.



Uit een nadere analyse blijkt dat circa de helft van het bezoek komt in de maand van de voorjaarsvakanties (april/mei), de zomer(juli-augustus) en de herfstvakantie (oktober), m.a.w. ruim de helft van het bezoek komt in circa 4 maanden tijd. Het streven is dan ook om naast een stijging van het bezoek ook meer spreiding over het jaar te realiseren.

7.2. Samenstelling bezoek

Uit cijfers van het museum zelf van de afgelopen jaren, blijkt dat groepen goed zijn voor zeker 30% van het jaarbezoek. Hierbij waren scholen en groepen volwassenen het belangrijkste. Verder valt op dat het bezoek van individuele volwassenen hoger ligt dan individuele kinderen.

Uit het publieksonderzoek dat door Erfgoed Brabant en Vrijtijdshuis Brabant is uitgevoerd in 2010 kort na de opening op de nieuwe locatie blijkt uit het bezoekersprofiel dat de gemiddelde leeftijd van de

bezoeker relatief hoog is (> 55 jaar), dat hij/zij relatief hoog opgeleid (55% HBO of WO opleiding) is en bij driekwart van het bezoek men vergezeld werd door familie, vrienden of kennissen.

Verder blijkt uit eigen ervaring van het museum dat vooral sinds de heropening van het museum steeds meer groepen die iets te vieren hebben (jubileum, verjaardag, 25/40/50 jaar huwelijksfeest etc.) een bezoek en rondleiding combineren met het feest zelf (incl. catering).

7.3. Waardering door de bezoeker

Uit het eerder gememoreerde onderzoek van Erfgoed en Vrijtijdshuis Brabant blijkt dat de waardering van het museum hoog is. Met een gemiddeld rapportcijfer van 8,4 schaarde het museum zich bij de beste 25% van deelnemende Brabantse musea (11 van de 48 musea).

Bovengemiddeld hoog (ten opzichte van de andere Brabantse musea) scoorde het museum met de inhoud en de presentatie van het tentoongestelde (gemiddeld bijna 8,5), de klantvriendelijkheid (8,8!), de algemene sfeer van het museum (8,4) alsmede de geschiktheid voor kinderen (7,9) en de mogelijkheden voor eten/drinken (7,9).

Minder dan gemiddeld scoorde het museum op bereikbaarheid met openbaar vervoer (5,8), parkeren (6,8) en de informatie over het tentoongestelde (7,2).

7.4. Doelstellingen bezoek

Belangrijke doelstellingen die het museum de komende jaren wil nastreven zijn:

- Voor de komende 5 jaar is een groei naar 15.000 het streven en op langere termijn het behalen van een bezoekersaantal van circa 25.000 op jaarbasis;
- Het aanspreken van een nog breder publiek door een gerichte verbreding en verdieping van de collectie en het nog attractiever en interactiever presenteren van de vaste collectie en tijdelijke exposities in het museum;
- De educatieve en maatschappelijke functie bevorderen door het beschikbaar stellen van materiaal voor spreekbeurten en werkstukken op basisschoolniveau en het ontwikkelen van een lesprogramma ontwikkelen op basis- en middelbaar schoolniveau;
- Het nog meer uitdragen van de mogelijkheden om een museumbezoek en rondleiding te combineren met de viering van een feest of teambuildings/ zakelijke bijeenkomst in een inspirerende en bijzondere omgeving;
- Het bestuur wil marketing en pr actiever benutten om de bekendheid van het museum verder te vergroten en het bezoekersaantal aanzienlijk te verhogen o.a. door het meer bezoek genereren van buiten de regio;
- Het benutten van de marketingmogelijkheden die de Museumkaart heeft om ook de doelgroep van de 'frequente museumbezoeker' meer aan ons te binden.

7.5. PR en marketing

Het museum beschikt over een klein PR-team met een beperkt budget. Desondanks timmert het museum op het punt van marketing en pr nadrukkelijk aan de weg. Het museum is er in geslaagd om een plaats te veroveren op de stedelijke en regionale kaart en activiteiten van het museum worden volop onder de aandacht gebracht van lokale en regionale media.

PR elementen zijn:

- Een consistente huisstijl met een logo, belettering en achtergrond symbool.
- Een mascotte: Okkie Op Stelten
- Een website
- Grafische hulpmiddelen zoals: informatie boekje, publiekskaartjes, speurtochten en schatkaart

Beleidsmatig wordt gewerkt met een PR-jaarplan, waarin de uitgangspunten van het PR beleid per jaar worden uitgewerkt en geëvalueerd. Op deze wijze kan het PR-team flexibel inspelen op actuele ontwikkelingen.

De uitgangspunten voor het PR-beleid zijn:

- Er wordt zoveel mogelijk gewerkt met free publicity (plaatselijk, regionaal, nationaal);
- Het instrument commerciële advertenties wordt slechts in bescheiden mate ingezet vanwege het beschikbare budget en omdat andere middelen veelal effectiever zijn;
- Moderne communicatievormen, bijv. het gebruik van social media, worden waar mogelijk ingezet en actueel gehouden;
- Er wordt samengewerkt met andere lokale/regionale musea of attracties voor het aanbieden van arrangementen;
- Er wordt een jaarlijks evenement ontwikkeld waar het museum bekendheid mee kan genereren;
- Er wordt getracht grotere evenementen rond specifiek speelgoed naar het museum te halen;
- Stagiairs en afstudeerders van bijvoorbeeld NHTV worden ingezet voor marktonderzoek en het werven van nieuwe doelgroepen.

8. ORGANISATIE EN PERSONEEL

8.1. Terugblik

Het Speelgoedmuseum is in de loop van de jaren uitgegroeid van een tweepersoons-organisatie in 1975 tot een organisatie met een bestuur, bestaande uit 5 bestuursleden en een vrijwilligersteam van circa 50 personen in 2014. Dit betekende een behoorlijke groei sinds 2010.

Het museum is in die periode een professionele organisatie geworden op basis van vrijwilligheid. De werkzaamheden zijn navenant toegenomen en vroegen steeds meer aan inzet en vaardigheden van alle medewerkers.

De hierdoor toegenomen druk op de organisatie, de afhankelijkheid van een kleine groep 'trekkers' die ook nog dubbelfuncties bekleedden in bestuur en/of uitvoering en de ambitie om te verhuizen en te groeien, maakten het museum in de periode 2009/2010 kwetsbaar.

Gezocht is naar mogelijkheden om te komen tot een verdere professionalisering door een nieuwe organisatiestructuur. Daarnaast zijn de mogelijkheden onderzocht om een beroepskracht aan te trekken om daarmee een verdere professionaliseringsslag te maken en tot verlichting van taken te komen. De nieuwe organisatiestructuur is gerealiseerd, het aantrekken van een beroepskracht is om financiële redenen niet gelukt. Wel is in 2010 een onbezoldigde directeur aangesteld.

8.2. Huidige structuur

Het museum is in 2015, evenals in het verleden, nog steeds een 100% vrijwilligersorganisatie, zowel bestuurlijk als in de dagelijkse bedrijfsvoering. Wel is er sinds juni 2010, parallel aan de verhuizing naar de nieuwe huisvesting, een belangrijke professionaliseringsslag gemaakt in de organisatie. Het museum kent een nieuwe bestuurs- en managementstructuur. Het bestuur staat meer dan voorheen op afstand en is verantwoordelijk voor het beleid.

Bestuur

Het bestuur is gesplitst in een drietal stichtingen. Er zijn twee collectiestichtingen, die eigenaar zijn van resp. de speelgoed- en de carnavalscollectie. Zij geven deze in bruikleen en beheer aan de exploitatiestichting.

De samenstelling van het bestuur van de Stichting Speelgoed- en Carnavalsmuseum 'op Stelten' die verantwoordelijk is voor het beleid en de exploitatie van het museum is anno 2015 als volgt opgebouwd:

- | | |
|--------------------|-----------------|
| • Gré Beekers | voorzitter |
| • Sjef Kock | secretaris |
| • Mattie Broekmans | penningmeester |
| • Ben de Rooij | vice-voorzitter |
| • Rien van Noort | lid |

Bij de bestuursvergaderingen (circa 8x per jaar) is de directeur van het museum aanwezig.

De collectiestichtingen, worden gevormd door:

- Collectie speelgoed: Niek van der Rijken (voorzitter), Ben de Rooij (secretaris/penningmeester) en Henriëtte Herrmann (conservator);

- Erfgoed Brabant en scholen in Oosterhout om te komen tot gezamenlijke educatieve programma's
- Waar mogelijk wordt samengewerkt met andere culturele instellingen of ondernemingen om het museum aantrekkelijker te maken voor publiek;
- Huis voor Erfgoed, waarin samen gewerkt wordt met:
 - Regionaal Archief Tilburg;
 - Heemkundekring De Heerlijkheid Oosterhout;
 - Erfgoedconsulent H19;
 - Gemeente Oosterhout, archeologie en monumenten;
 - Historisch informatiepunt;
 - Brabants museum 'Oud Oosterhout'.

9. FINANCIEN EN BEGROTING

9.1. Terugblik

In de periode tot en met 2010 was er nog sprake van een zorgelijke financiële situatie, met exploitatietekorten en het niet kunnen voldoen aan verplichtingen inzake rente en aflossingen van verstrekte financieringen door de gemeente Oosterhout. Door de verkoop van het voormalige pand werden de externe financieringen afgelost en werd aan de verplichtingen geheel voldaan, inclusief de achterstallige termijnen. De resterende vrijgekomen gelden werden grotendeels aangewend voor de aanpassingen en inrichting van het vernieuwde museum op de huidige locatie. Tevens is hiervoor toen geldelijke steun van gemeente, provincie, fondsen en derden ontvangen.

9.2. Huidige situatie

In de huidige situatie worden door de gemeente de eigenaarslasten van de nieuwe locatie grotendeels vergoed, terwijl er tevens geen financierings- en afschrijvingskosten meer zijn, waardoor het mogelijk is om een gezonde rendabele exploitatie te voeren.

Door de gewijzigde structuur is ook het voortbestaan van de speelgoedcollectie en die op het gebied van het Kaaiendonks carnaval beter gewaarborgd.

Daarnaast is er sinds 1 januari 2010 de status van ANBI (algemeen nut beogende instelling) verkregen, waardoor het mogelijk is om bij met name schenkingen, nalatenschappen, legaten etc. gebruik te kunnen maken van fiscale voordelen.

9.3. Algemene doelstellingen

Voor de financiën zijn de volgende algemene doelstellingen geformuleerd:

- Verder werken aan een gezonde financiële huishouding met minimaal positieve jaarlijkse exploitaties;
- Versterken van de financiële positie van het museum ten behoeve van uitbreiding van de collecties en het periodiek kunnen aanpassen en vernieuwen van de tentoonstellingsruimtes;
- Investeren in professionalisering en uitbreiding van het vrijwilligersteam Toename van bezoekersaantallen om zo meer eigen inkomsten te kunnen verwerven;
- Genereren van subsidies voor onder andere de educatieve functie en de (tentoonstelling) van de collecties;
- Verkrijgen van de definitieve status als “geregistreerd museum”.

9.4. Specifieke beleidsvoornemens 2015-2020

Voor de periode 2015-2020 zijn de volgende specifieke beleidsvoornemens geformuleerd:

- Investeren in personeel door inzet professionele krachten en training bestaande medewerkers;
- Indien noodzakelijk op “projectbasis” inhuren van professionals;
- Investeren t.b.v. de uitbreiding van het aantal vrijwilligers;
- Actieve marktwerking door o.a. externe contacten;
- Professionaliteit in de PR- en marketing activiteiten;
- Het opzetten en uitwerken van een sponsorplan;
- Benaderen van instanties die subsidies verstrekken voor activiteiten en voor aanpassingen in (het opstellen van) de collectie.

10. HUISVESTING

10.1. Situatie sinds 2010

Het museum is sinds juni 2010 gevestigd in de circa 100 jaar oude Zandheuvelschool aan de Zandheuvel 51. Het pand vormt de huisvesting van het Huis voor Erfgoed; het museum neemt hierbinnen een zeer prominente plaats in, zowel in oppervlak, uitstraling als in exploitatie en beheer.

Het pand biedt naast het museum huisvesting aan de Heemkundekring De Heerlijkheid Oosterhout, een verzameling archeologische vondsten (in vitrines in het museumcafé) en een grote ruimte voor tijdelijke tentoonstellingen, die bij toerbeurt wordt ingevuld met tentoonstellingen van het museum en instellingen op gebied van cultureel erfgoed.

Het pand wordt door de gemeente ter beschikking gesteld. Het pand heeft een monumentaal karakter (oude lagere school) en is gelegen aan de rand van het centrum van Oosterhout. Het pand is voor het grootste deel in gebruik als museum en de inrichting is hier volledig op afgestemd. De beschikbare ruimte biedt slechts beperkte mogelijkheden voor verdere uitbreiding van de vaste collectie (gang, bibliotheek). De mogelijkheden voor het organiseren van tijdelijke exposities zijn in de nieuwe huisvesting sterk verbeterd, zowel in oppervlak als in kwaliteit. Dit is belangrijk voor het prikkelen van nieuw publiek en het genereren van herhaalbezoek

Tegelijk met de verbouwing van het gebouw in 2010 is de zolder toegankelijk gemaakt en ingericht als depot. De ruimte is echter beperkt, evenals de mogelijkheden voor het nemen van maatregelen ter conservering van de collectie, de mogelijkheden en noodzaak voor opslag van collectie items op een andere lokatie zullen worden onderzocht.

Het pand heeft een historisch, monumentaal karakter en is door de renovatie en inrichting tegelijkertijd authentiek gebleven, maar eigentijds in zijn uitstraling.

Het museum is goed bereikbaar en beschikt over enkele eigen parkeerplaatsen en één parkeerplaats voor minder validen direct voor de ingang van het gebouw. Daarnaast bevindt zich op korte loopafstand de nodige gratis parkeerruimte. Het gehele museum is volledig toegankelijk en bruikbaar (alles gelijkvloers en de nodige aanpassingen) voor mensen met een beperking.

10.2. Beheer

Het museum treedt de facto op als huurder en beheerder voor het hele pand van het Huis voor Erfgoed. Het publieksgedeelte is geheel gelijkvloers en zonder obstakels te bezoeken (depot en werkplaats zijn wel op de eerste verdieping en zijn zowel per trap als lift te bereiken). Het pand is voorzien van moderne apparatuur voor verlichting, veiligheid en heeft een goede toegankelijkheid.

Er is een calamiteitenplan en de vrijwilligers die als gastvrouw/gastheer werkzaam zijn, zijn opgeleid als Bedrijfshulpverlener (BHV'er).

10.3. Automatisering

Automatisering speelt uiteraard een belangrijke rol in het nieuwe museum. Het museum beschikt over domotica en een beveiligingssysteem.

Aan een geautomatiseerde collectie- en museumregistratie wordt momenteel gewerkt, de data uit de registratie wordt verwerkt in de software die we daarvoor in gebruik hebben.

Er is een computernetwerk aanwezig met meerdere werkplekken waarop gewerkt wordt met standaard kantoor software pakketten en centrale dataopslag. In het hele gebouw zijn outlets aanwezig waarop werkplekken kunnen worden aangesloten. Verder is in het museum zowel gesloten als open (voor bezoekers gratis) WIFI aanwezig.

Het museum maakt gebruik van een website en een aantal accounts in social media om meer met het publiek in contact te komen en te laten weten welke activiteiten we ontplooiën.