

# Beleidsplan

2024 - 2028



Stichting Klompenmuseum Gebr. Wietzes

## Inhoud

1.	Inleiding .....	4
1.1	Erfgoedwet .....	4
1.2	Kerntaken.....	4
1.3	Mission-statement .....	5
1.4	Stichting .....	5
1.5	Vrijwilligersorganisatie .....	5
1.6	Doelstellingen .....	5
2.	Collectiebeschrijvingen.....	6
2.1	Algemeen .....	6
2.2	De collectiebeleid .....	6
2.3	Het collectieprofiel.....	<a href="#">6</a>
2.4	De cultuurhistorische waarde .....	6
2.5	Collectieregistratie en documentatie .....	7
2.6	Onderzoek .....	7
2.7	Behoud en beheer .....	7
2.8	Collectievorming .....	7
3	Publiekstaak .....	8
3.1	Algemeen .....	8
3.2	Activiteiten.....	8
3.3	Educatie .....	8
3.4	Openingstijden .....	8
3.5	Website .....	8
3.6	Publicaties.....	9
3.7	Gastvrijheid .....	9
3.8	Marketing en public relations.....	9
4	De bedrijfsvoering.....	10
4.1	Huisvesting en veiligheid .....	10
4.2	Personeel en organisatie.....	10
4.3	Automatisering.....	11
4.4	Verzekeringen .....	11
5	Financiën en begroting .....	11
6	Vaststelling beleidsplan.....	12

Colofon:

Naam: Stichting Klompenmuseum Gebr. Wietzes

Adres: Wolfhorn 1a, 9761 BA Eelde

Postadres: Postbus 13, 9765 ZG Paterswolde

Telefoon: 050 - 309 11 81

Website: [www.klompenmuseum.nl](http://www.klompenmuseum.nl)

E-mail: [info@klompenmuseum.nl](mailto:info@klompenmuseum.nl)

Laatste statutenwijziging: 12 augustus 2004

Ingeschreven in het Handelsregister van de Kamer van Koophandel en Fabrieken te

Drenthe onder nummer: 41018895 – RSIN 804490272

## 1. Inleiding

Het beleidsplan 2024 - 2028 van de Stichting Klompenmuseum Gebr. Wietzes geeft richting aan het handelen van het bestuur van het museum. Het waarborgen van continuïteit is belangrijk voor het museum. Vanuit het verleden ontwikkelt het museum zich continu. Een beleidsplan is gericht op verbeteringen in het museum, daarom bevat dit plan alleen die gegevens, over heden en verleden, die direct relevant zijn voor de gewenste ontwikkelingen. Het bestuur heeft in 2011 besloten om de werknaam Internationaal Klompenmuseum te gebruiken. Deze naam past beter bij de internationale collecties.

### 1.1 Erfgoedwet

#### Erfgoedwet

Met de Erfgoedwet beschermt de overheid het cultureel erfgoed in Nederland. Elk type cultureel erfgoed heeft eigen werkwijzen en beschermingsmaatregelen. Er staan regels in om belangrijk cultureel erfgoed beter te beschermen en te behouden.

#### Wat staat er in de Erfgoedwet?

In de Erfgoedwet staat:

- wat cultureel erfgoed is;
- hoe Nederland omgaat met roerend cultureel erfgoed (zoals schilderijen);
- wie welke verantwoordelijkheden heeft;
- hoe Nederland daar toezicht op houdt.

De Erfgoedwet gaat over de bescherming van ons cultureel erfgoed. Er is ook erfgoed in ruimtelijke ordening (de leefruimte om ons heen). Hoe Nederland daarmee omgaat staat in de [Wet algemene bepalingen omgevingsrecht](#). [U leest meer over de Erfgoedwet op de website van de Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed.](#)

#### Voor wie is de Erfgoedwet?

Gebruikt u cultuurgooien of ander erfgoed? Of houdt u zich daar in uw werk mee bezig? Dan heeft u te maken met de Erfgoedwet. Dat geldt vooral voor:

- eigenaren, gebruikers en kopers van cultureel erfgoed;
- musea en beheerders van de rijkscollectie
- archeologen en vrijwilligers in de archeologie;
- belangenverenigingen, zoals Erfgoedvereniging Heemschut;
- mensen die werken in de erfgoedsector (bijvoorbeeld museumvrijwilligers of adviesbureaus);
- gemeenten, provincies en verschillende onderdelen van de Rijksoverheid.

### 1.2 Kerntaken

De kerntaken van het museum<sup>1</sup> zijn de zorg voor:

- de huisvesting
- collecties

---

<sup>1</sup> De officiële Nederlandse vertaling van de Internationale Museum Definitie van 11 oktober 2023: "Een museum is een permanente instelling zonder winstoogmerk, in dienst van de samenleving, gericht op het onderzoeken, verzamelen, bewaren, interpreteren en tentoonstellen van materieel en immaterieel erfgoed. Musea zijn openbaar, toegankelijk en inclusief en bevorderen diversiteit en duurzaamheid. Ze werken en communiceren ethisch, professioneel en met participatie van gemeenschappen. Musea bieden een verscheidenheid aan ervaringen met het oog op educatie, genoeg, reflectie en kennisuitwisseling."

- cultureel materieel erfgoed
- het publiek
- vrijwilligers
- bedrijfsvoering

### 1.3 Mission-statement

Het Klompenmuseum bezit nationale en internationale collecties klompen, schoeisel met houten zool, houten zolen, gereedschappen, machines en documentatie. De presentatie van de collectie vormt met de educatie de basis van het museum. Het museum richt zich op een breed publiek en wil met presentaties van nationale en internationale betekenis het publiek laten verwonderen en zo de waarde van het culturele erfgoed laten ervaren. Ook het promoten van studie- en onderzoeksmogelijkheden en het extern beschikbaar stellen van delen van de collectie zijn speerpunten van beleid. Er is samenwerking en er zijn contacten met klompenmakers en klompenmusea in binnen- en buitenland. Er worden nationaal en internationaal bruiklenen gegeven en ontvangen.

Het bestuur heeft de ambitie om wereldwijd het leidend museum en expertise centrum te zijn en te blijven op het gebied van klompen, schoeisel met houten zool en houten zolen.

### 1.4 Stichting

De Stichting Klompenmuseum Gebr. Wietzes is op 24 februari 1988 opgericht. Het museumgebouw is op 19 mei 1990 geopend. Het gebouw aan de Wolfhorn had een grondoppervlak van 153 m<sup>2</sup> en dit werd in 1997 uitgebreid met een videoruimte en werkplaats van 84m<sup>2</sup> tot een totaal van 321,5 m<sup>2</sup>.

Het museum is sinds 2002 opgenomen in het Museumregister. Ook is het museum aangesloten bij de Ned. Museum Vereniging (NMV), het Platform Drentse Musea, de Ned. Vereniging van Klompenfabrikanten (NVK) en bij Geopark De Hondsrug. Daarnaast is er een connectie met de European Wooden Shoes Foundation (EWSF).

### 1.5 Vrijwilligersorganisatie

De Stichting is een vrijwilligersorganisatie met een beleidsverantwoordelijk bestuur en diverse commissies met deelverantwoordelijkheden. Een grote groep zeer betrokken vrijwilligers draagt zorg voor:

- museumbezoekers
- videopresentaties
- horecavoorzieningen
- museumwinkel
- archief
- depot
- gebouw en erf
- lezingen op locatie
- live stream

Rondleiders geven presentaties en rondleidingen aan groepen bezoekers.

### 1.6 Doelstellingen

De doelstellingen, die het bestuur voor de komende beleidsperiode wil realiseren, staan genoemd bij de betreffende onderwerpen in dit beleidsplan. In bijlage 1. staan

deze puntsgewijs in een schema, onderverdeeld in doelstellingen die op korte termijn gerealiseerd dienen te worden en doelstellingen voor de komende 5 jaren.

## 2. Collectie beschrijvingen

### 2.1 Algemeen

Het museum richt zich op het cultureel erfgoed: klompen, schoeisel met houten zool, houten zolen en gereedschappen. De in eigendom zijnde objecten komen uit 43 landen. Een deel van de collecties vertegenwoordigt een belangrijk deel van het Culturele Erfgoed van Nederland. Er is een toenemende belangstelling voor geschiedenis en volkscultuur waar het museum van profiteert. De bezoekers verwonderen zich over de grote diversiteit van de collecties. Het museum koopt regelmatig materialen en ontvangt regelmatig schenkingen. Met de aankoop van de *Collectie Melin* in 2009 heeft het museum de grootse particuliere Franse collectie klompen en schoeisel met een houten zool, kunnen verwerven.

### 2.2 Collectiebeleid

Het beleid is er op gericht objecten aan te schaffen en door schenkingen te verkrijgen die passen in de collectie. Een collectie die bestaat uit klompen en aanverwante objecten. Zie hiervoor het collectieplan onder collectievorming, blz. 6.

### 2.3 Collectieprofiel

Het collectieprofiel geeft aan wat het Klompenmuseum aan verzamelingen in bezit heeft. Al deze items samen geven een beeld van het maken en het gebruik van klompen en schoeisel met houten zool door de jaren heen. Voor wat betreft de herkomst en beschrijving van de collecties, zie Collectieplan (blz. 4)

### 2.4 Cultuurhistorische waarde van de collecties

Klompen en schoeisel met een houten zool waren lange tijd op grote schaal gebruiksvoorwerpen in Nederland en andere landen. Naast klompen voor de arbeid werden ook klompen voor de sier, voor feesten, voor de zondag, als cadeautje en als souvenir gemaakt. Met speciaal gemaakte volkskunstklompen gaven klompenmakers veelal een proeve van hun bekwaamheid af voor tentoonstellingen en klompenbeurzen.

De oudste in Nederland opgegraven gebruiksklompen (holblok) dateren van tussen 1200 - 1300. Men veronderstelt dat platijnen of trippen, dit is schoeisel met een houten zool en geen of een kleine kap, in dezelfde periode werden gedragen. Dit schoeisel was in die tijd voorbehouden aan adellijke of rijke personen. Na verloop van tijd ging ook het 'gewone volk' platijnen en trippen dragen, maar met de intrede van de leren schoenen met hakken in de 17<sup>e</sup> eeuw raakten ze in onbruik.

Klompen zonder steltjes zijn voor het eerst afgebeeld op het schilderij 'Kinderspelen' uit 1560 van Pieter Bruegel de Oude. Deze klomp is typisch Europees en werd in de meeste Europese landen gedragen. Ze zijn het langst bewaard gebleven in de vochtige kuststreken van Noorwegen en Noordwest Spanje. Dat er zoveel gebruiksklompen bewaard zijn gebleven, en in de collectie van het museum aanwezig zijn, is zeer bijzonder; immers een klomp die afgesleten, lek of kapot was verdween meestal als brandhout in de kachel.

In de 15<sup>e</sup> eeuw waren in diverse Nederlandse steden platijn- en holblokmakers in gilden verenigd. Het Leidse keur maakte in 1429 voor het eerst onderscheid tussen platijn- en holblokmakers. In Vlaanderen spreekt men nog van blokken. In Nederland

komt het woord 'clomp' voor het eerst voor op een schilderij uit 1577 van Johannis van Doetinchem. In de 17<sup>e</sup> eeuw werden klompen een volksdracht, die tot ca. 1935 voortduurde. In tijden van armoede of oorlog daarna leefde het gebruik van klompen weer op. Nog steeds worden in Nederland klompen geproduceerd, weliswaar machinaal, voor gebruik in o.a. de land- en tuinbouw, de vrije tijd en voor het toerisme.

De klompen uit de collectie van het museum hebben vele verschijningsvormen: plat, op steltjes, met een lange, gekromde, gebogen of gekrulde neus, blank, geverfd, ingekerfd, met sculpturen, inscripties en versieringen. Naast de verschijningsvorm was ook het gebruik zeer divers. De volkskunstklompen vertegenwoordigen eveneens een zeer bijzondere waarde. Iedere klomp heeft z'n eigen verhaal. Dat deze collecties voor de toekomst behouden dienen te worden staat buiten kijf. Het bestuur en de vrijwilligers zijn er dan ook trots op dat zij deze collecties in Eelde mogen beheren, behouden en tentoonstellen. Dat de collecties bijzonder zijn blijkt eveneens uit een aanbevelingsbrief van mevrouw Ineke Strouken (zie bijlage 2), directeur van het Nederland Centrum voor de Volkscultuur, d.d. 17 juli 2008, waarin zij stelt dat "de collecties van het museum behoren tot de belangrijkste in de wereld. Een cultureel materieel erfgoed dat het waard is om te worden gedocumenteerd en gepresenteerd voor bezoekers en onderzoekers".

## 2.5 Collectieregistratie en documentatie

Van alle collectie-items wordt, waar mogelijk en bekend, de herkomst, het gebruik of het verhaal bij het item beschreven en digitaal vastgelegd. Met de verwerving van de collectie Melin, werd eens te meer duidelijk dat een professionele manier van registratie en beschrijving nodig was. In 2009 heeft het bestuur besloten de collecties in een database in te voeren. Zie Collectieplan (blz.7).

De schriftelijke documentatie (boeken, tijdschriften, artikelen) zit in mappen. De wens bestaat deze documentatie te digitaliseren. Dit geldt eveneens voor het aanwezige beeldmateriaal (films, foto's, dia's en videobanden). Dit om de kwaliteit van het materiaal te garanderen. Een back-up van de digitale bestanden wordt extern bewaard.

## 2.6 Onderzoek

Specifiek onderzoek naar de collectie en de geschiedenis is tot op heden nog niet aan de orde geweest. Iemand die een onderzoek ambitie heeft, of een student met een studieopdracht, kan hierin voorzien. Er zal actief gezocht worden naar personen die onderzoek willen doen, bijvoorbeeld door contact op te nemen met de Rijks Universiteit Groningen (RUG) afdeling geschiedenis.

## 2.7 Behoud en beheer

Onderscheid wordt gemaakt tussen passieve en actieve conservering. Passieve conservering zijn al die preventieve maatregelen die erop gericht zijn een optimale omgeving te scheppen voor het bewaren en exposeren van de collectie. Actieve conservering betreft het conserveren van de collectie zelf. Zie Collectieplan (blz. 6).

## 2.8 Collectievorming

Het Klompenmuseum heeft wereldwijd de meest uitgebreide klompencollecties, zowel in aantal als in diversiteit. Naast de klompencollecties bezit het Klompenmuseum een grote collectie, uit 6 Europese landen, gereedschap voor het

handmatig maken van klompen. De collecties worden door deskundigen van zeer grote culturele materiele waarde geacht. Zie Collectieplan (blz. 4)

### 3 Publiekstaak

#### 3.1 Algemeen

Naast het verzamelen, behouden en beheren van de unieke collecties, is het publiek de tweede belangrijke pijler van het museum. Enerzijds zijn dat de bezoekers, anderzijds zijn dat instellingen en personen die het museum ondersteunen (relaties). De bezoekers zijn grofweg in te delen in: lokale bevolking, ouderen- en vrouwenorganisaties, dagjestoeristen, senioren, families, klanten van touroperators, vakantiegangers, bezoekers in groeps- of arrangementsverband. Daarnaast komen schoolklassen en buitenlandse gasten, die Nederland als bekend klompenland zien. Ouders en opa's en oma's met (klein)kinderen bezoeken het museum veelal in de vakantieperioden en tijdens Oktober Kindermaand.

Het streven is er op gericht om het bezoekersaantal te brengen naar boven de 5.000 per jaar.

#### 3.2 Activiteiten

Om nieuw publiek te trekken en om publiek, dat eenmaal is geweest, opnieuw naar het museum te laten komen, wordt door de Inrichtingscommissie jaarlijks een nieuwe thematentoonstelling ingericht.

Het bestuur wil de expositiethema's voor de komende jaren in een vroeg stadium vaststellen. Vrijwilligers en inrichtingscommissie kunnen er dan in een vroeg stadium over nadenken en alvast materiaal verzamelen en ontwikkelen.

Ruimtegebrek laat een permanente expositie van Nederlandse en buitenlandse klompen nog niet toe. Een vaste opstelling draagt in belangrijke mate bij aan de positionering en profilering van het museum. In een vaste expositie zou een deel van de kerncollecties permanent te zien moeten zijn. De jaarlijkse thema-expositie draagt daarnaast in belangrijke mate bij aan herhalingsbezoeken. Een bijkomend aspect is dat de wisselende tentoonstellingen ook inspirerend zijn voor de vrijwilligers.

#### 3.3 Educatie

De Edu-groep is een groep vrijwilligers van het museum die zich richt op activiteiten voor de bezoekers in de leeftijd van 4 tot 13 jaar. **Zie Educatieplan.**

#### 3.4 Openingstijden

De openingsperiode is van 1 april tot 1 november, dinsdags tot en met zondag van 13.30 uur tot 17.00 uur. Groepsbezoek op afspraak is mogelijk, van april tot en met december. De groepsgrootte wordt, gezien de beschikbare ruimte in het museum, gesteld op maximaal 55 personen.

#### 3.5 Website

De website geeft veel praktische informatie. De website wordt regelmatig voorzien van nieuwe en aanvullende informatie. Voor de nieuwe digitale technieken (tablets,



iPhone, etc.) wordt gewerkt aan een nieuwe website. Op de nieuwe site kan de bezoeker ook binnen de collecties en documentatie zoeken.

### 3.6 Publicaties

In 2002 heeft het museum het boek *Europese klompen, geschiedenis en verscheidenheid*, geschreven door mevrouw Ted de Boer-Olij, uitgegeven in het Engels en in het Nederlands. In 2012 het boek *Klompen vol verhalen* door Jan Tent, Aukje van der Weg en Malik Nehal. In 2014 het boek *Klompen op het doek* door Jan Tent, Aukje van der Weg en Malik Nehal.

Het museum geeft 2x per jaar *Museumberichten* uit, een nieuwsbrief voor de Vrienden van het museum, de vrijwilligers, sponsors, beleidsmakers, klompenmakers, klompenmusea, collega-instellingen en andere belangstellenden.

### 3.7 Gastvrijheid

De concurrentie met andere aanbieders op de vrijetijdsmarkt dwingt musea om steeds meer aandacht te besteden aan de bezoeker. Naast de inhoudelijke activiteiten bepalen de faciliteiten er omheen of een bezoeker tevreden het museum verlaat. Tevreden bezoekers prijzen het museum aan, komen terug en besteden meer geld aan artikelen en consumpties. Goed gastvrouw- / gastheerschap, een prettige ontvangst en een koffieruimte met goede consumpties en voorzieningen voor kinderen zijn daarbij belangrijk.

Aanbevelingen, zoals meer betrokkenheid bij het beleid, een betere interne communicatie, imagoverbetering en de noodzaak van een herhalingen van de BHV-cursus krijgen deze beleidsperiode de aandacht.

Het museum is toegankelijk voor rolstoel- en rollatorgebruikers. Er is een gehandicaptentoilet.

De winkel is goed gesorteerd. Er wordt voortdurend gezocht naar eigen en vernieuwende producten.

### 3.8 Marketing en public relations

Het museum heeft jaarlijks een folder in drie talen, Nederlands, Duits, Engels. De verspreiding gebeurt in de provincies Groningen, Friesland en Drenthe. Het Klompenmuseum heeft een eigen website – [www.klompenmuseum.nl](http://www.klompenmuseum.nl) - in drie talen. Het aantal en samenstelling van de bezoekers zijn belangrijke indicatoren voor het maatschappelijk draagvlak van het museum. De mate waarin het museum bekend is, professioneel werkt, te vinden is en bijzondere exposities weet te realiseren, draagt in grote mate bij aan het aantal bezoekers.

De lokale en regionale bekendheid is groot; de PR-functionaris is namens het bestuur in vele culturele organisaties vertegenwoordigd en het museum is lid van diverse overkoepelende organisaties (zie 1.4). Het museum wordt middels persberichten en aankondigingen in de media genoemd. Landelijke acties worden aangegrepen om de bekendheid te vergroten. Er wordt jaarlijks geadverteerd in de VVV-gids Drenthe en VVV-gids Tynaarlo, de Noordelijke recreatiekrant, Magazine Dagje Drenthe en Museum Magazine. Via diverse websites wordt het Klompenmuseum onder de aandacht gebracht.

De PR sluit veelal aan bij evenementen in de regio of landelijke acties. Ook wordt geprobeerd met arrangementen met andere organisaties het bezoekersaantal te vergroten. Met nieuwe arrangementen hoopt het bestuur meer bezoekers te trekken.

Het Klompenmuseum is extern gericht. Dit is van grote waarde in verband met de naamsbekendheid. De digitalisering van de collecties geeft ook mogelijkheden voor een grotere 'exposure'. Op de website staat de database.

Het beleid is er op gericht om bedrijven / particulieren als 'Vriend van het Klompenmuseum' te werven.

Het Klompenmuseum verzorgt lezingen op locatie voor o.a. vrouwenorganisaties, Historische verenigingen, Verzorgingshuizen, etc.

De markt wordt bewerkt middels de sociale media: Instagram, Twitter en Facebook. Advertenties worden in diverse Toeristische en Museale Magazines geplaatst. Het PR- en Marketingbeleid is er op gericht de bezoekersaantallen te vergroten en vervolgsbezoeken te realiseren.

## 4 De bedrijfsvoering

Om de museumtaak goed uit te kunnen voeren, beschikt het museum over vrijwilligers, faciliteiten en financiële middelen. Het doel is er op gericht het aantal vrijwilligers, de financiële middelen en faciliteiten uit te breiden. Onderdelen van deze bedrijfsvoering zijn: huisvesting, veiligheid, personeel, organisatie, automatisering, verzekeringen en financiën.

### 4.1 Huisvesting en veiligheid

Het gebouw is in goede staat van onderhoud en bevat op de begane grond een entree, toiletten, een berging, een ontvangst-, balie- en winkelruimte, een videoruimte, een werkplaats en een expositieruimte. Op de bovenverdieping is een depotruimte. Het totaal heeft een oppervlakte van 321 m<sup>2</sup>. De stichting is eigenaar van grond en pand. Het beleid is er op gericht om een groter museum te realiseren. Het aantal collectie-items is in de loop der jaren fors uitgebreid. Er is meer behoefte aan meer opslag- en expositieruimte. Ook de ontvangst- en videoruimte zijn te klein. Tevens is dringend behoefte aan meer werkruimte voor het archiveren en registreren.

Het bestuur heeft zich ten doel gesteld binnen 5 jaar duidelijkheid te hebben over een nieuwe locatie en een nieuw museum gerealiseerd te hebben. Als het museum op de huidige locatie gehandhaafd blijft, dan is uitbreiding noodzakelijk om de collectie goed te kunnen presenteren, grotere groepen te kunnen ontvangen en professioneler te kunnen werken. In verband met gebrek aan ruimte in het museum is het depot op een externe locatie onder gebracht.

De collectie wordt veilig tentoongesteld, voornamelijk in vitrines. Bezoekers worden gevraagd afstand te houden van de machines en gereedschappen in de werkplaats. Het gebouw heeft vier (nood)uitgangen en is voorzien van blusapparatuur, die jaarlijks wordt gecontroleerd. Zie ook de Calamiteitenwijzer.

### 4.2 Personeel en organisatie

De organisatie is een zelfsturende vrijwilligersorganisatie in de vorm van een Stichting, met een uit maximaal negen personen bestaand bestuur en een aantal commissies en werkgroepen. Het bestuur is verantwoordelijk voor het te voeren beleid. Ook is het bestuur eindverantwoordelijk voor de activiteiten van de vrijwilligers. Het mag bijzonder genoemd worden dat het reilen en zeilen van het museum, met deelcommissies en personen met een deelverantwoordelijkheid, goed verloopt. Het bestuur realiseert zich dat, met het groter en meer professioneel worden van de organisatie, een coördinator van alle bedrijfsonderdelen wenselijk

kan zijn. Taken van commissies en personen zijn schriftelijk vastgelegd. (Bijlage .... Commissies en wie doet wat bij het Internationaal Klompenmuseum).

Ten tijde van de realisatie van dit beleidsplan bestaat het vrijwilligersbestand uit plusminus 60 personen. De vrijwilligers hebben uiteenlopende competenties en vaardigheden. In het algemeen kan gesteld worden dat de groep zeer betrokken is. Het doel is er op gericht het aantal vrijwilligers te behouden en uit te breiden. Een vrijwilligersbeleid is opgesteld. Zie Vrijwilligersplan.

Het bestuur biedt de mogelijkheid om cursussen, die in het belang van het Klompenmuseum zijn, te volgen.

De commissies en werkgroepen hebben alle een afgeleide verantwoordelijkheid t.a.v. hun taakgebied en dienen aan het bestuur te rapporteren. Er zijn commissies voor: het begeleiden van vrijwilligers, de expositie, de educatie, het onderhoud en de techniek, registratie en archief, de nieuwsbrief en de nieuwbouw. Verder zijn personen verantwoordelijk voor deelactiviteiten als: roosteren, rondleidingen, conservering, pr en marketing, winkel, horeca voorzieningen, dagafrekeningen/kasbeheer, schoonmaak, sleutelbeheer, website, e-mailverkeer, containers, souvenirzakjes maken, inkoop en tekstvertalingen.

#### 4.3 Automatisering

Automatiseringsvraagstukken hebben de aandacht van het bestuur. Voor de toekomst worden er twee nieuwe pc's aangeschaft voor gebruik in het Klompenmuseum en in het depot. In 2016 is er geïnvesteerd in apparatuur voor PIN betalingen. Vanaf 2017 worden de Museumkaarten gescand. Apparatuur hiervoor is beschikbaar gesteld door de Nederlandse Museumvereniging (NMV). In 2020 heeft het Kickstart Cultuurfonds een donatie toekend voor de aanschaf van een modern kassasysteem. In 2023 is er geïnvesteerd in een mobiel PIN apparaat.

#### 4.4 Verzekeringen

Het museum, de inventaris en collecties zijn verzekerd. De stichting heeft tevens een WA-verzekering. In bruikleen genomen collecties worden per keer verzekerd. De vrijwilligers zijn via de Gemeente Tynaarlo verzekerd. Collecties die in bruikleen afgestaan worden moeten door de bruikleennemer verzekerd worden.

### 5 Financiën en begroting

Voor een museum zonder structurele overheidssubsidie is het aantal bezoekers van het grootste belang. Zij zorgen n.l. voor de noodzakelijke inkomsten uit entreegelden, horeca en winkelverkoop. Belangrijk daarnaast zijn de lezingen op locatie, de adoptie van klompen, de groep Vrienden, Live stream en verkoop op toeristische markten.

Jaarlijks worden een financieel jaarverslag en een begroting opgesteld. De begroting is maatgevend voor de jaarlijkse uitgaven; over extra uitgaven beslist het bestuur. Tot op heden heeft het museum ieder jaar financieel positief kunnen draaien. Er is een aanvaardbaar reservekapitaal opgebouwd. Voor projecten (collecties, exposities) worden incidenteel externe fondsen geworven.

Het museum is gekwalificeerd als Algemeen Nut Beogende Instelling (ANBI).

## 6 Vaststelling beleidsplan

Het beleidsplan voor de periode 2024-2028 werd door het bestuur vastgesteld in de bestuursvergadering van: .....

Jan Smits, voorzitter: .....

Dineke Vos, secretaris: .....

Gerla Niemeijer, penningmeester: .....

### Bijlage 1

Doelstelling	Korte termijn	Lange termijn
Collectie	Collectievorming: selectief uitbreiden bij aanbod van items (soort collectie-items niet beperken) Collectiebeschrijving, -registratie vervolgen Aandacht voor: Documentatie en onderzoek Aandacht voor: Behoud en beheer Collectiehulpverleningsplan schrijven	Collectieplan actualiseren Collecties verwerven Bij specialisatie eventueel collecties afstoten / verkopen
Presentaties	Jaarlijkse thema-expositie handhaven, thema's voor 5 jaar vaststellen Exposities uit eigen depot extern exposeren Presentaties voor scholen/jeugd en andere externe groepen maken Reizende expositie overwegen Lezingen op locatie verzorgen	Depot-expositie en jaarlijks een wisselende thema-expositie in het museum. Interactieve presentaties, ook op de website Meerdere video's presenteren (maken of verwerven)
Educatie	Oktober kindermaand evalueren Presentaties op scholen (zie bij presentaties), middels arrangement (presentatie op school + bezoek aan museum) en Cultuurmenu.	Interactieve presentaties ontwikkelen
Studie en onderzoek	Archivering en digitaliseren van collecties bijhouden. Vastleggen van 'oral histories' Promoten van studiemogelijkheden	Archiveren en digitaliseren van collecties, literatuur, gereedschappen en machines
Bezoekers	Aantal bezoekers vergroten naar 4.000 bezoekers Groepsgrootte maximaal 55 Analyse van bezoekers senioren,	In vijf jaar groeien naar meer dan 5.000 bezoekers

	Drenthe toeristen, busgroepen, verenigingen, buitenlandse groepjes, kinderen m.n. in okt. en in schoolvakantie) Marketing en Pr: Op welk publiek wil het museum zich richten en hoe worden die bereikt	
Gebouw	Nieuwe locatie bepleiten bij gemeente of op eigen initiatief een andere locatie zoeken Huidige locatie moderniseren met beperkte middelen (expositieruimte, winkel) en publieksvriendelijkheid en rolstoel-toegankelijkheid verbeteren	Binnen 2 jaar duidelijkheid over een nieuwe locatie Over max.5 jaar een groter en meer publieksvriendelijk museum Mogelijkheden voor nevenactiviteiten onderzoeken
Vrijwilligers	Aantal: min. 60 nodig Actief nieuwe vrijwilligers werven Deskundigheidsbevordering (scholingsplan)	Nieuwe vrijwilligers blijven werven
Bestuur	Aantal (statutair min. 5) max. 9 personen	Minimaal vijf bestuursleden handhaven
Bedrijfsvoering	Huisvesting (zie gebouw), Veiligheidsplan evalueren Beveiligings-/brandalarm evalueren Automatisering Bedrijfshulpverleningsplan schrijven Ontruimingsprocedure evalueren Openingstijden evalueren Jaarlijkse evaluatie en zo nodig bijstelling van de doelstellingen	
Financiën		Financieel gezond houden
Communicatie en publiciteit	PR-beleid? Verspreidingsgebied foldermateriaal Meer extern gericht zijn, ook via de website Fondsenwerving Marketingplan: bedrijven als 'vriend' werven Website actueel houden en uitbreiden (zie 3.4)	

