

Museumvereniging  
Jaarplan 2018

# Musea

## Van publiek belang

In onze snel veranderende samenleving vertellen musea verhalen die we niet mogen vergeten. Met hun collecties verrassen en verrijken musea bezoekers, gemeenschappen en de maatschappij als geheel.

Samen met ruim 400 musea versterken we als Museumvereniging, de brancheorganisatie van musea in Nederland, het publiek belang van musea.

## Leeswijzer

De structuur van het jaarplan 2018 volgt die van het beleidsplan 2017-2019, 'Musea. Van publiek belang'. Dit jaarplan bevat een schematische weergave van de activiteiten in 2018 die bijdragen aan het realiseren van de beleidsdoelen. De daar op volgende pagina's zijn hiervan een uitwerking.

De geconsolideerde begroting 2018 van de Museumvereniging en de Stichting Museumkaart vindt u in de bijlage.

## Aanleiding

Samen met de leden zet de vereniging zich in voor:

- Een stevig draagvlak voor musea. Door de collectieve belangen te behartigen;
- Een groter verdienvermogen voor musea. Door musea collectief te promoten;
- Een sector die kwaliteit levert. Door een platform voor deskundigheid en kwaliteit te bieden.

Deze drieslag is herkenbaar in het beleidsplan 2017-2019 'Musea. Van publiek belang'. Hierin zijn de beleidsdoelen, uitdagingen en de strategie geformuleerd om het publieke belang van musea uit te dragen. Daarbij lag in 2017 de focus op een sterk museumveld, in 2019 zal dat een sterkere binding tussen bevolking en museumcollecties in Nederland zijn. En in 2018 gaat extra aandacht uit naar ondersteuning van musea bij het bereiken van een meer divers museumpubliek.

## Actualiteit

Musea hebben vertrouwen in de toekomst. Zij voorzien nog steeds een stijgende lijn in bezoeken en eigen inkomsten en hebben momenteel iets minder negatieve verwachtingen over financiering vanuit de overheid.

Musea rekenen erop hun concurrentiepositie op de vrijetijdsmarkt verder te verstevigen en ze willen hun draagvlak vergroten door sterkere binding van de bevolking met de collectie Nederland, door samenwerking met lokale ondernemers en met scholen.

Toch blijft het ondernemersvertrouwen van musea achter bij dat in andere deelsectoren in de cultuur, zo blijkt uit de halfjaarlijkse Conjunctuurwijzer Cultuur ([conjunctuurwijzer.nl/cultuur/](http://conjunctuurwijzer.nl/cultuur/)).

De impact van de afnemende overheidssubsidies bij musea is groot. Ondanks groeiend ondernemerschap en de herstelkracht die zij getoond hebben na soms zeer ingrijpende bezuinigingen, zien we in Museumcijfers 2016 voor de sector een negatief resultaat uit de gewone bedrijfsvoering.

Musea zijn van onschatbare waarde voor de

samenleving. Ze beheren, conserveren en onderzoeken ons gezamenlijke erfgoed en maken het toegankelijk voor bezoekers uit binnen- en buitenland. Deze publieke taak voeren ze uit op kwalitatief hoog niveau. Om op dat niveau te kunnen blijven werken, zijn investeringen in de sector noodzakelijk. Vanuit het bedrijfsleven, maar zeker ook vanuit de overheid.

Op grond van het regeerakkoord van Rutte III mogen we constateren dat musea weer meetellen. Met het oog op de gemeenteraadsverkiezingen op 21 maart 2018 is dit een hoopvol signaal voor de musea in het land. Dat neemt echter niet weg dat de verschillen tussen de gemeentelijk gefinancierde musea groot zijn net als de verschillen in mogelijkheden voor een duurzame bedrijfsvoering.

Tijdens het Museumcongres 2017 is gebleken dat samenwerking vanuit de inhoud, ongeacht of dit met partijen binnen of buiten de sector is, volop mogelijkheden biedt om de verhalen die musea met hun tentoonstellingen vertellen, breder te delen. Vooral technologische ontwikkelingen kunnen musea hierbij behulpzaam zijn.

Een voorbeeld van samenwerking is de Museumkaart. De Museumkaart is goed voor 10% van de eigen inkomsten van de museumsector in Nederland. In 2016 hebben de musea bijna 55 miljoen euro voor bezoeken met de Museumkaart ontvangen. Uit onderzoek blijkt dat de sector zonder Museumkaart ongeveer 30 miljoen euro aan entreegelden zou zijn misgelopen.

De inzet in 2018 van de Museumvereniging is om aangesloten musea en gelieerde instellingen te ondersteunen bij bovenstaande uitdagingen. Hoe we dat doen, leest u op de volgende pagina's. Gezien de personele omstandigheden op het verenigingsbureau richten we ons tot juni vooral op de activiteiten die in het schema in blauw zijn weergegeven. De gezamenlijke noemer van deze activiteiten is dat ze samenhangen met de gemeenteraadsverkiezingen, invulling van het regeerakkoord zijn of een vaste waarde in de vereniging vormen.

De Museumvereniging is ervan overtuigd dat musea met hun grote verscheidenheid aan collecties en door hun verschillen in maatvoering ook een steeds diverser publiek zullen weten aan te spreken. Want alleen samen vertellen musea het hele verhaal!

Beleidsdoelen

Jaarplan 2018	Het versterken van het draagvlak voor musea	Het vergroten van het verdienvermogen van musea	Het verhogen van de kwaliteit van het museumbedrijf
<p>1. Een sterk museumveld</p>	<p><b>1a. Gemeentemusea</b> - Onderzoek Universiteit Utrecht loopt - Vervolg in 2018</p> <p><b>1b. Samenwerking</b> - Onderzoek loopt, afronding 2018</p> <p><b>1c. Vrijwillig, niet vrijblijvend</b> - Uitkomsten toekomst werken in musea - Nationale Dag Vrijwilliger 2018</p>	<p><b>1d. Kring Werkgeverschap</b> - CAO loopt af per 1/10/18 - Doorstart P&amp;O commissie</p> <p><b>1e. Toekomst werken in musea</b> - Tweede deel onderzoek i.s.m. P&amp;O-commissie</p>	<p><b>1f. Ledenplatform</b> - Museumcontact.nl content &amp; communicatie - Museumvisie heroverweging Programmaraad - Museumkennisdag voorbereiding Sectieraad - Museumcongres voorbereiding Redactieraad - Regiobijeenkomsten musea t/m categorie 4 - Directeurendiners aansluitend op ledenvergadering</p> <p><b>1g. Ethische code voor musea</b> - Zichtbaarheid: bundelen adviezen - Achtervang externe secretaris</p>
	<p>2. Een meer divers publiek</p>	<p><b>2a. Museumeducatie</b> - Afronding Museumeducatieprijs - Verkenning inzet op primair onderwijs</p> <p><b>2b. 'Museum van het Jaar'</b> - BankGiro Loterij Museumprijs mei 2018: techniek</p>	<p><b>2c. Museumkids</b> - Museumkids.nl vernieuwt - Museuminspecteurs doorontwikkelen - Museumkidsweek met thema 'Vriendschap' - Oktober = kindermaand</p> <p><b>2d. Indemniteit</b> - Verkenning wensen musea</p>
<p>3. Een sterkere binding van de bevolking met museum-collecties in Nederland</p>		<p><b>3a. Nationale Museumweek</b> - 3 Gouden Pronkstukken waarvan 1 in Gelderland door keuze Museumkaarthouder - Pop up musea &amp; voortgezet onderwijs - Meer jongeren naar musea - Kaarthouders meer activeren (extra Museumtips, MuseumkaartMatch) - Meer eenheid in activiteiten musea</p> <p><b>3b. Massamedia</b> - Mediaplan sociale media, online &amp; rtv (regionaal, landelijk en commercieel) - Content voor Museumtips en eigen sites</p> <p><b>3c. Digitalisering</b> - Verkenning knelpunten</p>	<p><b>3d. Smaakvoorkeuren &amp; Museumkaart</b> - Museumtips - MijnMuseumkaart - MuseumkaartMatch</p>
	<p>4. Generieke activiteiten</p>	<p><b>4a. Verkiezingen 2017-'18-'19</b> - Toolkit gemeenteraadsverkiezingen 2018</p> <p><b>4b. Conferentie overheden</b> - Kaderovereenkomst, model voor overheden/eigenaren van collecties</p> <p><b>4c. Kring Rijksmusea</b> - Regeerakkoord invulling - Bekostigingsstelsel &amp; Erfgoedwet - Vernieuwing Cultuurstelsel &amp; BIS - Huisvestingstelsel; evt. publicatie i.s.m. OCW</p> <p><b>4d. Externe Netwerken</b> - Belangenbehartiging in Tweede Kamer, o.a. Geefwet - Federatie Cultuur - Gastvrij NL, MKB, VNO-NCW - NEMO (Europese koepel)</p>	<p><b>4e. Museumkaart</b> - Koersplan 2019 als basis - Retentiedesk, automatische incasso - Onderzoeksagenda - Concurrentiepositie Museumkaart - Tender afronden &amp; nieuwe contracten - Vernieuwing museumkaart.nl - AVG &amp; datalekken - Museumkaartdashboard - Signalering trendbreuk Museumkaartbezoek - Deelnameovereenkomst, Gids Museumkaart</p> <p><b>4f. Customer data platform Museumkaart</b> - Pilot doelgerichter marketingbeleid - Inspecteer als je deze week in het museum was (Museumkids) - Activeren weiniggaanders met Museumkaart - Web &amp; social profiel Museumkaarthouders</p>

Uitdagingen 2017 -2019

# 1. Een sterk museumveld

Hoe de uitdaging een sterk museumveld in 2018 vorm krijgt, is hierna per beleidsdoel beknopt toegelicht.

## Het versterken van het draagvlak voor musea

### 1a. Gemeentemusea

Hoe een bijdrage te leveren aan een effectievere samenwerking tussen musea en lokale overheden, onderzoekt de Universiteit Utrecht in opdracht van de Museumvereniging. Het onderzoek zal aantonen welke prestatieafspraken tussen gemeenten en musea werken. Op basis van de bevindingen zal de vereniging in de loop van 2018 een vervolgproject starten om musea meer handvatten te bieden in het contact met hun (lokale) subsidiënt.

### 1b. Samenwerking: volgende stap

Musea werken steeds vaker en intensiever met elkaar samen, tot aan strategische allianties en fusies toe. Wat heeft een museum ten minste nodig om op langere termijn te kunnen functioneren? De Museumvereniging verwacht voor de zomer de uitkomsten van het onderzoek te presenteren. Het onderzoek wordt begeleid door een klankbordgroep. Meer over de samenstelling van klankbordgroep en commissies, leest u onder

6. *Samenstelling commissies, programma- en redactieraad, klankbord- en werkgroepen e.d.* De inzichten in de gevolgen van verregaande samenwerkingen voor het functioneren en de continuïteit van museale instellingen kunnen aanleiding geven tot een vervolgproject.

### 1c. Vrijwillig maar niet vrijblijvend

Bijna één op de vijf leden draait nagenoeg volledig op de inzet van vrijwilligers. Musea weten steeds meer vrijwilligers aan zich te binden. We willen in december 2018 rond de Nationale Dag van de Vrijwilliger een campagne realiseren die het grote publiek laat zien hoe waardevol het is om vrijwilliger te zijn in een museum. De in ontwikkeling zijnde visie op de toekomst van werken in musea biedt wellicht aanknopingspunten waar het gaat om de in het regeerakkoord opgenomen maatschappelijke diensttijd voor jongeren, vrijwilligerswerk door nieuwkomers en waardig ouder worden.

## Het vergroten van het verdienvermogen van musea

### 1d. Kring werkgeverschap

De huidige museum-cao loopt tot 1 oktober 2018. In samenspraak met de werknemersvertegenwoordiging zullen de verschillende maatregelen uit het regeerakkoord uitgewerkt worden in de nieuwe cao. Het gaat dan om het verder doen

toenemen van het aantal medewerkers met een vast dienstverband, de verplichting van kleine werkgevers nog maar één jaar de uitkering door te betalen bij ziekte en de versoepeling van het ontslagrecht. Verder wordt het weer mogelijk om het aantal tijdelijke contracten te verdelen over

drie jaar in plaats van de huidige twee. Zzp'ers die langer dan drie maanden voor een opdrachtgever werken én minder dan 125 procent van het minimumloon verdienen zullen voortaan in vaste dienst zijn. Tot slot zal het huidige pensioenstelsel worden gemoderniseerd.

Kennisuitwisseling over werkgeverszaken doen personeelsmedewerkers van de aangesloten musea in een eigen commissie die nieuw leven zal worden ingeblazen. Het verenigingsbureau fungeert als vraagbaak, o.a. voor het handboek functieprofielen en waar het gaat om de pensioenregeling. Het aantal musea dat deelneemt aan de museum-cao groeit en de ambitie is om daar verder op in te zetten.

### **1e. Toekomst van werken in musea**

Met het lopende onderzoek brengt de Museumvereniging in beeld welke knelpunten en wensen er bij musea leven op het gebied van werknemer- en werkgeverschap, van opdrachtnemer- en opdrachtgeverschap en waar het gaat om de (museale) arbeidsmarkt. Er zal ook aandacht zijn voor de inzet van vrijwilligers en voor culturele diversiteit. De visie op de toekomst van werken in musea zal bijdragen aan vernieuwing van de museum-cao en een kader bieden voor de campagne voor de Nationale Dag van de Vrijwilliger.

## Het verhogen van de kwaliteit van het museumbedrijf

### **1f. Museumcontact voor kennis en kwaliteit**

De spil in het verhogen van de kwaliteit van het museumbedrijf zijn de mensen die in het museum werkzaam zijn. Voor hen is het (digitale) platform Museumcontact bedoeld. Om expertise, kennis en ervaring te delen en te verdiepen, om te netwerken of om geïnspireerd te raken. Over aankopen & afstoten, bruiklenen, digitalisering, vrijwilligersbeleid, diversiteitsbeleid, ondernemerschap en zo meer. Om vanuit de vereniging resultaten en bevindingen van de verschillende onderzoeken te delen. En om als museum je Museumkaarten te bestellen en je bezoekcijfers door te geven.

Museumcontact kent een aantal onderdelen: Museumcontact.nl, de site en verbindende schakel tussen de onderdelen; Museumvisie, het vaktijdschrift; Museumkennisdag voor deskundigheidsbevordering van museummedewerkers; Museumcongres ter inspiratie van museumdirecteuren en beslissers in de sector; regiobijeenkomsten voor musea t/m categorie 4. Vast onderdeel zijn de tien secties – en de sectieraad, het overleg van de voorzitters van de sectiebesturen – die door het jaar heen (netwerk)activiteiten voor museumcollega's organiseren. Gezien de overweldigende belangstelling voor de directeurendiners bij het Museumcongres overwegen we die te organiseren aansluitend aan ledenvergaderingen.

In alle onderdelen zetten we diversiteit en een sterkere binding tussen de bevolking en collecties in Nederland centraal. De programmering van de Museumkennisdag vindt plaats vanuit de sectieraad en die van het Museumcongres door een redactieraad. Ideeën van musea voor deze evenementen op 4 en 5 oktober in Den Haag zijn van harte welkom. Zomer 2017 is een

programmaraad geïnstalleerd met wie we in 2018 de samenhang tussen de onderdelen en met het verenigingsbeleid bezien en de doorontwikkeling van de onderdelen zodat die passend is bij de (financiële) ambitie van de vereniging. Voor een content- en communicatiestrategie voor Museumcontact.nl gaan we in zee met studenten van de Reinwardt Academie.

### **1g. Ethische code voor musea**

Werken voor de samenleving brengt een ethische verantwoordelijkheid met zich mee. Musea hebben er de Ethische Code voor opgesteld, die wereldwijd geldt. De Museumvereniging, met Stichting Museumkaart één van de initiatiefnemers van de Ethische Codecommissie voor Musea, wil de commissie ondersteunen bij het bundelen van adviezen om musea nog meer bewust te maken van de ethiek van het museumbedrijf. We houden oog voor de samenhang met de internationale code en de codes over Governance en Culturele Diversiteit. We continueren het secretariaat van de commissie met een externe secretaris en zorgen voor achtervang intern.

# 2. Een meer divers publiek

Hoe de uitdaging van een meer divers publiek in 2018 vorm krijgt, is hierna per beleidsdoel beknopt toegelicht.

## Het versterken van het draagvlak voor musea

### 2a. Museumeducatie

In musea komt onderwijs tot leven. Het regeerakkoord onderschrijft dit en de Museumvereniging bepaalt in samenspraak met de musea de strategische inzet op dit terrein. Eind 2017 is de Museumeducatieprijs voor de tweede keer uitgereikt. In 2018 bezien we hoe we de best practices onder de aandacht brengen van meer musea en meer basisscholen kunnen brengen.

### 2b. Vernieuwde BankGiro Loterij Museumprijs 'Museum van het Jaar'

Aan deze publieksprijs - op voordracht van een vakjury - van het Prins Bernhard Cultuurfonds

verlenen wij onze medewerking. In 2018 kunnen musea in de categorie Techniek in aanmerking komen voor de prijs van 100.000 euro. Om het aantal stemmen naar ten minste 100.000 te brengen, is een doordachte mediastrategie nodig. De uitreiking zal in mei zijn rond International Museums Day. Hierdoor ontstaat een nieuw moment in het jaar om de publieke opinie over musea krachtig en positief te beïnvloeden. Vanaf 2019 kunnen alle geregistreerde musea zich aanmelden voor de prijs die elk jaar een ander thema zal hebben, gerelateerd aan publieksbereik.

## Het vergroten van het verdienvermogen van musea

### 2c. Museumkids

Eind 2017 is het geheel vernieuwde Museumkids.nl in gebruik genomen. Het is een eigentijds kidsplatform dat zowel kinderen als (groot-) ouders stimuleert tot museumbezoek, waarbij fysiek en online bezoek elkaar versterken. Voor volwassenen wordt de kinderstem vertaald in een bezoekgenerator, waaraan museuminspecties ten grondslag liggen. Museuminspecteurs is een beproefd concept waarbij kinderen de mogelijkheid krijgen om bezochte musea te inspecteren en door een enquête van een cijfer te voorzien.

Nieuw is dat de inspecteurs worden uitgedaagd

om badges te verzamelen, vlogs te maken en musea te presenteren. Gamification zal de onderlinge binding én de grootte van de gemeenschap vergroten. In een volgende fase zullen we mini-(VR-)games integreren. Door thuis een game te spelen, verdienen ze een stukje badge die pas bij bezoek in het betreffende museum gecompleteerd wordt. Ook kunnen kinderen anderen uitnodigen, wat hen de badge van gastvrouw/heer oplevert.

Onderwijzers hebben een zeer vergelijkbare behoefte met die van de ouders wanneer het gaat om het plannen van een museumbezoek. Boven-

dien biedt het Museumkidsplatform hen ook een overzicht van de beschikbare educatieve schoolprogramma's alsmede een digitale collegereeks in samenwerking met de MuseumJeugdUniversiteit. Door de directe link met musea is het eenvoudig om educatieve projecten te plannen en om bijvoorbeeld spreekbeurtinformatie op te vragen. We zullen nagaan hoe de aangemelde projecten voor de Museumeducatieprijs een zinvolle plek kunnen krijgen.

De statistieken van de inspecties zijn in te zien voor de deelnemende musea in een eigen dashboard. Zo kunnen de musea de feedback van de kinderen gebruiken ter verbetering van hun exposities en activiteiten. Data van vorige edities zullen ook in het nieuwe dashboard inzichtelijk blijven waarbij het eenvoudig wordt om de geschiedenis in een bepaalde periode terug te zien. Dit dashboard is de basis voor musea om in een volgende fase hun eigen museumbadges te genereren, gekoppeld aan museumspecifieke minigames.

De Museumkidsweek in de herfstvakantie raakt een gevestigde waarde. We sluiten in 2018 weer

aan op de Kinderboekenweek, dit keer met het thema 'Vriendschap'. We zien mogelijkheden om de week deel te laten zijn van 'oktober kindermaand'. De oktobermaand kan dan in het teken staan van kinderen & lezen, podiumkunsten en erfgoed. Zo'n samenwerking met andere branches kan starten met collectieve media-inkoop maar heeft liever nog een gemeenschappelijke noemer in activiteiten. We zijn hierover in gesprek met collega's van CPNB, NAPK, VSCD en Cinekid. We zullen ook De Maand van de Geschiedenis benaderen om samen te werken.

## 2d. Indemniteit

In het regeerakkoord is opgenomen dat de overheid de collectiemobiliteit wil stimuleren door garant te staan voor uit het buitenland geleende topstukken. Onbekend is nog op welke wijze het kabinet de indemniteitsregeling wil gaan verruimen. Samen met musea wil de vereniging een voorstel ontwikkelen, voortbouwend op het onderzoek uit 2017 naar verzekering en bruikleenverkeer, en dit onder de aandacht van kabinet en Kamerleden brengen.

## Het verhogen van de kwaliteit van het museumbedrijf

### 2e. Onderzoek diversiteit van het museumpubliek

We zien dat de groei van de Museumkaart een verbreding van het socio-demografisch profiel met zich meebrengt. Er treedt in lichte mate verjonging op en een verschuiving naar mensen met een modaal inkomen of mbo-opgeleid. Er vindt vervolgonderzoek plaats naar de spreiding van het meerbezoek en de financiële effecten van de Museumkaart over de musea naar grootte en naar regio en de verschillen tussen museumbezoekers naar type collectie en naar grootte.

Dit is een eerste stap op de weg om het gehele museumpubliek in beeld te krijgen. Dat beeld moet scherper, willen we als Museumvereniging | Stichting Museumkaart musea optimaal kunnen ondersteunen in het bereiken van een meer divers publiek. Het vraagt om een verdiepend onderzoek in 2018 onder museumbezoekers en niet-bezoekers. We nemen diversiteit ruim en gaan verder dan alleen te kijken naar culturele diversiteit en benaderen dit onderzoek vanuit inclusiviteit.

### 2f. Code Culturele Diversiteit

Voor het vierjarenplan Cultuur en Creatief Inclusief 2017-2021 is een bijdrage van 900.000 euro toegezegd van het Ministerie van OCW en de gezamenlijke cultuurfondsen aan de Federatie Cultuur. Het voorziet in een stevige prijs en

uitreikingsceremonie voor excellente voorbeelden van toepassing van de Code Culturele Diversiteit, het herschrijven van de Code zelf, het aanbieden van trainingen voor culturele instellingen (waaronder musea) en het statisch in kaart brengen van de mate waarin diversiteit voortschrijdt.

Op verzoek van het Stedelijk Museum Amsterdam en het Van Abbemuseum verkennen we hoe hun initiatief Studio-I om tot een landelijk instituut voor inclusiviteit te komen en dat o.a. ondersteund wordt vanuit het Mondriaanfonds, kunnen verbinden met verenigingsactiviteiten. Museumcontact.nl kan hierin een rol vervullen.

### 2g. Bruikleenverkeer 'Slimmer lenen'

Om de sector te stimuleren en bij te staan bij het zichtbaar maken van de Collectie Nederland zal de Museumvereniging het beperkt-verzekeren en indemniteit bepleiten op basis van een overzicht en vergelijking van verzekeringskosten bij tentoonstellingen. Ook werken we aan een overzicht van het (binnenlands) bruikleenverkeer in de afgelopen jaren om te zien of het maximale niveau bereikt, dan wel in zicht is.

We volgen of de cultuurconvenanten uit juli 2017 leiden tot afspraken van musea met gemeenten en provincies over collectiemobiliteit en verzekeringen en daarbij 'slimmer lenen' opnemen.



# 3. Een sterkere binding tussen de bevolking en museumcollecties in Nederland

Hoe de uitdaging een sterkere binding tussen de bevolking en museumcollecties in Nederland in 2018 vorm krijgt, is hierna per beleidsdoel beknopt toegelicht.

## Het versterken van het draagvlak voor musea

### 3a. Nationale Museumweek

Tijdens de Nationale Museumweek van 9 t/m 15 april 2018 spelen drie opzienbarende objecten de hoofdrol tijdens live evenementen door het land om meer waardering voor museale collecties te genereren onder een breed publiek. Eén Gouden Pronkstuk komt uit Gelderland en wordt weer gekozen door Museumkaarthouders; de andere twee zijn al eens eerder getoond en zullen gespreid zijn over het land. Daarnaast zullen we op verzoek van de musea inzetten op meer bezoek. Dat doen we door aan te sluiten op de beleidsdoelstelling voor een sterkere binding tussen de bevolking en museale collecties in Nederland.

Als we het palet aan promotionele activiteiten vanuit de vereniging overzien, constateren we dat de leeftijdscategorie 13-35 jaar onderbelicht blijft. Wij zullen hen centraal stellen in de activiteiten tijdens de week. Onder andere door pop-up musea in scholen voor voortgezet onderwijs en met jongeren-mediabedrijf VICE. Studenten van de Reinwardt Academie ontwikkelen plannen om meer eenheid in de programmering van publieksactiviteiten van

musea te brengen die Museumkaarthouders, bezoekers en niet-bezoekers aantrekt. Net als afgelopen jaar willen we met musea samen op social media forse impact genereren. 'Ontdek samen ons échte goud, dichterbij dan je denkt!' is het thema. Ook laten we weer de effecten van de week door onafhankelijk onderzoek in beeld brengen.

### 3b. Massamedia

Een sterk draagvlak voor musea vereist allereerst bekendheid bij een breed publiek. Maar hoe bereik je museumbezoekers en hoe niet-bezoekers via radio, televisie, geschreven media en online platforms? Om duidelijke doelen te stellen, brengen we eerst in beeld wie we momenteel bereiken en werken een mediaplan uit. Dit plan dat tot stand komt met de klankbordgroep *Musea & media* zal leidend zijn bij onze activiteiten als intermediair of co-financier van programma's op regionale, landelijke of commerciële omroepen en op social media voor onze activiteiten en ter ondersteuning van de promotie door musea zelf.

### **3c. Digitalisering**

Musea spannen zich in om hun collecties te digitaliseren, maar ervaren uiteenlopende problemen: innovatie blijft achter bij de razendsnelle veranderingen. En er zijn grote problemen met de duurzaamheid van digitale content en digitaal erfgoed. Ook zijn er hindernissen te

slechten, zoals in de auteursrechtwetgeving. Verder kunnen musea hun ogen niet meer sluiten voor cybersecurity. Een compleet beeld en wat er nodig is, ontbreekt echter nog; dat vraagt om een verkenning door de vereniging in 2018.

## Het vergroten van het verdienvermogen van musea

### **3d. Smaakvoorkeuren**

Maandelijks ontvangen zo'n 750.000 kaarthouders de digitale nieuwsbrief Museumtips. In 2018 heroverwogen we de segmenten (actieve senioren, jong& hip, gezinnen), de inhoud, de vorm en de frequentie van Museumtips. We kunnen steeds beter aansluiten op de interesses van de kaarthouders.

MijnMuseumkaart toont momenteel al een overzicht van de musea die de kaarthouder bezocht heeft; dat zullen we uitbreiden met de functie om te bezoeken musea of tentoonstellingen toe te voegen. In een volgende fase kunnen deze ook gedeeld worden via social media en op MuseumkaartMatch. Voor de musea betekent dit dat een meer gerichte doelgroepbenadering vanuit de Museumkaart mogelijk wordt.

## Het verhogen van de kwaliteit van het museumbedrijf

### **3e. Aantrekken en afstoten van collectieonderdelen**

De Leidraad Afstoting Museale Objecten (LAMO), onderdeel van de Museumnorm, zal onder de loep worden genomen en samen met OCW en RCE werken we aan een communicatieplan om er meer bekendheid aan te geven.

Musea tonen hun afstotingsplannen op de afstotingsdatabase en bieden die eerst aan elkaar aan voordat zij dit doen aan particulieren of musea in het buitenland. We treffen voorbereidingen voor een publieksversie van de afstotingsdatabase, die particulieren in Nederland in staat stelt een museumstuk te verkrijgen, gekoppeld aan een tv-format.

# 4. Generieke activiteiten

De Museumvereniging kent ook een aantal generieke activiteiten. Hoe die in 2018 vorm krijgen, is hierna per beleidsdoel beknopt toegelicht.

## Het versterken van het draagvlak voor musea

### **4a. Verkiezingen 2017, 2018, 2019**

Gelet op de animo voor lobby-advies tijdens de regiobijeenkomsten is een project uitgewerkt om een publicatie – in welke vorm dan ook – te maken die kleine en middelgrote musea helpt bij hun lobby bij de gemeente.

### **4b. Conferentie Museumoverheden**

Eind 2017 is op ambtelijk niveau gesproken met overheden die eigenaar zijn van collecties over een model Bruikleenverkeer en de mogelijk verdere uitwerking van de Cultuurconvenanten. Voor 2018 zal in overleg met de nieuwe bewindspersoon worden bezien of we opnieuw om de tafel gaan om de gemeenschappelijke verantwoordelijkheid voor de Collectie Nederland te benadrukken. Bijvoorbeeld om het nieuwe bekostigingsmodel van rijksmusea onder de aandacht van andere overheden te brengen of om de museale kant van de stelselherziening van het cultuurbeleid te belichten.

### **4c. Kring rijksmusea**

De rijksmusea werken als kring samen aan hun belangenbehartiging binnen de vereniging. In het regeerakkoord zijn de vier speerpunten opgenomen die de Museumvereniging heeft aangedragen in de aanloop naar de Tweede Kamer verkiezingen. Dan gaat het om cultuureducatie, collectiemobiliteit en de indenniteitsregeling, budget voor onderzoek en aankopen en de Geefwet die blijft. Ook is er extra budget voor

de cultuursector de komende jaren. We zullen in Den Haag het gesprek aangaan om ervoor te zorgen dat dit ook ten goede komt aan musea. Een andere uitdaging voor de nieuwe minister is welke ambities zij heeft voor cultuurstelsel vanaf 2021. De werkgroep Bekostiging zal tot een voorstel komen voor een nieuwe richtlijn over de toewijzing van kosten. Op het vlak van huisvesting monitoren we hoe het huisvestingstelsel functioneert. Kortom, bij deze en overige vraagstukken die opspelen, zullen we als ambassadeur namens de kring rijksmusea optreden.

### **4d. Externe netwerken**

Vanuit de Museumvereniging onderhouden we contacten met de woordvoerders cultuur in de Tweede Kamer. Om onze belangenbehartiging kracht bij te zetten, werken we samen in andere verbanden zoals VNO-NCW, MKB en Gastvrij Nederland. Ook nemen we deel aan de Federatie Cultuur en spreken met Kunsten'92. In Europees verband werken we samen in NEMO, bijvoorbeeld om tijdens 2018, het Europese jaar van het Cultureel Erfgoed, onder sleutelpartijen in EU en EC de sociale waarde van musea zichtbaar te maken.

## Het vergroten van het verdienvermogen van musea

### 4e. Museumkaart

De Koers 2019 laat zich als volgt samenvatten:

1. Werving van gezinnen met kinderen tot en met 12 jaar.
2. Behoud van eerstejaars kaarthouders en gezinnen.
3. Streven naar een bezoekvergoeding van ten minste 60% van de gemiddelde toegangsprijs per 1 januari van het kalenderjaar. Daarenboven ontvangen musea met maximaal 10.000 bezoeken een tegemoetkoming van 250 euro. Bekendmaking van de hoogte van de totale vergoeding op de Nieuwjaarsreceptie (in plaats van medio februari).
4. Borging van de continuïteit door een bestemmingsreserve bezoekvergoeding met een maximale omvang van een vol bezoek extra tegen 60% bezoekvergoeding.
5. Lering trekken uit de resultaten van de onderzoekagenda en aansluiten op ontwikkelingen in de markt.

De klankbordgroep Museumkaart – bestaande uit museumdirecteuren – concentreert zich op de strategische hoofdlijnen van de Museumkaart zoals de economische effectiviteit voor de sector, samenhang tussen prijsbeleid en bezoekvergoeding, doelgroepbeleid, merkkracht in relatie tot concurrentie van andere loyaliteitsinstrumenten en de onderzoeksagenda. Een van de onderzoeken betreft een prognose van het museumbezoek met de Museumkaart.

In de backoffice is inmiddels een retentiedesk ingericht die voortaan alle kaarthouders, die geen gebruik hebben gemaakt van de verlengaanbieding, binnen twee weken na het verlopen van de kaart een mail stuurt. Na drie dagen volgt een reminder e-mail aan de non-opens. Non-responders van beide mails worden na een week nabesteld. Het stimuleren van automatische incasso is een volgend project om meer kaarthouders te behouden.

Ook vernieuwing van museumkaart.nl en wijziging van de redactie van het aanbod willen we in 2018 oppakken. Een vernieuwde site dient aan te sluiten op het Customer Data Platform, op MijnMuseumkaart en op Museumkids.nl. De site zal op alle devices goed moeten werken met een eenvoudige vertaling in een app.

Het Museumkaartdashboad geeft musea op basis van de museumbezoeken meer inzicht in bezoeken en bezoekers met de Museumkaart. Daarnaast ontwikkelt de vereniging een model om trendbreuken in kaartbezoek bij musea te signaleren en daarop actie te ondernemen. Door een Deelnameovereenkomst en Algemene voorwaarden willen we de relatie tussen individuele musea of gelieerde instellingen en Stichting Museumkaart transparant maken. Begin 2018 krijgen zij de Museumkaart Gids toegestuurd met alle regelingen, reglementen en handleidingen. Deze Gids zal ook gepubliceerd worden op Museumcontact.nl waar altijd de actuele versie beschikbaar is.

Eind 2017 is een leverancierskeuze in voorbereiding voor de backoffice van de Museumkaart waar het gaat om databasebeheer, logistiek, klantcontactcentrum, bezoekregistratie en –vergoeding. In 2018 zullen de contractuele afspraken vorm krijgen en zal migratie van de huidige kaarthoudersdatabase naar een nieuwe plaatsvinden.

Vanwege de inwerkingtreding van de nieuwe privacywetgeving per 25 mei 2018 – de Algemene Verordening Gegevensbescherming – nemen we alle regelingen en procedures rond de Museumkaart opnieuw onder de loep. Wij verwachten eventuele aanpassingen of aanvullingen in onze systemen en regelingen op tijd te realiseren. Musea die deelnemen aan de Museumkaart, zullen we tijdig informeren over de wijzigingen.

### 4f. Customer Data Platform als onderdeel backoffice Museumkaart

Voor de ontwikkeling van een sterker, doelgerichter marketingbeleid met als basis een 360-graden profiel van de Museumkaarthouder, investeren we in een Customer Data Platform omgeving. Het gaat om een beperkte (proef) periode in een beperkt segment, gezinnen en eerstejaarskaarthouders. De learnings, data en best-practices zullen behouden blijven na de pilot. Een drietal cases die als pilot dienen:

- ♦ ‘inspecteer als je deze week in het museum was’. De campagne is zodanig vormgegeven dat gezinnen met kinderen actief worden betrokken bij Museumkids en specifiek bij Museuminspecteurs op basis van hun afgelegde bezoek aan het museum. Trigger is een geregistreerd bezoek met de Museumkidskaart.

- ♦ ‘activeer weiniggaanders’. De campagne is zodanig vormgegeven dat de groep eerstejaars kaarthouders met het hoogste risico op uitstroom worden geactiveerd. De verwachting is dat kaarthouders worden behouden omdat ze het nut van de kaart inzien en dus kiezen voor behoud in plaats van opzeggen.
- ♦ ‘web & social’. Deze campagne wordt zodanig vormgegeven dat webdata – waaronder een Facebook account – worden toegevoegd aan de klantprofielen en als kenmerk kunnen worden benut in de customer journey.

## Het verhogen van de kwaliteit van het museumbedrijf

### 4g. Museumnorm

Samen met de Museumconsulenten beheren we de Museumnorm, en evalueren we die in 2018, vier jaar na de laatste herziening. De Museumvereniging stelt die norm al jaren als voorwaarde van lidmaatschap. We organiseren mede het onafhankelijk toezicht op naleving door het Museumregister, dat sinds 2014 steekproefsgewijs toetst.

Met onder meer de kring Rijksmusea onderzoeken we in 2018 of visitatie als kwaliteitsinstrument een nieuw leven kan krijgen. Inmiddels zetten sommige provincies visitatie ook in bij de subsidiëring van musea.

### 4h. Restituties

De ethische verantwoordelijkheid geldt in het bijzonder voor restitutie van erfgoed. Musea willen weten waar hun collecties vandaan komen en hebben daar in het kader van Museale verwervingen sinds 1933 onderzoek naar gedaan. De uitkomsten, waaronder de website, overwegen we in huis te houden wanneer de beschikbaarheid van kennis voor de sector daarbij gebaat is.

### 4i. Museumcijfers

De publicatie Museumcijfers biedt jaarlijks een overzicht van de belangrijkste data en trends van musea die aangesloten zijn bij de Museumvereniging. De data zijn verzameld en ter beschikking gesteld door de vereniging en Stichting Museana en op onderdelen aangevuld door Stichting Museumkaart.

## 5. Verenigingsbureau

In 2018 rapporteert het bestuur over de realisatie van de fusiedoelen (sterkere beïnvloeding van de politieke en publieke opinie) op grond van een evaluatie door Berenschot. Daarna zal het lidmaatschapsstelsel en contributiebeleid onder de loep worden genomen waarbij we de balans tussen contributie en retributie wegen.

Begin 2018 lanceren we de nieuwe verenigings-site, een podium voor de standpunten van de Museumvereniging. Op basis van een onderzoek naar de communicatiebehoeften zullen we de communicatie in de vereniging versterken.

Op het bureau van de vereniging ontstaan enkele vacatures, door natuurlijk verloop of omdat in het beleidsplan al een nieuwe functie is voorzien. Het gaat om een medewerker beleid & kwaliteit, een marketingadviseur en data-analist (gerelateerd aan het Customer Data Platform). Zomer 2018 evalueren we of we de proef met een traïneeschap willen continueren.

De contributie voor 2018 zal worden verhoogd met het consumentenprijsindexcijfer. De financiële weergave van de activiteiten in dit jaarplan zijn te vinden in de begrotingen van de Museumvereniging en Stichting Museumkaart.

## 6. Samenstelling commissies, programma- en redactieraad, klankbord- en werkgroepen e.d.

Ook doen we wederom graag een beroep op de leden om in commissies, programmaraad, werk- of klankbordgroepen mede richting te geven aan de activiteiten van de vereniging.

Op [museumcontact.nl](http://museumcontact.nl) is de actuele samenstelling beschikbaar van de programma- en redactieraad en van verschillende commissies, klankbord- en werkgroepen waarin musea participeren. Wilt u in de toekomst op deze manier een bijdrage leveren? Geeft u dit dan door aan een van de medewerkers van de Museumvereniging.



# Bijlage: Geconsolideerde begroting 2018 van de Museumvereniging en de Stichting Museumkaart

EXPLOITATIE	2018
Contributies (leden, geleerde instellingen)	1.011.972
Opbrengsten Ledenactiviteiten	378.500
Netto-omzet Museumkaart	65.413.845
Opbrengst overige activiteiten	25.000
Opbrengsten Collectieve Promotie	5.000
Subsidies en fondsen	-
OCW: Museale verwervingen	PM
OCW: LAMO	PM
BankGiro Loterij jaarlijks	-
BankGiro Loterij (Geoormerkt Werven Acties en Musea)	-
Bijdragen in de kosten door derden	-
Divers	-
<b>Totale omzet</b>	<b>66.834.317</b>
Bureaunkosten	2.063.472
Werkgeverszaken	155.000
Platform	494.000
Kwaliteit	85.000
Public Affairs	50.000
Communicatie	90.000
Directe kosten Museum kaart	2.710.000
Bezoekvergoedingen Museumkaart	58.698.845
Vergoeding Museumspel (musea vrz niet benificient)	-
Promotie activiteiten Museumkaart	1.600.000
Marketing activiteiten Museumkaart	1.470.000
Activiteiten overig Museumkaart	45.000
<b>Totale lasten</b>	<b>67.461.317</b>
<b>Exploitatieresultaat</b>	<b>-610.000</b>
Afschrijvingen	32.000
Financiële resultaten (baten)	-
<b>Resultaat voor bestemming</b>	<b>-642.000</b>