



# STRATEGISCH BELEIDSPLAN 2021 - 2028

## SAMEN GESCHIEDENIS MAKEN



- 1 Voorwoord**
- 3 Managementambitie**
- 6 Profiel van de organisatie**
  - 6 Nederlands Openluchtmuseum
  - 6 Kenniscentrum Immaterieel Erfgoed Nederland
  - 6 Canon van Nederland
  - 6 Netwerkorganisatie
- 7 Identiteit**
  - 7 Waarom
  - 7 Hoe
  - 7 Wat
- 9 Missie**
- 9 Visie**
- 10 Kernwaarden**
  - 10 Inclusief
  - 10 Verbindend
  - 10 Duurzaam
  - 10 Ondernemend
- 12 Werkwaarden**
  - 12 Professionaliteit
  - 12 Gelijkwaardigheid
  - 12 Samenwerking
  - 12 Oplossingsgerichtheid
- 13 Strategische doelstellingen**
  
- 17 Bijlage**
  - Proces strategische en tactische beleidsplanning







# VOORWOORD

---

De afgelopen jaren heeft het Nederlands Openluchtmuseum een groot aantal ontwikkelingen doorgemaakt. De Canon van Nederland is gerealiseerd in het nieuwe Canongebouw en het landelijke Canonnetwerk is opgezet. De Maand van de Geschiedenis professionaliseerde sterk en het Kenniscentrum Immaterieel Erfgoed Nederland is onderdeel gaan uitmaken van de organisatie van het Nederlands Openluchtmuseum. Verder heeft het museum samen met andere musea gebouwd aan het CollectieCentrum Nederland, het grootste duurzame collectiedepot van Europa.

Vanaf 2019 wordt gewerkt met jaarthema's voor de programmering en een toelichtende tijdelijke tentoonstelling vanuit de eigen collectie. De bezoekersaantallen stegen jaarlijks, tot 560.000 bezoekers in 2019. Ook de waardering van het publiek nam toe. Op deze ontwikkelingen willen we na de coronacrisis verder bouwen.

Het Nederlands Openluchtmuseum heeft voor de komende strategische beleidsperiode een nieuwe missie en visie geformuleerd. Hiermee stelt het museum zich ten doel om bij te dragen aan verbinding in de samenleving en bewustwording te creëren op het gebied van duurzaam samenleven. Met enthousiasme en vol overtuiging zetten we ons de komende jaren in om dit beleidsplan uit te voeren.

Teus Eenkhoorn  
Directeur-bestuurder  
Nederlands Openluchtmuseum



BIJDRAGEN  
AAN VERBINDING  
IN DE SAMENLEVING

---







## MANAGEMENTAMBITIE

---

De missie, visie en identiteit van het Nederlands Openluchtmuseum vormen samen met deze lange-termijn-ambitie van de directie het kader voor de strategische beleidsplannen. Waar gaan we met het museum naartoe? Welke richting kiezen we voor de lange termijn en welke ambities hebben we voor dit mooie, bijzondere museum?

We streven ernaar een inclusief museum te zijn met oog voor actuele vraagstukken en maatschappelijke uitdagingen, relevant voor de diverse samenleving van nu. Het museum wil een plek zijn waar jong en oud geschiedenis, cultuur en erfgoed kunnen ervaren. Waar mensen ideeën en gevoelens kunnen uitwisselen en verschillende perspectieven ontdekken. Want ieder mens is uniek in eigenheid en kijk op de wereld. Met deze overtuiging positioneren we het museum 'van alledag' en leveren we een betekenisvolle bijdrage aan brede maatschappelijke vraagstukken. De relevantie en impact vergroten we door goede interne en externe samenwerking, iedereen met eigen verantwoordelijkheid en bewust van de gezamenlijke opgave.

Bij onze verkenningen zijn we scherp op de actualiteit en voelen we de urgentie van vandaag. Daar weten we naar te acteren met een proactieve houding en denkend in kansen. De denkrichting hierbij is: 'Wat leren we uit het verleden over de relevante vraagstukken van vandaag en wat betekent dit voor de toekomst?.'

We genieten van de weg die we met bovenstaande overtuiging bewandelen en de verkenningen die we doen. De dilemma's die we tegenkomen treden we open, eerlijk en nieuwsgierig tegemoet. Dit biedt ons de mogelijkheid om te leren en te verbeteren, persoonlijk en als organisatie.

De medewerkers (h)erkennen de identiteit van de organisatie, werken met enthousiasme en op positieve wijze aan het museum, de gezamenlijke doelen en belangen. We werken samen vanuit een open structuur en spreken elkaar aan op de eigen verantwoordelijkheid. 'Hard op de inhoud en zacht op de relatie'. Voorspelbaarheid en betrouwbaarheid zijn hierbij kenmerkend.

We streven naar een flexibele, wendbare en ondernemende organisatie. Het strategisch beleidsplan biedt richting en kader bij het realiseren van de organisatiedoelen. Dit doen we kwaliteits-gedreven onder het motto 'Eerst de goede dingen doen en vervolgens de dingen goed doen'.

Uitbreiding van het portfolio is niet onze voornaamste ambitie, verbetering van de kwaliteit wel. Zowel inhoudelijk, in de samenhang als in de uitvoering. Zo zijn uitbreiding van de onroerende-collectie in het museumpark en uitbreiding van de commerciële activiteiten geen streven op zich.

We hebben inzicht in de organisatie, processen en taken zijn helder. Accurate gegevens, zoals stuurinformatie, zijn beschikbaar op ieder niveau. Het ondernemerschap vraagt naast inzicht ook om financiële stabiliteit en bewegingsvrijheid. De inkomsten uit subsidies, fondsen en entreegelden dekken de kosten van de museale exploitatie. De commerciële activiteiten leveren een positieve bijdrage aan het exploitatieresultaat. Dit resultaat wordt ingezet bij de realisatie van projecten. We streven jaarlijks naar een absoluut resultaat van € 1 miljoen, waardoor de afhankelijkheid van fondsen afneemt.

Uiteindelijk leidt dit tot een (nationaal en internationaal) relevant museum met een gezond toekomstperspectief. Onze bijdrage hieraan bestrijkt een kleine periode in het lange bestaan van het Nederlands Openluchtmuseum. Alle medewerkers en vrijwilligers vervullen hun taak met veel energie, bevoegenheid en plezier. Samen zorgen we voor het dagelijkse succes van het museum.

Teus Eenkhoorn  
Directeur-bestuurder  
Nederlands Openluchtmuseum

Joop Bergevoet  
Operationeel directeur  
Nederlands Openluchtmuseum







ONTDEK  
GISTEREN  
BEGRIJP  
VANDAAG

HND VD  
GESCHIE  
DENIS

WIJ DOEN MEE!



## PROFIEL VAN DE ORGANISATIE

---

### NEDERLANDS OPENLUCHTMUSEUM

Het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem toont de geschiedenis van het dagelijks leven. In het museum ervaren bezoekers het verleden met al hun zintuigen; het prikkelen van hoofd, hart en handen zit in het DNA. De levendige en interactieve manier van presenteren maakt geschiedenis toegankelijk en aantrekkelijk voor een groot en breed publiek. Dat maakt het museum een bestemming voor een leuk en leerzaam dagje uit. Het stimuleren van de dialoog tussen bezoekers en het delen van ervaringen onderscheidt het Nederlands Openluchtmuseum van veel andere musea.

### KENNISCENTRUM IMMATERIEEL ERFGOED NEDERLAND

Het Kenniscentrum Immaterieel Erfgoed Nederland maakt deel uit van het museum en ondersteunt erfgoedgemeenschappen in het Koninkrijk der Nederlanden in de borging van hun immaterieel erfgoed. Erfgoedgemeenschappen vinden in het Nederlands Openluchtmuseum een plek en podium voor onderzoek en experiment.

### CANON VAN NEDERLAND

Het Nederlands Openluchtmuseum presenteert sinds 2017 de interactieve Canonpresentatie en beheert de educatieve website [www.canonvannederland.nl](http://www.canonvannederland.nl). De Canon toont vijftig vensters met belangrijke gebeurtenissen, personen en voorwerpen die Nederland hebben gemaakt tot wat het nu is. Het Canonnetwerk verbindt musea en historische plaatsen, die aan de hand van objecten de Nederlandse geschiedenis belichten.

### NETWERKORGANISATIE

Het Nederlands Openluchtmuseum is een netwerkorganisatie. Het museum vormt het hart van het groeiende landelijke Canonnetwerk en organiseert daarnaast jaarlijks in oktober de Maand van de Geschiedenis. Het Nederlands Openluchtmuseum is tevens actief in vele (inter)nationale netwerken van musea, (immaterieel) erfgoedgemeenschappen en -instanties. Dat zorgt voor een groot bereik, veel uitwisseling en samenwerking. In de regio bekleedt het Nederlands Openluchtmuseum een maatschappelijk relevante positie,

onder andere door samenwerkingen aan te gaan met lokale en regionale partners. Het Nederlands Openluchtmuseum wil impact creëren. Dit doet het museum door in de tentoonstellingen en de programmering de actualiteit als uitgangspunt te nemen. Zo wordt het museum steeds relevanter, voor iedereen die nadenkt over de toekomst en verandering voor ogen heeft. Want juist dan is het van belang om oog te hebben voor de historische context. Bij nieuwe projecten betreft het museum vele organisaties en individuen, vanuit een participatieve open houding. Om de impact te vergroten worden ook buiten het museum activiteiten georganiseerd.

## HET STIMULEREN VAN DE DIALOOG TUSSEN BEZOEKERS EN HET DELEN VAN ERVARINGEN

---



# IDENTITEIT

Bij de ontwikkeling van het strategisch beleidsplan 2021-2028 hebben we onszelf de vraag gesteld wie we als museum zijn, waar we voor staan en wat ons drijft. Deze verkenning resulteerde in een opnieuw gedefinieerde identiteit van het Nederlands Openluchtmuseum. De identiteit is voor ons een kompas, dat richting geeft, in alles wat we doen.

## WAAROM

Al meer dan honderd jaar krijg je in het Nederlands Openluchtmuseum een inkijkje in het dagelijks leven van inwoners van Nederland. Je maakt kennis met mensen uit alle windstreken, in alle dimensies van het leven.

Vanuit de overtuiging dat geschiedenis ons kan verbinden, willen we bezoekers inzicht geven in (gedeelde) geschiedenis. Want door van en over een ander te leren, krijgen we meer inzicht in onszelf en begrip voor elkaar. Zo bouwen we samen aan een mooiere toekomst, waarin iedereen kan meedoen.

## HOE

We brengen de grote gebeurtenissen uit onze geschiedenis over het voetlicht, maar laten vooral het leven van alledag zien. We tonen hoe mensen zoals jij en ik leefden met elkaar én met hun omgeving. Hoe ze met tegenslagen omgingen en voorspoed vierden, en hoe ze streefden naar een beter leven.

In het Nederlands Openluchtmuseum ontdek je dat de uitdagingen waartegen mensen vroeger aanliepen, vaak helemaal niet zo verschillen van de grote vraagstukken van onze eigen tijd. Dat nu, net als toen, de oplossing vaak te vinden is in samenwerken en verstandig omspringen met de middelen die er zijn.

## WAT

Wij verzamelen en bewaren verhalen, tradities, gebouwen, voorwerpen, planten en gewassen die in relatie staan tot het dagelijks leven. Je wandelt door ons groene museumpark, langs en door historische woningen, boerderijen en werkplaatsen. Je wordt onderdeel van de geschiedenis: je stapt er letterlijk middenin. Zo beleef je het verleden op een interactieve, laagdrempelige manier, die iedereen aanspreekt. We ondersteunen het behoud van immaterieel erfgoed en dragen geschiedenis uit in het hele land met verschillende projecten. Daarnaast werken we samen met veel regionale en landelijke partners.





#THISIS  
PRIKKO

Prekshaaf is onze wijk. In  
naanden lang gingen we op zoek naar  
onden erfgoed van lang geleden en  
en. Erfgoed dat is verdwenen en  
geven. Door het onderzoek gingen  
en de bewoners. We herkennen  
en diversiteit. Neem een kijkje in  
This

PU

CAL

Schone  
handen

in een  
handomdraai

Je mag de  
desinfecterende  
gel met je  
voet beproeven

#THISIS  
PRIKKO



## MISSIE

---

Wij geven materieel en immaterieel erfgoed door aan toekomstige generaties. Wij verzamelen en bewaren verhalen, tradities, gebouwen, voorwerpen, planten en gewassen die in relatie staan tot het dagelijks leven in Nederland. Met levendige presentaties maakt het Nederlands Openluchtmuseum geschiedenis relevant, voor nu en morgen.

## VISIE

---

Wij hebben de overtuiging dat geschiedenis kan verbinden. Door van en over een ander te leren, krijgen we meer inzicht in onszelf en begrip voor elkaar. Zo bouwen we samen aan een mooiere toekomst waarin iedereen kan meedoen.

# KERNWAARDEN

## INCLUSIEF

Het museum wil een afspiegeling zijn van de samenleving in de programmering, het publiek, het personeel en de partners. Om dit te bereiken, werkt het museum aan een omgeving waar iedereen zich thuis voelt en meedoet. Vanuit een inclusieve benadering wil het Nederlands Openluchtmuseum er zijn voor iedereen.

## VERBINDEND

Het Nederlands Openluchtmuseum is open en gastvrij. Vanuit deze houding zoekt het museum naar verbinding: het nodigt medewerkers en bezoekers uit om de dialoog aan te gaan over actuele thema's ingebed in historische context, en werkt nauw samen met gemeenschappen en partners. Het Nederlands Openluchtmuseum is ervan overtuigd dat ontmoeting, participatie en samenwerking leiden tot begrip en respect voor elkaar.

## DUURZAAM

Duurzaamheid en toekomstbestendigheid staan centraal in alles wat het Nederlands Openluchtmuseum doet. De *Sustainable Development Goals* van de Verenigde Naties vormen hierbij een leidraad. Het museum zet de eigen kennis over circulariteit en biodiversiteit in om bewustwording op het gebied van duurzaamheid te creëren bij een breed publiek.

## ONDERNEMEND

Het Nederlands Openluchtmuseum is proactief en ondernemend. Vanuit de eigen identiteit ontwikkelt het museum zich voortdurend, zet het in op kwaliteit, speelt het in op maatschappelijke ontwikkelingen en gaat het samenwerken aan met partners uit andere sectoren (zorg, onderwijs, bedrijfsleven). Bij alle beslissingen zijn stabiliteit, bestendigheid en continuïteit voor de lange termijn leidend.









## WERKWAARDEN

Om bepaalde doelen te bereiken en te excelleren zet het museum in op een efficiënte samenwerking, intern en extern. De afdelingshoofden vormen één team. Dit team heeft een gedeelde verantwoordelijkheid: 'het realiseren van de strategische doelstellingen', en wordt gedreven door een gemeenschappelijke ambitie. Integraal samenwerken is dus het devies. Het welbevinden en de taak- en vakvolwassenheid van alle medewerkers is hierbij essentieel. Daarom investeert het museum in de ontwikkeling van de medewerkers.

Werkwaarden die voor het museum in dit kader belangrijk zijn:

- Professionaliteit
- Gelijkwaardigheid
- Samenwerking
- Oplossingsgerichtheid

### PROFESSIONALITEIT

Onze medewerkers zijn deskundig op hun specifieke discipline en hebben affiniteit met het museale/culturele werkveld. Zij zijn zich bewust van de identiteit van het museum en voelen zich daarmee verbonden. Zo maken we het verschil voor onze bezoeker. Elke medewerker neemt zijn verantwoordelijkheid – en als het nodig is ook nét een beetje meer.

### GELIJKWAARDIGHEID

We hebben respect voor elkaar en iedereen wordt in zijn waarde gelaten. Vanuit die gelijkwaardigheid bereiken we de doelen die we samen hebben. Samenwerken aan gemeenschappelijke doelen geeft energie, leidt tot werkplezier en tot mooie prestaties, waar we trots op zijn.

### SAMENWERKING

Onze bezoekers staan voorop. Dat zie je terug in de wijze waarop wij met elkaar samenwerken. We zoeken elkaar op en helpen elkaar verder bij het behalen van de gezamenlijke doelen. Dit kunnen we niet zonder de integrale samenwerking van de organisatie-eenheden met elkaar en met onze partners.

### OPLOSSINGSGERICHTHEID

Dagelijks doen zich situaties voor die een beroep doen op ons probleemoplossend vermogen. Daarom denken we niet in problemen, maar in oplossingen. Door consequente inzet van de PDCA-cyclus zijn we voortdurend bezig om onze processen en producten te verbeteren. Om tot een geschikte oplossing te komen, hoort ook dat extra stapje en creativiteit erbij.



## STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN

De strategische doelstellingen van het Nederlands Openluchtmuseum vormen de leidraad voor de lange termijn en laten zien wat we willen bereiken de komende jaren. Na afloop van een cultuurperiode worden de doelstellingen opnieuw getoetst en waar nodig aangepast. (Inter-)nationale kaders, zoals de ICOM-definitie, worden hierbij geraadpleegd.

De strategische doelstellingen gelden voor de gehele organisatie en vormen de basis voor alle plannen van de organisatorische eenheden op tactisch niveau (tactisch beleidsplan per eenheid) en de afdelingen op operationeel niveau (jaarplannen afdelingen).



NR.	STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN	SUCCEFFACTOR
1	We zijn een <b>museum</b> met <b>Impact</b> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>• We zijn een museum, sluiten aan bij de tijdsgeest en stimuleren de dialoog tussen bezoekers.</li> <li>• We zijn expert op het gebied van de geschiedenis van het dagelijks leven in Nederland.</li> <li>• We zetten onze kennis en expertise in voor de samenleving.</li> <li>• We werken duurzaam, gelijkwaardig en participatief samen met organisaties en gemeenschappen.</li> <li>• We bouwen aan netwerken. Met projecten buiten de deur (fysiek en digitaal) verbreden we ons netwerk, dit levert ons kennis en inzichten op.</li> <li>• We spelen in op de actualiteit, zoeken deze op en gaan maatschappelijke vraagstukken niet uit de weg.</li> <li>• We verzamelen voorwerpen en documenten, zodat ook toekomstige generaties zich kunnen verdiepen in het verleden.</li> <li>• Digitalisering draagt bij aan het zichtbaar maken en ontsluiten van het cultureel erfgoed.</li> </ul>
2	Het museum streeft naar <b>inclusiviteit en diversiteit</b> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publiek: Wij zorgen ervoor dat een breed en nieuw publiek zich aangesproken en welkom voelt.</li> <li>• Personeel: We zijn een inclusieve werkgever. Door werknemers met diverse achtergronden te betrekken, kunnen steeds meer mensen zich herkennen in de organisatie.</li> <li>• Programma: In de verhalen die verteld worden, de voorwerpen die verzameld worden en de presentaties die getoond worden, hebben wij in toenemende mate aandacht voor diversiteit in de samenleving en multi-perspectiviteit.</li> <li>• Partners: Het museum werkt samen met partners die doelgroepen bereiken die tot nu toe onderbelicht zijn.</li> </ul>
3	Het museum werkt vanuit een <b>integrale benadering</b> , met aandacht voor <b>kwaliteit</b> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>• We richten ons op kwaliteitsverbetering in de gebouwen, presentaties en collecties.</li> <li>• Er is een optimale aansluiting tussen de presentaties en de programmering.</li> <li>• In de samenwerking zoeken we elkaar op, er is synergie en we maken gebruik van elkaars kennis en netwerk.</li> <li>• Kwaliteit staat voorop in alles wat we doen, er zijn kwaliteitssystemen ingericht waar nodig.</li> <li>• We zijn een lerende organisatie met de PDCA-cyclus als verbetermethode.</li> <li>• Er is sprake van een effectieve overlegstructuur.</li> <li>• Kritische bedrijfsprocessen zijn beschreven en worden gevolgd.</li> <li>• De kwaliteit van werk wordt door de medewerkers als goed ervaren. Denk hierbij onder meer aan onderwerpen als ontwikkelmogelijkheden, kunnen meedenken en een goede werk/privé-balans.</li> </ul>



NR.	STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN	SUCCEFACTOR
4	De <b>cultuur</b> van de organisatie is <b>open en stimulerend</b> , het <b>interne vertrouwen</b> is groot.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het gezamenlijke doel is voor alle medewerkers (betaald en vrijwillig) duidelijk en leidend. We weten waar we met z'n allen aan werken.</li> <li>• We inspireren onze medewerkers om proactief met ideeën en producten te komen om het museum nog beter te laten werken. Speerpunten hierbij zijn: inhoud, marktpositie, impact op de samenleving en efficiëntie.</li> <li>• Interne informatieverstrekking en transparantie zijn op orde.</li> <li>• De interne samenwerking en betrokkenheid groeien, evenals de loyaliteit.</li> <li>• Dienend leiderschap is gemeengoed.</li> <li>• We zijn geïnteresseerd in elkaar. Organisatie-eenheden werken actief samen in processen en projecten.</li> <li>• We stimuleren en ondersteunen het hybride werken.</li> <li>• De medewerkerstevredenheid is hoog.</li> <li>• De gewenste familiecultuur is een mix geworden van familiecultuur, innovatieve cultuur en marktcultuur (zie medewerkersonderzoek).</li> </ul>
5	Het museum stelt <b>duurzaamheid</b> centraal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Duurzaamheid is een focusonderwerp in zowel inhoud als uitvoering.</li> <li>• Binnen ons bereik is er een ideaal evenwicht tussen ecologische, economische en sociale belangen gerealiseerd.</li> <li>• De kernprincipes van Maatschappelijk Verantwoordelijk Ondernemen zijn een vast onderdeel bij ieder besluit en iedere activiteit. De resultaten op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen worden actief uitgedragen.</li> <li>• Vitaliteit en duurzame inzet van onze medewerkers is een vaste waarde in het HR-beleid.</li> </ul>
6	<b>Financiële stabiliteit en toekomstbestendigheid</b> zijn geborgd.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De organisatie is wendbaar en kan zich snel aanpassen aan veranderingen. Hiermee worden zowel structurele als kortstondige aanpassingen bedoeld.</li> <li>• Het product van het NOM is uniek (<i>product leadership</i>). Groei van de bezoekersaantallen is geen doel op zich, maar het gevolg van kwaliteit. Waardecreatie door een uitstekende reputatie.</li> <li>• We hebben een actueel en gefundeerd overzicht van de bedrijfsrisico's, die continu worden gemonitord.</li> <li>• We gaan op verantwoorde wijze om met, en dragen zorg voor het museum in brede zin.</li> <li>• De inrichting van de organisatie van mensen en middelen wordt flexibel ingezet.</li> <li>• De Code Diversiteit en Inclusie, de Fair Practice Code en de Governance Code Cultuur worden gevolgd.</li> <li>• Er is een financiële buffer gevormd, gelijk aan één jaar publieksinkomsten.</li> <li>• De totale personeelslasten (inclusief inhuur) bedragen maximaal 50% van de totale baten per jaar.</li> </ul>





# BIJLAGE

## PROCES STRATEGISCHE EN TACTISCHE BELEIDSPANNING





**Voor meer informatie**

Nederlands Openluchtmuseum

Hoferlaan 4

6816 SG Arnhem

T +31 (0) 26 357619

[www.openluchtmuseum.nl](http://www.openluchtmuseum.nl)

**Foto's:** Wim de Knecht, Linde Dorenbos, Mike Bink