

3. Het Publiek.

3.1. Algemeen.

De tweede belangrijke pijler van ons museum is de publieksfunctie. Deze behelst de gehele communicatie tussen het museum en alle personen die voor het museum op de een of andere manier van belang zijn. Dat zijn niet alleen de huidige en potentiële bezoekers van het museum, maar ook alle instellingen en personen die het museum ondersteunen. In het beleidsplan worden de beslissingen vastgelegd over de groepen waar het museum zich op richt en over de wijze waarop deze benaderd zullen worden. Vervolgens krijgt de publieksfunctie daadwerkelijk gestalte in enkele deeltaken die in paragraaf 4.3 aan de orde komen. In een korte inleidende paragraaf over de samenstelling en omvang van het publiek wordt een aantal algemene punten besproken.

Omdat wij een klein museum zijn hebben we geen uitgebreid communicatieplan, maar volstaan we met het opnemen van een heldere en compacte beschrijving van de publiekstaak in het beleidsplan, zonder in te gaan op details.

3.2 Samenstelling en omvang van het publiek.

Musea bedienen veelal verschillende groepen onder hun huidige en potentiële bezoekers: een geïnformeerd publiek met specifieke belangstelling voor (delen van) het museum en zijn collectie, de lokale bevolking, individuele bezoekers, bezoekers in groepsverband, gezinnen met kinderen, het onderwijs, de virtuele bezoeker en anderen. Het is van belang dat het museum duidelijk maakt waar de prioriteiten en mogelijkheden liggen.

In dit beleidsplan noemen we een aantal factoren die voor de publieksdoelstelling van belang zijn. Zo zijn de locatie, de aard en de samenstelling van de collectie mede bepalend voor het aantal en de aard van de bezoekers die het museum trekt.

We weten als museum als geen ander hoeveel inspanning het kost om publiek te trekken en te behouden. Een groter en diverser publiek komt niet vanzelf en het bestaande publiek stelt steeds meer eisen. In dit verband is het van belang om aandacht te besteden aan de te verwachten effecten van een verruiming van de openstelling of van de herinrichting van de vaste opstelling.

Rekening houdend met onze missie zoals genoemd onder paragraaf 1.2 staan voor het lopende jaar de volgende tentoonstellingen op het programma: schilder- en tekenwerk van kunstnares Diet de Ridder, alsmede aandacht voor het 175-jarig bestaan van de Vrije Evangelische Gemeente van Heerde.

3.3 Publieksactiviteiten.

Deze paragraaf behandelt de concrete publiekstaken van het museum, ofwel de specifieke instrumenten die we kunnen gebruiken om informatie aan onze doelgroepen over te dragen. Dit zijn: vaste opstelling en tijdelijke tentoonstellingen, educatieve taken, PR-taken, taken op het gebied van gastvrijheid, publicatie en overige activiteiten. Er wordt hierbij steeds een relatie gelegd met de missie en de algemene doelstellingen van ons museum.

3.3.1 Presentatie van de collectie.

De vaste opstelling van de collectie is de kern van het museum. Voor de missie en de strategische doelen van het museum is de vaste presentatie van groot belang. De vaste opstelling draagt in belangrijke mate bij aan de positionering en profilering van het museum, ook voor het bereiken van nieuw publiek. De huidige vaste opstelling bestaat uit: beken- en sprengeninformatie (tussenkamer), archeologische collectie in de serre, inrichting notariskamer met authentieke kantoorspullen van vroeger, streekdrachtmutsen en serviesgoed, Jan van Riemsdijk (herenkamer).

Om bij onze missie en doelstellingen te blijven is het van belang steeds te toetsen of het tentoongestelde hiermee in overeenstemming is. Zo is de archeologische verzameling maar voor een deel afkomstig uit Heerde en omgeving.

Bij een herinrichting zou hier rekening mee moeten worden gehouden.

Rekeninghoudend met de grote verscheidenheid aan stukken in het depot zou er periodiek een aanpassing van de presentatie kunnen worden gemaakt.

Gezien onze financiële middelen en de aard van het gebouw zullen we binnen de bestaande ruimten moeten blijven werken. De grote opknapbeurt is op dit moment afgerond en dit komt de presentatie van het museum ten goede. De boeken in onze bibliotheek worden nu in open stellingen gepresenteerd.

Ten aanzien van de begeleidende publieksfunctie is het wenselijk om meer gebruik te maken van tekstbordjes, eventueel zaalpapieren en dergelijke.

3.3.2 Tijdelijke tentoonstellingen

Voor ons museum zijn tijdelijke tentoonstellingen een belangrijk instrument voor het genereren van herhalingsbezoek en het trekken van nieuw publiek. Het inrichten van tentoonstellingen is een arbeidsintensieve aangelegenheid. Het museum moet daarom afwegen hoe de doelen effectief bereikt kunnen worden.

- * Ons streven is erop gericht om jaarlijks 2 tot 3 tijdelijke tentoonstellingen te organiseren.
- * Deze tentoonstellingen zullen met name een lokaal of regionaal onderwerp hebben. Het kan hierbij gaan om gebruiksvoorwerpen, kunstwerken, geschiedkundige werken e.d.
- * Door allerlei PR-activiteiten te ontwikkelen willen we trachten het bezoekersaantal op een hoger plan te krijgen.
- * In voorkomende gevallen, en als het voor ons museum van belang is, stellen we onze faciliteiten ter beschikking aan derden.

3.3.3 Educatieve taken

Educatie heeft als doel kennis te vergroten en de houding en /of het gedrag van de bezoeker voor een langere periode te beïnvloeden. Het is daarom een speciale vorm van publieksbegeleiding, die bezoekers de mogelijkheid biedt om inzicht te krijgen en kennis van de achtergronden, en (de samenhang van) de feiten te vergroten. Daarbij is steeds sprake van een koppeling met de missie van het museum en zijn collectie.

Om de educatieve taken op een goede en in deze tijd passende manier uit te voeren is de

ontvangstruimte opnieuw ingericht, o.a. met een verkoopbalie en een leestafel. Door aanschaf van nieuwe audiovisuele middelen en inzet van moderne ICT-toepassingen kunnen we straks op een adequate manier aan deze taak voldoen.

Als onderdeel van de educatieve taak is er ook de jaarlijks terugkerende verhalen route in samenwerking met het cultureel centrum De Hank en de cultuurmakelaar en de scholen in de gemeente Heerde

3.3.4 Publicaties.

In deze beleidsperiode zal het museum doorgaan met het uitbrengen van kwartaalpublicaties. Deze ongeveer 40 pagina's tellende uitgaven zijn bestemd voor onze leden, regionale zusterverenigingen en andere belangstellenden. Het komt regelmatig voor dat een kwartaaluitgave een themanummer is, dat geheel wordt gewijd aan de nieuwe tentoonstelling.

De oplage van het kwartaalblad is momenteel 1100 exemplaren. De verspreiding hiervan wordt voor het grootste deel uitgevoerd door vrijwilligers.

Zoals meerdere musea gaan wij ons ook actief bezighouden met de mogelijkheden van de elektronische snelweg. Omdat dit voor ons een nog nieuw terrein is, werd er een speciale ICT-commissie ingesteld, die inmiddels een ICT-plan heeft uitgebracht. Dit plan is als bijlage gevoegd bij dit beleidsplan. Internet kan door het museum voor allerlei doeleinden worden gebruikt, zoals het informeren van mensen over het bestaan van het museum met daarbij vermeld de openingstijden, waar het museum zich bevindt, welke tentoonstellingen er zijn, enz.

Het ontwikkelen van een website is belangrijk, maar zeker zo belangrijk is het om de gegevens up-to-date te houden. Hiervoor dienen verantwoordelijke personen te worden aangesteld.

3.3.5 Taken op het gebied van gastvrijheid.

De concurrentie met andere aanbieders op de vrijetijdsmarkt om de gunst van de bezoeker, dwingt ons er toe steeds meer aandacht te schenken aan de bezoeker. Niet alleen de kwaliteit van de inhoudelijke activiteiten, maar ook de faciliteiten er omheen bepalen of een bezoeker tevreden het museum verlaat. En tevreden bezoekers maken reclame voor een museum bij vrienden en bekenden en komen terug.

Goed gastheerschap moet onderdeel zijn van ons beleid. De medewerkers en suppoosten zijn niet alleen toezichthouder, maar vriendelijke en behulpzame gastheren en -vrouwen van het museum.

Aandachtspunten bij dit onderwerp zijn:

- Bewegwijzering binnen de gemeente naar het museum
- Toegankelijkheid en herkenbaarheid van de ingang.
- Verkoop- en informatiebalie
- Beschikbaarstellen van opleidingsfaciliteiten voor een grotere deskundigheid.

3.3.6 Marketing en public relations.

Voor onze activiteiten besteden we over het algemeen veel tijd aan het werven van publiek en van (financiële) middelen. Voor beide aandachtspunten is het van belang zoveel mogelijk contacten te leggen en te onderhouden met o.a. de plaatselijke scholen, serviceclubs, bedrijven, damesgroepen, verzorgingstehuizen.

Voor het bepalen van een effectieve strategie voor de werving van publiek, is kennis van de eigen uitgangspunten van belang. Een belangrijke bron van informatie zijn de bezoekers die al komen. Om er achter te komen wat zij vinden van ons museum zou gedurende b.v. een seizoen een kleine enquête kunnen worden gehouden. We kunnen overwegen om in de zomerperiode een terras in te richten aan de voorzijde van het pand.

De omvang en samenstelling van het publiek zijn waarschijnlijk de belangrijkste indicatoren voor het maatschappelijk draagvlak van het museum. Maar ook de mate waarin het museum in staat is financiële bijdragen van overheidsinstanties, bedrijven en particulieren te genereren, is daar een illustratie van.

De maatschappelijke inbedding krijgt concreet gestalte door ons grote ledenbestand en door de samenwerking met de gemeente, streekarchief, scholen enz.

Onze belangrijkste doelgroepen zijn o.a. onze leden, inwoners van onze gemeente, toeristen, plaatselijke scholen.

Om de verschillende groepen naar het museum te krijgen maken we gebruik van ons kwartaalblad, de website, streekbladen en het regionale dagblad. Wij nemen deel aan Monumentendag en lokale activiteiten. Daarnaast is er samenwerking met de VVV.

Verder houden we lezingen en presentaties met beeldmateriaal.

Om meer naamsbekendheid te geven aan het museum zou het goed zijn om de naam van onze vereniging te wijzigen of te splitsen in een "historische vereniging" en een "Oudheidkamer"

3.3.7 Overige publieksactiviteiten

Om het publiek ook op een andere manier te benaderen zouden we b.v. lezingen kunnen organiseren over de historie binnen onze gemeente. Een andere mogelijkheid is onze expositieruimte beschikbaar stellen aan instellingen binnen de gemeente. We kunnen nog onderzoek doen naar het inrichten van een beperkte horecafunctie tijdens de openstellingen.