



# **BELEIDSPLAN**

**2020 – 2024**

# **MUSEUM SMEDEKINCK ZELHEM**



## 1. Voorwoord

Hierbij bied ik u, namens het bestuur, het beleidsplan van Museum Smedekinck te Zelhem voor de periode 2020 – 2024 aan.

Het Museum Smedekinck heeft in de afgelopen jaren een duidelijke plaats verworven in Zelhem en omgeving. De vrijwilligers hebben keihard gewerkt om dit resultaat te bereiken.

Het is van belang dat in een organisatie iedereen weet wat van hem/haar verwacht wordt. En dat daarbij de communicatielijnen helder zijn. Dit vraagt om een professionele organisatie.

Dit beleidsplan is een voorzetting van het beleidplan 2016- 2019 en wil een leidraad zijn voor de komende vier jaren om Museum Smedekinck verder uit te bouwen teneinde meer en breder publiek aan te spreken.

In dit voorwoord wil ik graag van de gelegenheid gebruik maken, om iedereen die zich in de afgelopen jaren heeft ingespannen om het museum te maken wat het nu is, hartelijk te bedanken. Een geweldig resultaat waar wij met recht trots op mogen zijn.

Ik spreek dan ook de verwachting uit dat we met elkaar het museum de komende jaren kunnen laten groeien en bloeien.

Zelhem, 14 november 2019

Evert van den Born, voorzitter Stichting Museum Smedekinck.

## 2. Inleiding

Het nieuwe museumbeleid 2020- 2024 van Museum Smedekinck te Zelhem wordt verwoord in dit beleidsplan. Een beleid dat lering trekt uit de afgelopen jaren, maar daar niet stil bij blijft staan. Er wordt vooruitgekeken naar de toekomst met nieuwe ontwikkelingen en mogelijkheden.

Het bestuur heeft gekozen voor een beleidsplan-cyclus van vier jaren. En nu is het weer tijd om opnieuw een blik te werpen op de belangen en de doelstellingen van het museum. Waar staat het museum nu? Wat wordt de plek van het museum in de toekomst? Hoe kunnen we deze toekomst bewerkstelligen en bestendigen? M.a.w. een Museum Smedekinck dat toekomst proof is.

Het bestuur heeft in samenwerking met Erfgoed Gelderland een workshop met de vrijwilligers georganiseerd met als thema's de sterke en verbeterpunten van de organisatie als ook de speerpunten voor de toekomst. Daarnaast heeft er een kwalitatief onderzoek plaatsgevonden onder inwoners, ondernemers en sleutelfiguren uit de omgeving van het museum.

De uitkomsten van bovengenoemde acties vormen de basis voor dit beleidsplan.

Het museum wil de geschiedenis van het plattelandsleven in de Achterhoek en met name de regio Zelhem bewaren, presenteren en uitdragen op een actieve wijze. Met nieuwe en moderne middelen ook aansprekend voor jongeren.

Door samenwerking met andere maatschappelijke partners wil het museum toegankelijk zijn voor iedereen. Door met gerichte activiteiten te bereiken dat mensen het museum bezoeken of op een locatie buiten het museum met het collectieverhaal in aanraking komen.

### **3. Historie**

#### **3.1 Ontstaansgeschiedenis van Zelhem**

In de cultuurhistorie van Zelhem e.o. is de missionaris Ludger van grote betekenis door het stichten van een kerk. De kerk was, met alles wat er in en rondom gebeurde, een stimulans voor mensen om zich daar te vestigen. De handel trok over de oude wegen naar de dorpen waar bedrijvigheid was.

In het centrum van Zelhem, waar nu de Lambertikerk staat, stond vroeger een kleine kapel met een oppervlakte van nog geen veertig vierkante meter. Hier bekeerde de missionaris Ludger in het jaar 801 de eerste Zelhemmers tot het christendom.

Van deze kapel is een replica, het Ludgerkerkje, gebouwd en staat sinds 2013 op het erf van Museum Smedekinck.

De historische hoeve Smedekinck wordt in 1341 voor het eerst genoemd als leengoed van het door Ludger in het Duitse Werden gestichte klooster. Deze hoeve vormt met haar bijgebouwen het onderkomen voor Museum Smedekinck.

De geschiedenis van het Museum Smedekinck en de missionaris Ludger zijn dan ook sterk met elkaar verweven

#### **3.2 Historie Museum Smedekinck**

De Oudheidkundige Vereniging Zelhem, O.H.V. Salehem, is 1 juni 1976 te Zelhem opgericht met als doel het verzamelen, onderzoeken, tentoonstellen en beheren van oudheden in respectievelijk afkomstig uit Zelhem en omgeving.

De collectie van O.H.V. Salehem werd tot oktober 2006 tentoongesteld in een voormalige stal aan de Heidenhoekweg te Zelhem. Op 6 april 2005 werd de historische hoeve aan de Pluimersdijk 5 te 7021 HW Zelhem door de toenmalige gemeente Zelhem aan Stichting Zelhems Erfgoed overgedragen.

Deze stichting is de eigenaar van gebouwen en bijbehorende grond en verhuurt deze in zijn geheel aan de Stichting Museum Smedekinck.

De hoeve bestaat uit het voormalige woongedeelte, de deel en de aangebouwde voormalige stal. Verder bevinden zich op het terrein van de boerderij een voormalige ligboxenstal, een karloods, bijenstal en een hooiberg.

Deze hoeve is met behulp van subsidies, giften en donaties en de inzet van vele vrijwilligers prachtig gerenoveerd en op 31 maart 2007 heeft Museum Smedekinck haar intrek genomen. Nadien is nog de ligboxenstal ingericht als expositieruimte.

In 2012 is de kruidentuin gerealiseerd.

Het museum mocht in 2015 het predicaat 'geregistreerd museum' ontvangen.

In 2019 is het erf verrijkt met een authentieke hooiberg.

De Stichting Museum Smedekinck exposeert de collectie van O.V. Salehem in Museum Smedekinck aan de Pluimersdijk 5 te 7021 HW Zelhem en is verantwoordelijk voor de exploitatie van het museum.



#### **4. Doel, Missie en Visie**

##### **Doel**

In de oprichtingsakte van de Stichting Museum Smedekinck dd. 20 januari 2006 is het doel van de stichting als volgt geformuleerd:

De stichting heeft ten doel:

- a. het beheer, de exploitatie en de instandhouding van Museum Smedekinck;
- b. het verrichten van alle verdere handelingen, die met het vorenstaande in de ruimste zin verband houden of daartoe bevorderlijk kunnen zijn;
- c. De stichting tracht haar doel onder meer te verwezenlijken door het tentoonstellen van de historische collectie van de Oudheidkundige Vereniging Zelhem.

##### **Missie**

Het Museum Smedekinck is een ontmoetingscentrum waar het regionale, cultuurhistorische erfgoed wordt bewaard en ontsloten voor beleving.

##### **Visie**

- Het museum wil de presentatie, de zichtbaarheid en de aantrekkelijkheid van het museum en de collectie vergroten. Het museum wil dit verwezenlijken door het organiseren van c.q. participeren in activiteiten passend bij het cultureel erfgoed, zoals tentoonstellingen, lezingen, excursies, educatieve projecten en evenementen.
- Het museum wil zich onderscheiden o.a. door het creëren van een Ludgercentrum.
- Het museum wil een ontmoetingsplek zijn waar mensen het Achterhoekse erfgoed, tot en met de wederopbouw, kunnen beleven en delen met bezoekers, nieuwe generaties, jong dan wel oud.
- Het publieksbereik vergroten door de fysieke, sociale en digitale toegankelijkheid tot het museum te optimaliseren.
- De presentatie van de collectie moderniseren (o.a. met interactieve communicatiemiddelen) en ondersteunen met tijdelijke tentoonstellingen.
- Met speciale aandacht voor de jeugd, die op een eigentijdse, actieve wijze het museum kan beleven.

##### **ICOM-definitie**

Het museum beantwoordt aan de definitie, die het International Council of Museums (ICOM) heeft vastgesteld. Deze ICOM-definitie van een museum luidt:

“Een museum is een permanente instelling, niet gericht op het behalen van winst, toegankelijk voor publiek, die ten dienste staat van de samenleving en haar ontwikkeling. Een museum verwerft, behoudt, onderzoekt, presenteert, documenteert en geeft bekendheid aan de materiële en immateriële getuigenissen van de mens en zijn omgeving, voor doeleinden van studie, educatie en genoegen.”(Nederlandse vertaling, 2006).

## **Ethische code voor musea**

De Nederlandse vertaling van de ethische code opgesteld door ICOM is voorbereid door een kleine werkgroep en besproken in de Ethische Codecommissie voor Musea. Daarna is hij formeel goedgekeurd door de besturen van ICOM-Nederland en de Museumvereniging. De vertaling van de Ethische Code voor Musea is nu de basis voor de beroepsethiek van de museale sector in Nederland. Museum Smedekinck hanteert de Ethische Code voor Musea als uitgangspunt van zijn handelen. Naast het toepassen van de Code, draagt het museum deze tevens intern uit aan vrijwilligers door hen hierover te informeren.



## 5. Strategie en doelstellingen

### Hoofddoelstelling

De positie van het museum voor de toekomst te versterken. Te bereiken door groei in naamsbekendheid in de regio, professionaliteit in de organisatie en bedrijfsvoering.

### Doelstellingen

- Het Ludgerkerkje te maken tot een unique selling point.
- Samenwerkingsprojecten aan te gaan met andere maatschappelijke organisaties om de collectie te ontsluiten voor specifieke doelgroepen.
- Het museum aantrekkelijk maken voor jongeren en hun (groot-)ouders.
- De registratie van de collectie te voltooien in het programma Memorix.
- Het vergroten van de naamsbekendheid.



Ludgerkerkje



## **6. Beleid**

### **6.1 Collectiebeleid**

Het collectieplan van Museum Smedekink is geschreven aan de hand van de brochure: "Handreiking voor het schrijven van een collectieplan" uitgegeven door het Instituut Collectie Nederland (ICN) en de Stichting Landelijk Contact van Museumconsulenten (LCM). Het collectieplan is de leidraad voor collectiebeleid.

Met het accepteren van objecten voor het museum zal zeer kritisch worden omgegaan. Voor wat betreft de collectieregistratie zal in de komende periode Adlib omgezet worden in Memorix.

### **6.2 Tentoonstellingsbeleid**

De vaste tentoonstelling van objecten, geschriften en beeldmateriaal geeft een beeld van de ontwikkeling van Zelhem en haar omgeving en hoe de bewoners door de eeuwen heen hebben gewoond, gewerkt, gekleed en gevoed.

In de komende periode wordt de collectieopstelling beoordeeld en waar nodig aangepast c.q. gemoderniseerd. Voor een vernieuwende, aantrekkelijke presentatie van de vaste tentoonstelling wordt een (meerjaren)- plan van aanpak opgesteld op basis waarvan er financiële middelen geworven moeten worden.

De tijdelijke tentoonstellingen vinden in beginsel hun plaats in de stal en versterken de aard van het museum, zijn aansprekend en vormen een (extra) publiekstrekker voor Zelhem en wijde omgeving.

De presentatie van de landbouwgereedschappen en – werktuigen wordt verder geoptimaliseerd zowel voor wat betreft de opstelling als de tekstuele informatie.

Oude ambachten geven vorm aan een 'levend' museum. Voor de instandhouding van de oude ambachten is het werven van beoefenaars essentieel. En moet de overdacht van kennis en kunde gewaarborgd worden al of niet in samenwerking met andere musea.

De evenementen, demonstraties en de kruidentuin zijn onderdeel van het beleven van het museum. De aantrekkelijkheid van de evenementen behoeft een continue aandacht/vernieuwing als publiekstrekker.

### **6.3 Educatief beleid**

Het huidige educatieve aanbod in het kader van de FCP-regeling verder professionaliseren c.q. uitbreiden en zoveel mogelijk onderbrengen bij Reizen in de tijd opgezet door Erfgoed Gelderland.

De prioriteit gaat uit naar het opzetten van een lesprogramma voor de kinderen in de onderbouwgroepen van de basisschool. Dit te realiseren in een samenwerkingsverband tussen de gemeente Bronckhorst en andere cultuuraanbieders in de gemeente Bronckhorst en Erfgoed Gelderland.

## 6.4 Publieksbeleid

### 6.4.1 Algemeen

Jaarlijks trekt het museum ruim 6.000 bezoekers. De bezoeken van de evenementen vormen het leeuwenaandeel. Het museum wil minimaal het aantal bezoekers continueren, maar zet in op een gestage groei van het aantal bezoekers. Een groei kan haalbaar worden door aansprekende tentoonstellingen, aanvullende activiteiten, verruiming openstelling en marketingstrategie in het bijzonder gericht op individuele en groepsbezoeken.

Van belang is een gevarieerd aanbod te hebben dat de onderscheiden doelgroepen aanspreekt.

### 6.4.2 Doelgroepen

#### *Kinderen/jonge gezinnen*

De kindvriendelijkheid van het museum is voor deze doelgroep van essentieel belang. Het museum wil hieraan bijdragen door aan te sluiten bij de huidige leefwereld van de jeugd o.a. door ontwikkeling van een toegankelijke speurtocht, een escaperoute door het museum.

Ook het erf dient uitnodigend te zijn voor de jeugd, de ouders op het terras terwijl de kinderen zich vermaken op een bij het museum passende wijze.



De escaperoute wordt opgelost

### *Senioren*

Deze groep is veelal geïnteresseerd in de historie en oude verhalen. Het museum is een bron van herkenning en wil hen een belevenisvolle ervaring bieden. Deze doelgroep fietst en wandelt veel. Het museum wil inzetten om het bewegen voor ouderen te stimuleren en dit te combineren met een museumbezoek.

### *Groepen*

Met name het museum actief promoten bij touringcarbedrijven en organisaties die per touringcar reizen. Hiervoor speciale groepsarrangementen samenstellen en aanbieden.

Zorgcentra voor bijv. ouderen en /of mensen met een beperking actief benaderen voor museum bezoek dan wel arrangementen.

### *Museum op Maat*

Museum op Maat speciale programma's ontwikkelen en aanbieden voor bewoners van zorgcentra, die niet naar het museum kunnen komen. Vrijwilligers worden voor deze specifieke taak opgeleid.

Speciale folder ontwikkelen en deze breed in de regio verspreiden

### *Overigen*

Het museum beschikt over een tweetal ruimten geschikt voor vergaderingen e.d. tot 50 resp. 150 personen met professionele accommodatie. Buiten de openingstijden kunnen deze ruimten verhuurd worden.

Tijdens het hoofdseizoen is het terras ook geopend voor passanten.

## **6.5 Marketing en PR**

Het bereiken van de genoemde doelgroepen is belangrijk voor de groei van het museum. Daartoe wordt een doordachte marketingstrategie ontwikkeld en vastgelegd in een marketingplan

## **6.6 Middelen**

- Vormgeving  
De huisstijl c.q. vormgeving heeft een upgrade in 2020. Deze lijn wordt doorgevoerd in flyers, website, sociale media, persberichten, uitnodigingen etc.
- Internet  
Er wordt een publieksvriendelijke website ontwikkeld met daaraan gekoppeld sociale media zoals Facebook, Twitter, Instagram en YouTube.
- Folder  
De folder bevat een omschrijving van het museum, overzicht activiteiten, openingstijden, contactgegevens, entree[rijzen en de vermelding rolstoel toegankelijk. De folders worden in een grote kring rondom Zelhem verspreid bij toeristische instellingen en accommodaties.
- Advertorials  
In diverse regionale bladen.
- Advertenties  
Advertenties plaatsen in verschillende toeristische bladen. Vanwege de kosten is het zaak zeer selectief om te gaan met advertenties.

## 6.7 Overige publieksactiviteiten

Het museum organiseert jaarlijks diverse publieksactiviteiten. De aantrekkelijkheid van de evenementen wordt bevorderd door nieuwe elementen toe te voegen.



Kruidentuin

## 7. Bedrijfsvoering

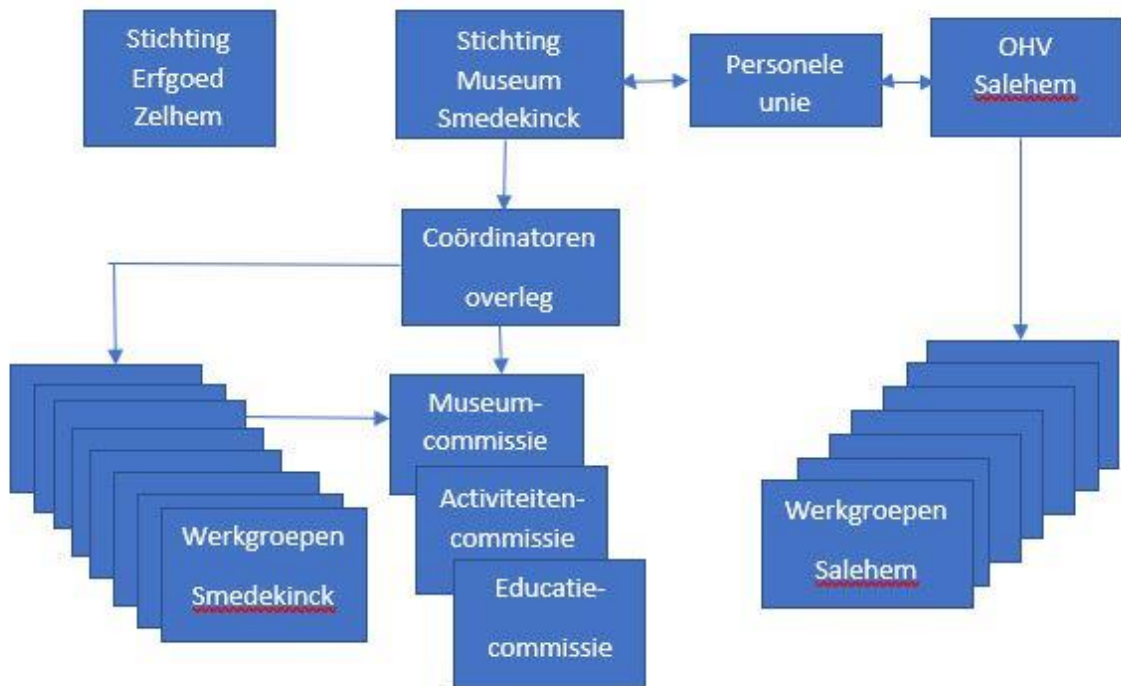
### 7.1 Huisvesting en toegankelijkheid

De toegankelijkheid van de museumschuur optimaliseren (o.a. met sanitaire voorzieningen) om de publieksvriendelijkheid te vergroten.

Te onderzoeken op welke wijze de gebouwen qua energievoorziening zelfvoorzienend kunnen worden.

## 7.2 Organisatie

### Organogram organisatie Museum Smedekinck



#### *Bestuur*

Het bestuur wordt ambtelijk ondersteund door: functionarissen vrijwilligersadministratie, PR en relatiebeheer /-bezoek.

#### *Commissies:*

1. Museumcommissie
2. Activiteitencommissie
3. Educatiecommissie

#### *Werkgroepen (permanent):*

1. Receptiemedewerkers
2. Gastvrouwen/horeca
3. Gidsen/suppoosten
4. Museum op Maat
5. Wisselexposities
6. Groepsexcursies/arrangementen
7. Onderhoud accommodatie/faciliteiten/collectie
8. Kruidentuin
9. Verkeersregelaars
10. Rouw en trouw

### *Projectgroepen*

Een projectgroep is een pool van vrijwilligers die beschikbaar zijn voor de uitvoering van één of meer projecten bijv. opbouw accommodatie en vrijwilligersactiviteiten.

#### **7.3 Toelichting bestuur**

Het vigerende besturingsmodel is het zg. bestuur-model. Alle verantwoordelijkheden en bevoegdheden liggen bij het bestuur, ook een aantal uitvoerende taken. Het bestuur onderzoekt in de komende beleidsperiode op welke wijze een structurele voorziening kan worden getroffen voor de dagelijkse gang van zaken in het museum.

#### **7.4 Toelichting commissies/werkgroepen**

De dagelijkse leiding van de commissies en de werkgroepen berust bij een voorzitter of coördinator.

Voor iedere commissie c.q. werkgroep is een taakomschrijving opgesteld waarin de kaders en de richtlijnen zijn vastgesteld.

Coördinatie en communicatie zijn de essentiële aandachtsvelden en moeten verder geprofessionaliseerd worden. Tenminste éénmaal per jaar vindt overleg plaats tussen de commissies/werkgroepen en één of vertegenwoordigers van het bestuur met o.a. de agendapunten taakomschrijving en communicatie.

#### **7.5 Vrijwilligersbeleid**

De vrijwilligers van Museum Smedekinck zijn de basis voor het welslagen van het museum. Zij zijn de ambassadeurs. Zonder hun inzet kan het museum niet voortbestaan.

Het werven van nieuwe vrijwilligers verdient een continue, actieve aandacht.

Het vrijwilligersbeleid is geactualiseerd en ontvangt meer aandacht vanuit het bestuur door de portefeuillehouder vrijwilligerscoördinatie. Door meer duidelijkheid kan de vreugde en voldoening in het vrijwilligerswerk toenemen.

De taakomschrijvingen worden geëvalueerd. Naar gelang de uitkomst van de evaluatie bijgesteld.

Voor meer informatie zie Vrijwilligersbeleid Museum Smedekinck.



## 8 Meerjarenbegroting

### 8.5 Toelichting

De begroting is gebaseerd op inkomsten en uitgaven van 2018 en de begroting van 2019.

### 8.6 Meerjarenbegroting 2020-2024

	2020	2021	2022	2023
Baten	begroot	begroot	begroot	begroot
Entreegelden	18.000	18.000	18.000	18.000
Omzet catering	32.000	32.000	32.000	32.000
Div. Opbrengsten	4.500	4.500	4.500	4.500
Museumwinkel	2.000	2.000	2.000	2.000
Huwelijksvoltrekking	290	290	290	290
Teruggave energiebelasting	1200	1200	1200	1200
Rente	50	50	50	50
Donaties	10.000	10.000	10.000	10.000
<b><u>totaal baten:</u></b>	<b>68.040</b>	<b>68.040</b>	<b>68.040</b>	<b>68.040</b>
Adm-verzend-computerkosten	600	600	600	600
Advertentiekosten	2.000	2.000	2.000	2.000
Algemene kosten	4.000	4.000	4.000	4.000
Audiotour	1.000	1.000	1.000	1.000
Bankkosten	350	350	350	350
Belastingen	300	300	300	300
Contributies	500	500	500	500
Energie, telefoon en water	8.500	8.500	8.500	8.500
Evenementen	2.500	2.500	2.500	2.500
Afschrijving Hooiberg	500	500	500	500
Huur	16.200	16.200	16.200	16.200
Inkopen museumwinkel	500	500	500	500
Inkopen catering	16.000	16.000	16.000	16.000
Inventaris/onderhoud	2.200	2.200	2.200	2.200
Klein materiaal/onderdelen	1.000	1.000	1.000	1.000
Klein onderhoud huurdersbelang	1.000	1.000	1.000	1.000
Promotiekosten	1.400	1.400	1.400	1.400
Projectkosten				
Schoonmaak-afvalkosten	1.000	1.000	1.000	1.000
Tuin en Erfonderhoud	1.600	1.600	1.600	1.600
Verzekeringen	700	700	700	700
<b><u>totaal lasten:</u></b>	<b>61.850</b>	<b>61.850</b>	<b>61.850</b>	<b>61.850</b>
<b><u>Resultaat</u></b>				
Baten	68.040	68.040	68.040	68.040
Lasten	61.850	61.850	61.850	61.850
marge	6.190	6.190	6.190	6.190
<b><u>aantal bezoekers:</u></b>	<b>6000</b>	<b>6000</b>	<b>6000</b>	<b>6000</b>



