

BELEIDSPAN MUSEUM LAND VAN VALKENBURG 2014-2017



WAAR STAAN WE VOOR?

Tallose grote en kleinere steden schenken aandacht aan de plaatselijke en regionale historie in de vorm van een museum. Valkenburg is een alom bekend en charmant vestingstadje met een belangwekkende historie. De vele monumenten die het stadje rijk is getuigen daarvan. Ook in geologisch en archeologisch opzicht is het Land van Valkenburg bijzonder interessant. Daarnaast verdienen de eigentijdse Zuid-Limburgse beeldende kunstenaars - en zeker die uit de 20^e eeuw - een podium. Dit is reden genoeg om een en ander in zijn samenhang te presenteren in de vorm van een regionaal museum.

Op grond hiervan kan de **missie van het Museum** als volgt worden geformuleerd:

Museum Land van Valkenburg wil aandacht vragen voor de meest interessante aspecten van de regio op historisch en cultureel gebied, van het ontstaan van het mergelland tot en met de ontwikkelingen op kunstzinnig gebied in heden en recente verleden.

Deze missie wordt door het Museum in de volgende **doelstellingen** vertaald:

- De geologie en archeologie van Valkenburg en omgeving, alsmede de lotgevallen van dit vestingstadje door de eeuwen heen onder de aandacht brengen in de vorm van een permanente expositie
- De ontwikkelingen op kunstzinnig gebied binnen de regio in de 20^e en 21^e eeuw presenteren in de vorm van wisselexposities.

Het streven is de missie op de bezoeker over te brengen door een presentatie waarin het 'Verhaal van Valkenburg' wordt verbeeld. De kracht van dit concept is het zichtbaar maken van de relatie tussen het landschap, toerisme en de ontwikkelingen op kunstzinnig gebied.

WAT IS EEN MUSEUM?

Zoals vrijwel alle andere musea, wordt Museum Land van Valkenburg (deels) gefinancierd met belastinggelden, op grond van de maatschappelijke taakstelling die het museum vervult. In het kader van die taakstelling behoort een eigentijds museum aandacht te besteden aan een drietal aspecten, te weten:

- Verzamelen bewaren,
- Bestuderen en documenteren,
- Exponeren en informeren.

Om het bovenstaande te kunnen realiseren moet uiteraard aan een aantal randvoorwaarden worden voldaan, zoals een passend gebouw, de juiste voorzieningen, een gestroomlijnde organisatie, voldoende financiën en een herkenbare maatschappelijke en politieke inbedding.

In het volgende wordt aandacht besteed aan genoemde aspecten, gezien vanuit heden en verleden, met nadruk op de planning voor de komende beleidsperiode.

Verzamelen en bewaren

In het Businessplan 2010-2014 van het Museum wordt het versterken van de eigen collectie nog als belangrijk doel genoemd. De collectie is in die periode zeker door een aantal schenkingen en kleine aankopen uitgebreid. Door economische en financiële omstandigheden heeft dit aspect echter minder aandacht gekregen dan aanvankelijk verwacht.

Depotvorming is kostbaar. Voor de komende periode zal daarom in dat opzicht een restrictief beleid gelden, in die zin dat slechts ruimte is voor items die in directe zin passen binnen het kader van de vaste – en wissel-exposities. Voorwerpen in bezit of bruikleen die daar niet aan voldoen, zullen worden 'ontzamd'. Schenkingen zijn in principe welkom, maar zullen in datzelfde licht moeten worden gezien. Voor aankopen kan geen budget worden gereserveerd; die zijn slechts incidenteel mogelijk, als de financiën dat toelaten.

Bestuderen en documenteren

Over het ontstaan van mergel (Boven-Krijt, 65 miljoen jaar geleden) en de vorming van vuursteen in die lagen, is in hoofdlijnen al veel beschreven en onderzocht. Dat geldt ook voor de artefacten die later uit vuursteen zijn gemaakt (hoogtepunt Nieuwe Steentijd, ca. 5.300 jaar geleden). De historie van Valkenburg en de regio is eveneens in grote lijnen bestudeerd. Het Museum ziet voor een verdere aanvulling van de eventuele lacunes in onze kennis op deze gebieden geen taak voor zichzelf weggelegd.

Anders is het gesteld met onze kennis over en documentatie van de ontwikkelingen in de beeldende kunst in Zuid-Limburg in de 20^e en 21^e eeuw, waar zeker lacunes te bespeuren zijn. Daar ligt een duidelijke taak voor het Museum, dat immers als enig museum structureel aandacht wil besteden aan deze belangrijke groep kunstenaars. Exposities over (groepen) kunstenaars uit die periode worden daarom zo nodig en waar mogelijk gecombineerd met onderzoek naar en uitbrengen van een monografie of andere publicaties. Zo bevat de Museumshop al een toenemende hoeveelheid informatie over deze episode. In de komende beleidsperiode zal dit beleid worden voortgezet. Daarnaast zal worden bezien in hoeverre de inschakeling van bijvoorbeeld studenten of stagiaires de documentatie van deze ontwikkelingen en daarmee ook de service aan het publiek verder kan verbeteren.

Exposeren en informeren

In de afgelopen beleidsperiode richtte de vaste expositie zich op de periode 'Van Krijttijd tot Pierre Cuypers'. Het Museum heeft besloten deze periode uit te breiden tot het heden: van het ontstaan van het huidige landschap tot en met de eigentijdse ontwikkelingen op het gebied van kunst en cultuur in de regio. In dat kader past ook de keuze om naast Charles Eyck, evenzeer aandacht te besteden aan zijn tijdgenoten en aan de hedendaagse Zuid-Limburgse kunstenaars.

De vaste expositie

Diverse elementen van de hierboven beschreven tijdlijn zijn al in de vaste expositie van het Museum opgenomen, maar er ontbreken er ook een aantal. Voorts is de logica van de opeenvolgende onderdelen niet of onvoldoende zichtbaar. Daarnaast worden er ook voorwerpen etc. getoond die minder in het geheel passen. Op grond van dit gegeven wil het

Museum de kwaliteit van de vaste expositie verbeteren door het uitzetten van een logische route in het Museum volgens die tijdlijn, het aanbrengen van verbindende teksten en bijvoorbeeld ook door het beschikbaar stellen van een bijbehorende folder met nadere uitleg. Voor zover mogelijk zal de kwaliteit van de expositie verder worden verbeterd, bijvoorbeeld door het gebruik van interactieve opstellingen en video presentaties. Voor dit doel zal op korte termijn een aparte werkgroep worden ingesteld om het bestuur in deze te adviseren.

De wisselexposities

Ten opzichte van het Businessplan 2010-2014 was het beleid al bijgesteld door uitgebreid aandacht te besteden aan actieve groepen schilders in Zuid-Limburg in de 20^e eeuw en tevens een plaats in te ruimen voor hedendaagse kunstenaars. Mede vanwege zijn uniciteit, zal dit beleid met kracht worden voortgezet. De Expositiecommissie adviseert het bestuur in deze. Op basis van kennis en ervaring doet zij onderzoek naar mogelijkheden voor nieuwe exposities en stelt die samen.

Educatieve activiteiten

Op bovenstaande wijze streeft het Museum er na het publiek in de regio en daarbuiten te informeren over van belang zijnde aspecten uit de historie en op het gebied van kunst en cultuur van het Land van Valkenburg. Meer specifiek acht het Museum het haar taak om daarnaast educatieve activiteiten te ontplooiën voor specifieke doelgroepen. Gedacht kan worden aan randprogrammering in de vorm van lezingen etc., en activiteiten op onderwijskundig gebied zoals rondleidingen door het Museum voor schoolklassen. Hoewel met name dit laatste aspect in eerdere beleidsvisies reeds was aangegeven, waren de activiteiten op dit gebied in de afgelopen beleidsperiode toch minder dan gepland. In de nabije toekomst zal een en ander worden geïntensiveerd door samenwerking op dit gebied met het onderwijs, met de Kunst en Cultuurraad en met de combinatiefunctionaris onderwijs-cultuur. De Educatiecommissie adviseert het bestuur in deze. Deze Commissie zou tevens personen kunnen identificeren en enthousiasmeren voor bovengenoemde projecten op het gebied van documentatie.



Publiek

Alles staat en valt natuurlijk met de mate waarin de diverse doelgroepen worden bereikt en het publiek ook daadwerkelijk het Museum bezoekt. Uit onderzoek blijkt dat de bezoekers globaal voor de helft uit de regio komen en voor de helft uit andere delen van het land. De eerste groep komt vooral voor de wisselexposities, de tweede bestaat voornamelijk uit toeristen zonder specifieke belangstelling voor één van de onderdelen van het Museum. Voorts is bekend dat de overgrote meerderheid van de bezoekers tot de categorie van 50-plussers behoort. Circa één derde van het totale aantal bezoekers is in het bezit van een Museumjaarkaart. De aantallen bezoekers van de laatste jaren staan vermeld in tabel 1.

Tabel 1. Aantallen (verwachte) bezoekers per jaar

2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
6.054	5.325	8.396	9.066	7.436	7.353	8.000	8.500	9.000	9.000

Na een aanvankelijke stijging in de jaren 2010 en 2011, lijkt het aantal bezoekers zich de laatste jaren te stabiliseren op een iets lager niveau, e.e.a. in overeenstemming met de landelijke trend op het gebied van het museumbezoek. Schommelingen kunnen ontstaan door toevallige omstandigheden. Zo was het Museum in 2012 moeilijk toegankelijk door werkzaamheden aan de riolering in de Grotestraat. De programmering van de wisseltonstellingen is natuurlijk ook van invloed. Daar moeten keuzes worden gemaakt. In het kader van de educatieve taak kan een museum natuurlijk niet louter publiekstrekkers in het programma opnemen.

Afwezigheid van verdere groei in het museumbezoek zal zonder twijfel van doen hebben met de economische crisis waarin ons land de laatste jaren verzeild is geraakt. Op grond van deze ervaringen wordt voor de komende beleidsperiode rekening gehouden met een bescheiden groei, te realiseren door een evenwichtige samenstelling van de wisseltonstellingen en een nieuwe vormgeving van de vaste expositie.



RANDVOORWAARDEN

Gebouw

Het huidige gebouw heeft een aantal negatieve maar ook positieve kanten. Het heeft een monumentaal karakter en is gelegen in het centrum van de stad, met voldoende parkeergelegenheid in de directe omgeving. Aan de andere kant past een museum minder in een specifieke horeca-omgeving zoals in dit deel van de stad het geval is. Het gebouw maakt een wat verwaarloosde indruk vanwege achterstallig onderhoud. Ook de entree wordt niet als uitnodigend ervaren.

In het verleden was het uitgangspunt dat gestreefd zou moeten worden naar een nieuwe locatie in een meer culturele of tenminste neutrale omgeving. Diverse opties zijn door de Gemeente en het Museum besproken, maar geen enkele bleek om diverse redenen voor beide partijen aanvaardbaar te zijn. Het Museum zal in de toekomst zeker samenwerken met de Gemeente in de zoektocht naar een betere locatie, maar is tevens van mening dat het huidige gebouw voorlopig voldoet, mits het achterstallig onderhoud –zoals toegezegd– op korte termijn wordt uitgevoerd, en er aandacht wordt besteed aan de hoofdingang van het Museum.



Voorzieningen

Het Museum is als zodanig officieel erkend door opname in het Museumregister. Om een gecertificeerd museum te blijven moet aan een aanzienlijk aantal voorwaarden worden voldaan, o.a. op het gebied van klimatiseren en depotvorming, voorwaarden die onlangs nog zijn verzwaaard. De komende jaren zullen hiervoor extra gelden moeten worden gevonden.

Financiële vooruitzichten 2014-2017

Baten	Begroot 2013	Begroot 2014	Begroot 2015	Begroot 2016	Begroot 2017
Eigen inkomsten	30.000	29.795	30.795	31.500	32.000
Gemeentelijke subsidie	55.000	49.205	49.205	49.500	50.000
Derde geldstroom	18.000	24.000	25.000	26.000	26.000
Som der baten	103.000	103.000	105.000	107.000	108.000
Lasten					
Personeelskosten	42.000	42.000	42.000	43.000	43.000
Huisvestingslasten	27.000	25.000	25.000	25.000	25.000
Huishoudelijke dienst	2.000	1.000	1.000	1.000	2.000
Bureaustkosten	6.000	5.000	5.000	6.000	6.000
PR en educatie	7.000	-	-	-	-
PR	-	6.000	7.000	7.000	7.000
Educatie	-	4.000	5.000	5.000	5.000
Collectie	5.000	7.000	6.000	6.000	6.000
Exposities/activiteiten	11.000	11.000	12.000	12.000	12.000
Afschrijvingen	3.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Som der lasten	103.000	103.000	105.000	107.000	108.000
Resultaat bedrijfsvoering	--	--	--	--	--

Toelichting baten en lasten

Dankzij een actief wervend beleid zijn baten en lasten de laatste jaren redelijk in evenwicht. Dit beleid zal met kracht worden voortgezet. Dit betekent echter ook dat voor noodzakelijke eenmalige investeringen, zoals de herindeling van de vaste expositie, speciale financiering gezocht zal moeten worden. Deze bedragen zijn momenteel nog onbekend en daarom niet opgenomen in het bovenstaande overzicht.

De korting van 10% (€5.500) op de subsidie van de Gemeente Valkenburg vanaf 2014 zal opgevangen moeten worden door het werven van minimaal 110 begunstigers die tenminste € 50 p.p. per jaar bijdragen.

De Sponsorcommissie adviseert het bestuur over alle zaken op het gebied van de fondsenwerving. Eind 2013 zijn de voorbereidingen gestart voor het werven van begunstigers voor het aanvullen van de structurele baten en van sponsors voor bovengenoemde eenmalige investeringen. Het Museum heeft de ANBI-status, waarmee giften van particulieren en bedrijven aftrekbaar zijn van de inkomsten- resp. vennootschapsbelasting.

In overeenstemming met het geformuleerde beleid, zal het budget voor PR en educatie de komende jaren verhoogd worden.

Landelijk en provinciaal geldt een norm van minimaal 17,5 % eigen inkomsten om in aanmerking te komen voor subsidie van de overheid. De provinciale musea behalen wat dat betreft 20-25 %. Museum Land van Valkenburg voorziet voor 50 % in de eigen inkomsten en steekt daarmee gunstig af t.o.v. de andere spelers in dit veld. Dit is in belangrijke mate te danken aan de bijdragen van organisaties als Stichting Elisabeth Strouven, Prins Bernhard Cultuur Fonds, Stichting Kanunnik Salden en het Mondriaan Fonds. Ook dragen de Vrienden van het Museum Land van Valkenburg ieder jaar opnieuw naar vermogen bij. Maar veruit de belangrijkste reden waarom het Museum zo kosten-efficiënt kan werken is gelegen in het feit dat een zeer groot deel van de taken waar het Museum voor staat, worden uitgevoerd door een vijftigtal vrijwilligers: in het bestuur en commissies, achter de balie, in de Museumshop en bij tal van andere werkzaamheden. Naar schatting worden hiermee tenminste een vijftal fte's uitgespaard. Dit beleid zal met kracht worden voortgezet.

Promotionele activiteiten

Public relations

De klassieke definitie van Public Relations is het onderhouden van goede contacten met de doelgroepen waarvan een organisatie afhankelijk is. Deze zijn namelijk uitermate belangrijk om de naamsbekendheid en het imago van het museum te optimaliseren.

De doelgroepen voor Museum Land van Valkenburg zijn:

- 1) Subsidiegevers w.o. gemeente Valkenburg en andere subsidiërende instellingen
- 2) Kunstenaars
- 3) Musea als bruikleengevers en andere instellingen waarmee wordt samengewerkt
- 4) Publiek (bezoekers uit en buiten Valkenburg en de regio Zuid-Limburg)
- 5) Pers
- 6) Vrijwilligers
- 7) Vrienden en begunstigers van het Museum

Met alle doelgroepen dient het Museum frequent en op daarvoor geschikte momenten contact te onderhouden. Dit is noodzakelijk om betrokkenen te motiveren zich voor het museum in te zetten en aandacht te genereren. Hiervoor bestaan verschillende strategieën die hieronder nader worden uitgewerkt.

Een aparte PR Commissie heeft tot taak toezicht te houden op alle uitingen. De PR Commissie maakt daarom tevens deel uit van en vergadert samen met de Expositiecommissie. De taken binnen deze commissie zijn onderling verdeeld.

1) Voor goede contacten met subsidiërende instellingen geldt dat zij regelmatig op de hoogte moeten worden gehouden van wat er met hun geld gebeurt. Men wil weten of het subsidiebedrag goed wordt besteed. Ook deze instellingen hebben goede PR nodig. Vermelding van de subsidiegevers op bv. affiches, uitnodigingen en op andere uitingen is daartoe noodzakelijk.

Met de individuele vertegenwoordigers - leden van het gemeentebestuur, bestuurders van andere instellingen - moet een goed contact bestaan door hen (persoonlijk) te informeren/uit te nodigen bij komende evenementen.

2) Voor het opzetten van nieuwe exposities is een goed en vooral up-to-date contact met kunstenaars noodzakelijk. Zij moeten het als een eer zien in Museum Land van Valkenburg te exposeren en daaraan graag willen meewerken. Dit geldt ook voor nabestaanden van Zuid-Limburgse kunstenaars o.m. uit de 20^e eeuw: de groep waarop Museum Land van Valkenburg zich bij voorkeur richt. Goede contacten in de persoonlijke sfeer kunnen leiden tot schenkingen aan het museum zoals bijvoorbeeld bij Guillaume Stassen en de collectie van Helden het geval is. Daarmee kan het Museum een eigen collectie opbouwen.

3) Goede contacten op het vlak van samenwerking zijn van groot belang m.b.t. andere musea. Deze worden regelmatig gevraagd om kunstwerken in bruikleen af te staan voor bepaalde exposities. Deze bereidheid is groter naarmate de collegiale contacten prettiger zijn en zij ook in de PR en publiciteit rond een expositie worden betrokken. Zo bestaat o.m. met het Limburgs Museum een prettige werkrelatie.

Hetzelfde geldt voor andere (culturele-) instellingen waarmee kan worden samengewerkt zoals met Cultuurcafé D'n Dwingel, de Nederlandse Geologievereniging, afdeling Limburg en MergelRijk. Elkaar over en weer informeren en naar elkaar verwijzen levert een duidelijke meerwaarde op.

4) Het publiek is de grootste doelgroep voor een museum. Tenslotte is het de bedoeling zoveel mogelijk bezoekers te trekken met de vaste en de wisselende exposities. Voor het Museum is het publiek onder te verdelen in bezoekers uit Valkenburg en de Zuid-Limburgse regio en toeristen die Valkenburg e.o. bezoeken. Met de juiste publiciteit kan een zo groot mogelijk publiek worden bereikt. Zie verder onder 5).

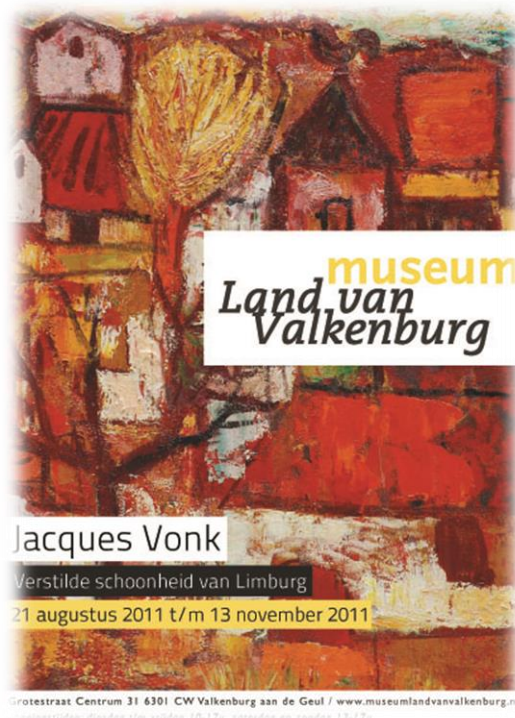
De onlangs ingestelde webredactie met een ervaren webmaster - als onderdeel van de PR Commissie - zorgt ervoor dat de website permanent up to date wordt gehouden. De inhoud wil bezoekers uitnodigen een expositie en de vaste collectie van het museum te bezoeken. Ook de pers kan van de inhoud en het beeldmateriaal gebruikmaken.

Bij PR gaat het behalve om tentoonstellingen ook om andere activiteiten. Bijvoorbeeld: lezingen rond exposities, activiteiten als 'Atelier op tafel' waarbij eigentijdse kunst in een weekend wordt verkocht, korte weekend-exposities rond een bepaald thema en – last but not least – activiteiten gericht op de schoolgaande jeugd in het kader van educatie. Hiermee houdt de Commissie Educatie van Museum Land van Valkenburg zich bezig.

5) Om het publiek te bereiken is goede publiciteit noodzakelijk. Daartoe moet goed contact bestaan met o.m. de regionale pers en andere media die publiciteit kunnen bieden. Hiervoor is een strakke planning nodig omdat magazines een lange voorbereidingstijd hebben. De PR commissie maakt per expositie een planning om de verschillende media van adequate informatie (persberichten, features, documentaires e.d.) te kunnen voorzien. Hiervoor wordt een speciaal draaiboek gehanteerd. Per jaar vindt evaluatie plaats van de behaalde publiciteit en het effect daarvan op de bezoekersaantallen. Een budget is nodig voor onderstaande informatie:

- Algemene folder met jaarplan van Museum Land van Valkenburg,
- een affiche met informatieve flyer per expositie,
- persberichten per expositie,
- previews voor bijzondere exposities, het organiseren van interviews door de media enz.,
- betaalde advertenties in daarvoor in aanmerking komende media.

De verspreiding van bovenstaand drukwerk geschiedt door vrijwilligers, waarbij ieder zijn eigen ronde heeft met plaatsen waar materiaal kan worden neergelegd zoals VVV steunpunten, musea, horecagelegenheden en andere locaties.



Daarnaast moet grote aandacht worden geschonken aan de sociale media met voortdurend korte berichten over lopende exposities, activiteiten enz. Verzoeken van de pers moeten met de grootste voorrang worden behandeld door woordvoerder(s) van het museum.

6) Om het museum met een bescheiden budget goed te kunnen laten functioneren zijn vrijwilligers dringend nodig. Museum Land van Valkenburg werkt met een 50-tal vrijwilligers met diverse achtergrond. Vrijwilligers zijn de kurk waarop het Museum drijft. Zij moeten het gevoel hebben bij alles te worden betrokken. Voorafgaand aan elke tentoonstelling krijgen vrijwilligers een rondleiding. In een vrijwilligersvergadering kunnen zij hun mening geven over lopende zaken, waarmee serieus rekening moet worden gehouden.

7) Vrienden en begunstigers van het museum zijn beide uitermate belangrijke doelgroepen. Aan beide worden extra activiteiten aangeboden zoals lezingen voor belangrijke exposities en andere bijeenkomsten om hen op de hoogte te houden.

Naast deze expliciete PR bestaat er een impliciete PR. In al zijn contacten dient het museum een positief gevoel op te wekken door kwaliteit uit te stralen in de zakelijke bedrijfsvoering, de vormgeving van de communicatie, de functionele en artistieke aankleding van het gebouw, en de omgang met bezoekers, vrijwilligers en relaties. Een disfunctionerende impliciete PR hindert het doel dat een expliciete PR wil bereiken. Voor de uitwerking van de diverse onderdelen van dit beleidsplan bestaat een apart draaiboek met tijdsplan en specificatie van activiteiten en verantwoordelijke medewerkers.

Evenementen

Het Museum organiseert promotionele evenementen voor verschillende doelgroepen. Previews voor de pers, openingen voor genodigden, ontvangsten voor de Vrienden van het Museum en voor de begunstigers, en een Museumweekend en Museumshoppingweekend 'Atelier op tafel' voor een (nieuw) publiek. Deze activiteiten waren veelal gratis toegankelijk. Vanaf begin 2013 is hier verandering in gekomen en in de volgende beleidsperiode zal in deze een nog restrictiever beleid worden gevoerd.



Samenwerking

Het museum werkt al jaren lang samen met vele organisaties en personen in Valkenburg en de regio, maar ook daarbuiten. Waar nuttig en nodig zal deze samenwerking worden geïntensiveerd. Mogelijkheden daartoe dienen zich wellicht aan rond thema's in de regio zoals het 'Mijnjaar 2015', bijvoorbeeld door het organiseren van parallel-exposities.

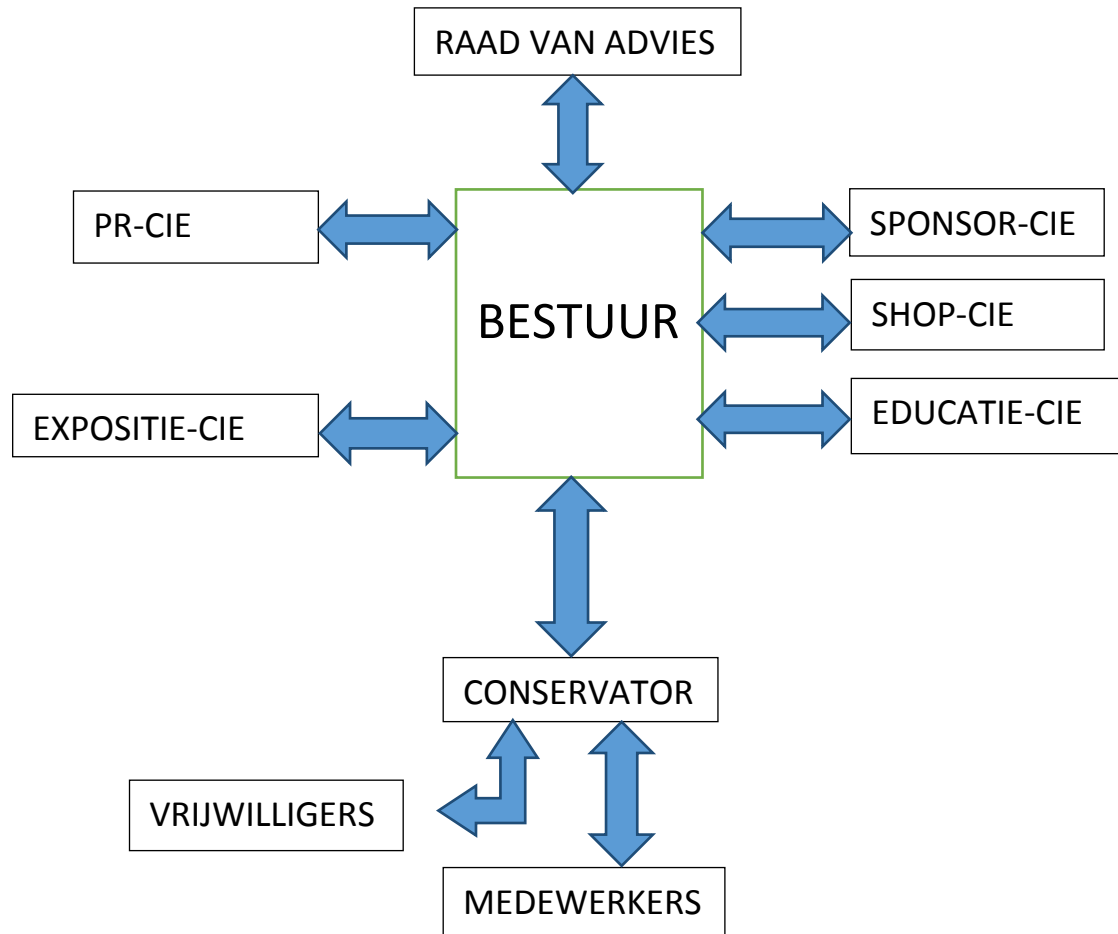
Helaas is de keuze niet op Maastricht gevallen als Culturele Hoofdstad van Europa 2018. Valkenburg moet echter de ambitie niet laten vallen om zich te manifesteren als Culturele Hoofdstad van het Heuvelland. Een regionaal museum dat zich als enige concentreert op de cultuurhistorische aspecten van de regio én de eigentijdse Zuid-Limburgse kunstenaars, kan in een dergelijk profiel niet ontbreken.

Maatschappelijk en politiek en draagvlak

Op grond van de aantallen bezoekers kan het maatschappelijk draagvlak voor het Museum in de regio als behoorlijk worden gezien. Het museum zal in de komende beleidsperiode zich nadrukkelijk inzetten om het draagvlak in de regio verder te versterken.

'Meer kwaliteit voor meer publiek' is de ambitie van het provinciale museumbeleid 2009-2014. Uit het Cultuurbeleidsplan 2010-2013 blijkt dat de Gemeente Valkenburg vooral wil inzetten op kwaliteitstoerisme. Een op zichzelf bescheiden maar hoogst noodzakelijke subsidie van de Gemeente voor Museum Land van Valkenburg past uitstekend in dit gepropageerde beleid. Bestuur, overige vrijwilligers en medewerkers spreken de verwachting uit dat de Gemeente Valkenburg zijn verantwoordelijkheid in deze zal willen blijven nemen.

Organigram Museum Land van Valkenburg



Het bestuur draagt de eindverantwoordelijkheid en bepaalt het beleid. De Raad van Advies adviseert het bestuur in deze. De vier genoemde Commissies adviseren het bestuur op diverse deelreinen. De conservator (0,6 fte) stuurt de (ingeleende) medewerkers aan, alsmede een dertigtal vrijwilligers die binnen het Museum actief zijn. Hij is verantwoordelijk voor implementatie van het beleid, continuïteit, inhoudelijke en bedrijfsmatige inbreng; om dit mogelijk te maken woont hij ambtshalve de vergaderingen van de diverse Commissies bij. Samen met het bestuur is hij verantwoordelijk voor representatie in en buiten de organisatie.

Samenstelling Raad van Advies, Bestuur en Commissies per 1-1-2014

Raad van Advies

F. Jadoul
C. Kleinman
Mr. P.J.M.B. Schutgens

Bestuur

M. Harst – van den Berg MA (voorzitter)
Vacature (secretaris)
G. Caelen (educatie)
J.H.L. Maenen (secretaris/penningmeester)
Dr. K.W. van de Poll (fondsenwerving)
J.Th.M. Vervoort – Stevens (PR en exposities)
F. Geelen (algemene zaken)

Conservator

R.A.C. Kooiman

Sponsorcommissie

H.P. Levy MFM CFM
J.H.L. Maenen
Dr. K.W. van de Poll

Expositiecommissie

M. Beelen
Drs. M.W.J. Kleijnen –
Abels
J.Th.M. Vervoort –
Stevens
Drs. M.J. Wansink

Commissie PR

M. Heshusius
P. de Jong
J.Th.M. Vervoort –
Stevens
W. Ploemen (website)

Educatiecommissie

G. Caelen
W. Eurlings
D. Schat
W. Slenter



Valkenburg, februari 2014