

Museumplan Pluimveemuseum

Stip op de horizon....



Auteurs:

Namens het bestuur van het Pluimveemuseum:

- Cees Floorijp
- Roelof van Broekhuizen
- Wouter van den Berg
- Gerard van de Bruinhorst
- Eddy Meijerink

Namens Jupister:

- Drs. Bas Huurneman

Namens Daan:

- Peter Coenen

Datum: 4 september 2020

Inhoudsopgave

1. Samenvatting museumplan en doel(en)	3
2. Het museum	5
2.1. NAW – gegevens	5
2.2. Historie Pluimveemuseum en missie.	6
2.3. Actuele situatie Pluimvee museum	6
3. De Markt	8
3.1. Macro-economische situatie Nederland en invloed Corona	8
3.2. Meso-economische situatie museumbranche	10
3.3. Micro-economische situatie museum.	11
3.3.1. Ontwikkelingen in Barneveld	11
3.3.2. Concurrentie.	11
3.3.3. Kansen en bedreigingen museum.	12
4. Commerciële formule en strategie.	13
4.1. Bedrijfsformule	13
4.1.1. Product: museum	13
4.1.2. Product: horeca	15
4.1.3. Product: winkel	15
4.1.4. Product: vergaderruimtes	15
4.1.5. Presentatie	16
4.1.6. Publiek (doelgroep)	16
4.1.7. Plaats	17
4.1.8. Prijs	17
4.1.9. Distributie	17
4.1.10. Personeel	18
4.1.11. Partners	19
4.1.12. Promotie	20
4.2. Sterke en zwakke punten	20
5. Financieel	22
5.1. Investeringsbegroting	22
5.2. Investeringsbegroting	23
5.2.1. Activa zijde	24
5.2.2. Passiva zijde	25
5.3. Historische exploitatie.	26
5.4. Toekomstige exploitatie	27
Bijlage: Tekening Verbouwing	28
Bijlage: Geveltekening na verbouwing	29

1. Samenvatting museumplan en doel(en)

Voor u ligt het museumplan van het Nederlands Pluimveemuseum. Het Pluimveemuseum is een vrijwilligersorganisatie met realistische ambities: inhoudelijk, qua publieksbereik, maar zeker ook voor wat betreft bedrijfsvoering en financiën. Het cultureel ondernemerschap van het Pluimveemuseum laat jaarlijks een positief resultaat zien van de eigen inkomsten minus kosten. Daarmee behoort het Pluimveemuseum tot een van de weinige musea die met uitsluitend vrijwilligers een positief resultaat realiseert. We zijn dan ook trots op de vele lovende reacties van bezoekers over de dienstverlening en de beleving die men ervaart in het museum.

Ondanks deze prestatie, zien wij een terugloop in het aantal bezoekers over de laatste jaren. Het museum heeft daarom ingezet op een verbouwing die moet zorgen voor een vernieuwing van het aanbod. Deze verbouwing is deels met eigen middelen in 2018 ingezet. In 2020 hebben wij daarnaast ingezet op een aanscherping van onze formule en zijn wij daarom een samenwerking aangegaan met Jupister en Daan voor een bedrijfskundige doorlichting van de organisatie.

Tijdens deze samenwerking werd de wereld overvallen door het corona-virus. Dit heeft nog meer dan tevoren duidelijk gemaakt hoe belangrijk het is om een heldere bedrijfsformule neer te zetten en deze middels een doordachte strategie aan de markt te presenteren zodat onze levensvatbaarheid op de lange termijn geborgd blijft. Naast de aanscherping van de formule en strategie is de voltooiing van de ingezette verbouwing cruciaal om deze doelstelling te kunnen behalen.

In de afgelopen maanden hebben wij daarom in workshops alle bedrijfskundige elementen van het museum kritisch tegen het licht gehouden en behouden wat goed was en verbeteringen doorgevoerd waar mogelijk. In dit museumplan lichten wij deze elementen per punt uitgebreid toe.

Wij hebben een ambitieuze totaal doelstelling neergelegd ten aanzien van het aantal toekomstige bezoekers. Wij willen in 2023 minimaal 30.000 bezoekers op jaarbasis verwelkomen in ons Pluimveemuseum. Dit is een ambitieuze doelstelling maar wij verwachten deze te kunnen behalen door een aantal concrete aanpassingen in de bedrijfsformule van het museum. Deze zullen wij in dit museumplan nader toelichten maar samengevat behelst dit het volgende:

- Herinrichting van de tentoonstelling waarbij de bezoekerservaring nog meer geïntensiveerd wordt. Hierbij is een doordachte looproute van doorslaggevend belang.
- De toevoeging van nieuwe soorten levende have waardoor de attractiviteit en levendigheid voor de bezoeker wordt vergroot.
- Modernisering van de wijze waarop informatie aan de bezoekers wordt overgebracht en op onderdelen interactief wordt gemaakt.
- De indeling van de winkel met een herschikking van het assortiment aanpassen hetgeen zal zorgen voor een hogere opbrengst per bezoeker.
- Een eenvoudige uitbreiding van het aanbod in de horeca waardoor ook de besteding per bezoeker zal kunnen stijgen.
- Een gerichte online marketingstrategie die nauw gedefinieerd is maar zorgt voor verbeterde online vindbaarheid.

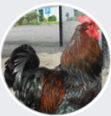
Dit zijn allemaal wijzigingen in het interne aanbod die worden doorgevoerd. Deze wijzigingen zullen gezamenlijk leiden tot een verhoging van het bezoekersaantal. Het invoeren van de museumkaart per 1 januari 2021 zal zeker bijdragen aan de beoogde doelstelling van 30.000 bezoekers. Door de combinatie van bovengenoemde aanpassingen verwachten wij de komende jaren onze missie om het toonaangevende instituut in Nederland op het gebied van de pluimveehouderij te zijn waar te kunnen maken.

Dit museumplan geeft de uitkering van onze ambitie weer voor de komende jaren. Wij hopen dat u na het lezen van ons museumplan dit enthousiasme deelt. Wij geloven in een mooie toekomst voor het Nederlands Pluimveemuseum en zullen daar allen de schouders onder zetten.

Bestuur Stichting Nederlands Museum voor de Pluimveehouderij.

2. Het museum

2.1. NAW – gegevens

Naam	“Stichting Nederlands Museum voor de Pluimveehouderij”
Adres	Hessenweg 2 A,
Postcode	3771RB
Plaats	Barneveld
Telefoonnummer	+31 (0)342 – 40 00 73
E-mail	info@pluimveemuseum.nl
Facebook	https://www.facebook.com/pluimveemuseum/  Nederlands Pluimvee Museum @pluimveemuseum Startpagina Info Vind ik leuk · Volgen · Delen · Bericht versturen
Website	www.pluimveemuseum.nl 
Twitter	 Pluimveemuseum pluimveemuseum 130 Tweets Uniek in de wereld, het enige pluimveemuseum in Barneveld. Barneveld · pluimveemuseum.nl · Lid geworden in mei 2012 6 volgend · 205 volgers Niet gevolgd door iemand die jij volgt

De stichting is een vrijwilligersorganisatie en wordt geleid door een bestuur van 9 personen. Het dagelijks bestuur bestaat uit 3 personen: voorzitter, secretaris en penningmeester. De andere 6 bestuursleden zijn verantwoordelijk voor een bepaalde activiteit. Voor de dagelijkse gang van zaken wordt het bestuur ondersteund door 11 coördinatoren.

2.2. Historie Pluimveemuseum en missie.

De stichting is 31 mei 1983 opgericht met het doel:

“Het bijeenbrengen, -hetzij door verkrijging in eigendom, hetzij door verkrijging in bruikleen of anderszins-, bewaren, onderhouden en tentoonstellen van goederen die gebruikt zijn of in verband hebben gestaan tot, of van belang zijn geweest voor de Pluimveehouderij in Nederland in de breedste zin.”

Dit werd bereikt door het exploiteren van een museum. Het museum is een permanente instelling ten dienste van de gemeenschap en haar ontwikkeling, toegankelijk voor het publiek. We beogen een zo correct mogelijk beeld van de geschiedenis van de pluimveehouderij in al haar facetten aan het publiek te tonen.

De oprichter van dit museum was directeur van de Praktijkschool voor de Pluimveehouderij. Hij kwam tot de conclusie dat er weinig informatie voor het publiek was over de pluimveehouderij. Hij zocht contact met een aantal vooraanstaande burgers in Barneveld om na te gaan of het mogelijk was een museum over de pluimveehouderij op te zetten. Deze groep mensen heeft een bestuur gevormd en is op zoek gegaan naar artikelen voor een expositie. In 1989 was er zoveel verzameld dat zij besloot expositieruimte te gaan zoeken. Zij vond enkele leegstaande schoollokalen. In deze lokalen werden de verzamelde artikelen uitgesteld voor het publiek. Het Nederlands Pluimvee Museum was een feit.

Vrij snel was de expositieruimte te klein en werd besloten een nieuw onderkomen te zoeken. In 1999 kon de locatie op het huidige adres gerealiseerd worden, door het nieuwe gebouw van ongeveer 1250 m² te openen. In 2007 was er weer een uitbreiding noodzakelijk en werd er 850 m² bijgebouwd. In 2013 ontstonden er plannen voor opnieuw een uitbreiding. Nu in 2020 staat het casco van nog eens 1100 m². Met de voltooiing van de verbouwing staat het museum voor de komende zevenjaar gereed om bezoek te ontvangen.

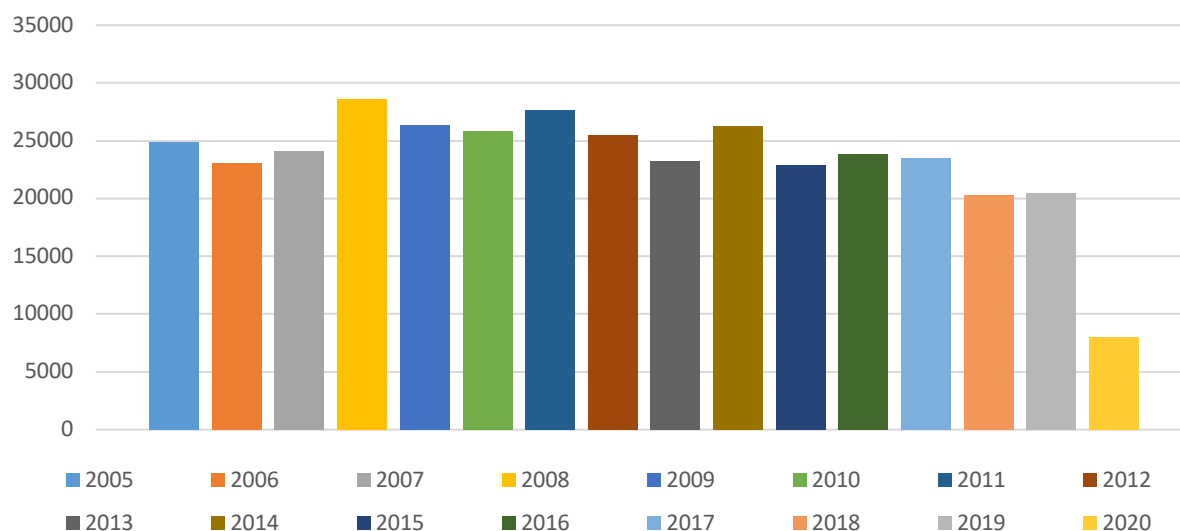
De huidige missie van het Nederlands Pluimvee Museum is als volgt door ons vastgesteld:

“Het toonaangevende kenniscentrum in Nederland zijn voor een totaalbeeld van de geschiedenis, heden en toekomst van de pluimveehouderij voor een breed publiek, met nationale en internationale aantrekkingskracht.”

2.3. Actuele situatie Pluimvee museum

De afgelopen jaren is er een geleidelijke teruggang in de bezoekersaantallen te constateren zoals hieronder te zien is. Daarnaast wordt het museum geconfronteerd met ruimtelijke beperkingen, met als gevolg het onvoldoende kunnen presenteren van de collectie. Daarom is in 2019 gestart met de bouw van een tweetal nieuwe hallen zodat er meer van de collectie tentoongesteld kan worden. Deze bouw is destijds gestart zonder dat de financiering volledig was gedekt.

Bezoekersaantallen



Het museum is sindsdien aan het zoeken naar mogelijke financiering voor de benodigde uitbreiding van de expositieruimte. Inmiddels is de cascobouw gerealiseerd in de vorm van 1100 m² nieuwe hallen. Eén hal voor de levende have en één (klimaat gestuurde) hal voor o.a. kunst en archief. Voor de voltooiing van deze hallen is er additionele financiering nodig. In dit museumplan willen wij mogelijke financiers laten zien hoe wij de komende jaren de exploitatie van ons museum voor ons zien en hoe wij met een andere invulling van onze strategie komen tot een levensvatbaar museum dat op lange termijn aan zijn aflossingsverplichtingen zal kunnen voldoen.

Wij hebben hiertoe de afgelopen maanden diverse workshops gehad waarin alle bedrijfskundige elementen van het museum de revue zijn gepasseerd. De inzichten die ons dit gebracht hebben, zijn in dit plan verwoord en zullen wij in hoofdstuk 4 nader toelichten.

3. De Markt

3.1. Macro-economische situatie Nederland en invloed Corona

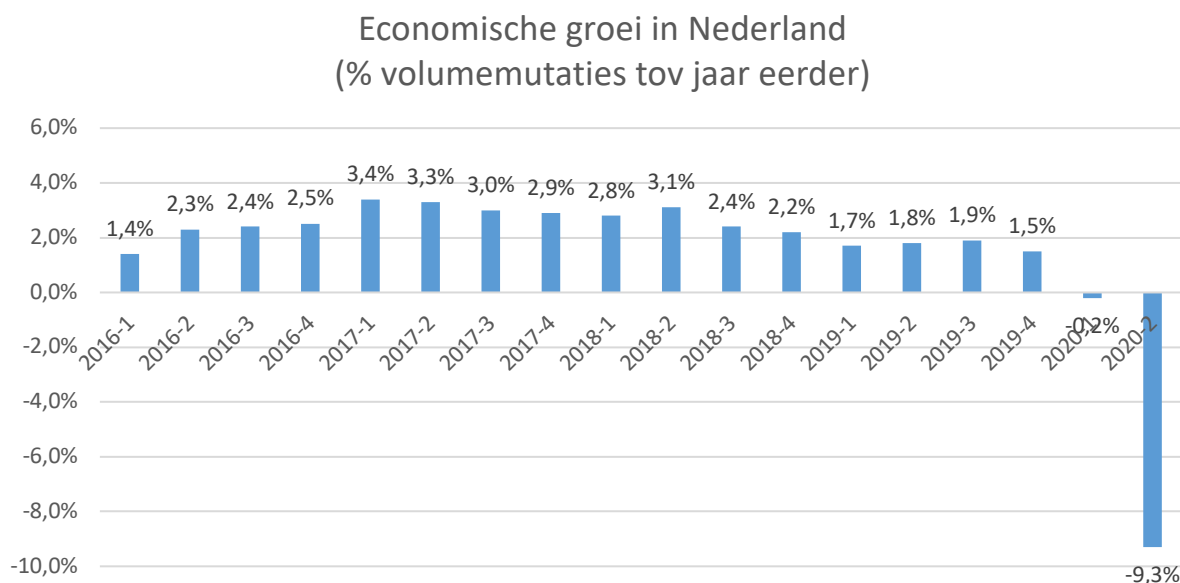
Omdat het bezoek aan musea in belangrijke mate wordt beïnvloed door de macro-economische situatie, geven wij hieronder een beschrijving van de actuele macro-economische situatie in Nederland.

Volgens de eerste berekening van het CBS, op basis van nu beschikbare gegevens, is het bruto binnenlands product (bbp) in het tweede kwartaal van 2020 met 8,5 procent gedaald ten opzichte van een kwartaal eerder. Een dergelijke krimp is niet eerder door het CBS gemeten. De daling van het bbp in het tweede kwartaal is voor meer dan de helft toe te schrijven aan de sterk gedaalde consumptie door huishoudens. Verder namen ook de investeringen en het handelssaldo sterk af. De krimp in Nederland was wel kleiner dan gemiddeld in de eurozone en in de ons omringende landen zoals Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en België.

Huishoudens hebben in het tweede kwartaal 10,4 procent minder besteed dan in het eerste kwartaal van 2020. Verder namen de investeringen af met 12,4 procent. De uitvoer en invoer van goederen en diensten daalden met respectievelijk 9,8 en 8,3 procent. De overheidsconsumptie ten slotte daalde met 3 procent.

Vooral de lagere productie in de bedrijfstak handel, vervoer, horeca en opslag (vooral de horeca en vervoer), in de bedrijfstak zakelijke dienstverlening (met name de uitzend- en reisbureaus) en in de bedrijfstak zorg heeft een groot aandeel in de daling van het bbp. De zorg heeft door uitgestelde en vermeden zorgbehandelingen per saldo minder gezondheids- en zorgdiensten geleverd.

Door de coronacrisis zijn de groeicijfers omgeven met een grotere onzekerheid dan bij de eerste berekening gebruikelijk is. De kwartaalcijfers economische groei zijn vanaf 1987 beschikbaar en de grootste kwartaal-op-kwartaaldaling tot het tweede kwartaal 2020 was de 3,6 procent in het eerste kwartaal van 2009 ten tijde van de financiële crisis.



Volgens de eerste berekening was het bbp 9,3 procent kleiner dan in het tweede kwartaal van 2019. De krimp jaar op jaar is vooral te wijten aan de lagere consumptie door huishoudens, maar ook de investeringen en het handelssaldo waren aanzienlijk lager dan een jaar eerder. De grootste krimp jaar op jaar tot nu toe was de 4,6 procent in het tweede kwartaal van 2009.

Consumenten hebben in het tweede kwartaal 11,8 procent minder besteed dan in het tweede kwartaal van 2019. Ze gaven vooral veel minder uit aan horeca, recreatie en cultuur, vervoer en communicatie, en zorg. Ook gaven consumenten minder uit aan kleding, auto's en motorbrandstoffen. Aan voedingsmiddelen, woninginrichting en elektrische apparaten hebben ze echter meer besteed.

De consumptie door de overheid kromp met 3,5 procent. Deze zeldzame krimp is vooral toe te schrijven aan de per saldo lagere productie van gezondheidszorgdiensten door vermeden en/of uitgestelde behandelingen als gevolg van COVID-19.

De productie van de handel, vervoer en horeca lag 16,6 procent lager dan een jaar eerder. Vooral de horeca en de vervoerssector hadden te maken met een ongekennde krimp. In de vervoerssector was het beeld voor de luchtvaart en luchtvaardiensden gitzwart.

De horeca sloot (grotendeels) op 15 maart 18.00 uur en mocht op 1 juni weer open met restricties. De hotels deden het een stuk slechter dan de andere logiesaccommodaties zoals kampeerterreinen, vakantiehuisjes, bungalowparken en jeugdherbergen. Bij deze groep zijn de inkomsten uit vaste standplaatsen onverminderd doorgelopen, en konden bezoekers in sommige gevallen gebruik maken van vakantiehuisjes e.d. Ook kozen mensen, als ze al op vakantie gingen, vaker voor vakantie in eigen land. Wat de eet- en drinkgelegenheden betreft, een aantal vond vrij snel oplossingen om hun zaak coronaproof te maken. Verder ontstonden (nieuwe) initiatieven zoals maaltijdverstrekking en afhaal door restaurants.

Ook de krimp van de zorg met bijna 21 procent is ongekend en vooral toe te schrijven aan het feit dat er door de coronacrisis per saldo minder gezondheids- en zorgdiensten zijn geleverd. In ziekenhuizen zijn in het tweede kwartaal veel afspraken en operaties uitgesteld of geannuleerd. Huisartsen hebben minder zorg geleverd gedurende de periode waarin de coronapandemie op zijn hevigst was. De mondzorg was bijna tot stilstand gekomen in de eerste weken van het tweede kwartaal, doordat er alleen maar spoedzorg en semi-spoedzorg werd geleverd. Vanaf 20 april is de reguliere mondzorg weer voorzichtig opgestart. Bij praktijken die paramedische zorg leveren, zoals fysiotherapeuten, zijn als gevolg van het coronavirus veel geplande behandelingen afgezegd of uitgesteld. Sinds 11 mei kunnen paramedici hun beroep weer uitvoeren en herstart de zorg weer geleidelijk op. Er zijn echter ook bepaalde onderdelen binnen de gezondheidszorg die per saldo meer zorg hebben verleend zoals onder andere de gemeentelijke gezondheidsdiensten (GGD'en).

In de zakelijke dienstverlening vielen vooral harde klappen bij de uitzend- en reisbranche. De productie van de totale zakelijke dienstverlening kromp met 12,4 procent. De productie van de bedrijfstak cultuur, recreatie, sport en overige diensten was in het tweede kwartaal 37,4 procent lager dan een jaar eerder. Evenementen, voorstellingen en dergelijke mogen niet meer sinds de coronacrisis, sportclubs hebben in het tweede kwartaal hun deuren grotendeels moeten sluiten.

De industrie kromp met 7,9 procent, met als meest negatieve uitschieter de transportmiddelenindustrie en als enige positieve uitschieter de machine-industrie. Ook de bouw produceerde minder dan een jaar eerder (-4,2 procent). (bron: www.cbs.nl)

3.2. Meso-economische situatie museumbranche

Om nader te kunnen inzoomen op de voor ons relevante museumbranche, beschrijven wij deze hieronder aan de hand van gegevens van onder andere de museumvereniging.

In 2018 hebben meer mensen een museum bezocht. Hiermee is het museumbezoek sinds 2013 met 37% gegroeid. We zien een stijging van het bezoek in schoolverband en met Museumkaart, maar de groei van het buitenlands bezoek is het meest opvallend.

De eigen inkomsten van musea zijn in 2018 bijna gelijk aan de subsidies. Hoewel deze sinds 2013 stijgen, laten ze dit jaar een lichte daling zien ten opzichte van het voorgaande jaar. “Musea doen het nog steeds goed, maar er zijn gerechtvaardigde zorgen”, aldus Mirjam Moll van de Museumvereniging. “Door stijgende werkdruk komt de collectietaak in het geding en ook de rol van gemeenten in de financiering van musea is een grote zorg.”

Enkele belangrijke kerncijfers uit de branche zijn:

- Het museumbezoek is in 2018 met 1 miljoen gestegen naar 32 miljoen, Museumkaart is goed voor 29% van het museumbezoek. Voor het Pluimveemuseum zou dat betekenen een groei van 6.000 bezoekers;
- Aandeel eigen inkomsten van musea is gegroeid van 42% in 2013 tot 49% in 2018;
- Ruim de helft van musea (52%) heeft gemeente als belangrijkste subsidiegever, ondanks een sterke daling van de gemeentelijke subsidies tot het laagste niveau in dit decennium.

Het aantal museumbezoeken steeg in 2018 met 2,8 % naar 32 miljoen bezoeken, die groei is toe te schrijven aan buitenlands bezoek. Dit buitenlands bezoek vormt nu bijna 1/3 van het totale museumbezoek. Het aantal museumbezoeken in schoolverband is met ruim 100.000 bezoeken toegenomen (een stijging van 5,7%) en ook het aantal Museumkaarthouders blijft groeien: in 2018 hebben zo'n 1,4 miljoen Museumkaarthouders bijna 9 miljoen keer een museum bezocht.

Dat het museumbezoek de afgelopen jaren met 37% is gestegen, getuigt van de hoge kwaliteit die musea het publiek bieden. Om deze hoge kwaliteit in de toekomst te kunnen blijven bieden, is investeren in de collecties noodzakelijk. Door stijgende werkdruk, met name onder conservatoren en onderzoekers, komt het beheer en behoud van de collectie steeds verder onder druk te staan. Dit is niet alleen ongezond, maar leidt ook tot ongewenste uitstroom en een rem op het bruikleenverkeer.

Een ander punt van aandacht is de steeds geringere bijdrage van gemeenten aan musea. Dit heeft ernstige gevolgen voor met name kleinere musea, die naast vaste lasten geen geld meer hebben voor beheer, behoud en presentatie van hun collecties: de kerntaken van musea. Er is nog steeds een dringende behoefte aan versterking van financiële betrokkenheid van overheden en sponsors.

Alleen dan kunnen musea de binding van alle inwoners van ons land met de collectie Nederland blijvend versterken. (Bron: www.museumvereniging.nl)

3.3. Micro-economische situatie museum.

3.3.1. Ontwikkelingen in Barneveld

Op lokaal vlak zijn wij als museum actief met een aantal acties waaronder:

- Het opzetten van door de gemeente geïnitieerde Cultuur Educatie.
- het samenwerken in acties met de (plaatselijke) musea waaronder "Oude Ambachten en Borduurmuseum" en museum "Nairac".
- Contact onderhouden met de Barneveldse Winkeliersvereniging en de Barneveldse Krant.

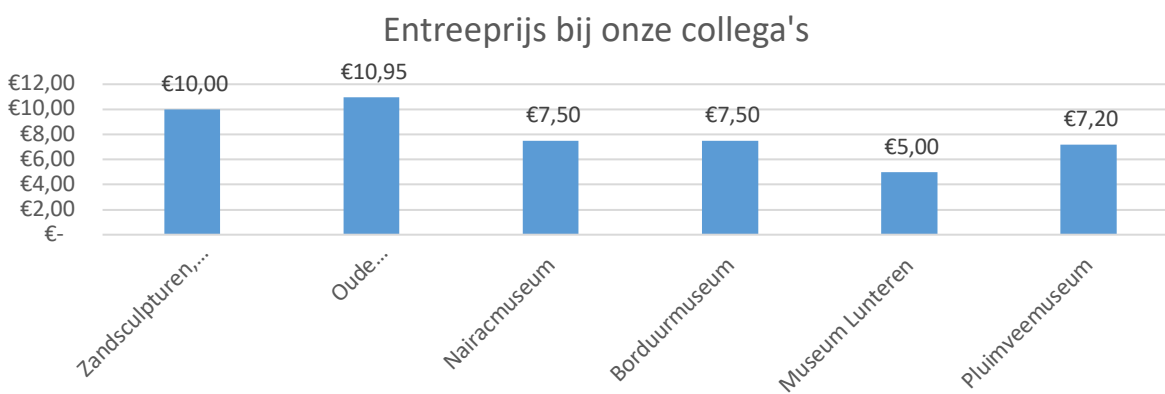
Naast de samenwerkingen die wij op lokaal vlak zijn aangegaan, zien wij ook ontwikkelingen met betrekking tot de infrastructurele situatie in Barneveld. Zo zal er een nieuwe rondweg om het dorp Barneveld worden aangelegd. Deze komt een stuk dichterbij ons museum te liggen. Deze weg komt voort uit de groei van het aantal inwoners van Barneveld. De gemeente Barneveld groeit van 59.000 inwoners in 2019 naar circa 70.000 inwoners vanaf 2030. Nieuwe woonwijken verrijzen binnen de gemeentegrenzen. Ook de werkgelegenheid neemt naar verwachting fors toe door uitbreiding van regionale bedrijventerreinen als Harselaar-Zuid. Al deze ontwikkelingen zorgen de komende jaren voor extra verkeersdruk op de bestaande wegen in en rond Barneveld. Het doortrekken van de Oostelijke Rondweg ziet de gemeente als een voorwaarde om de verwachte groei in goede banen te leiden. (bron: www.barneveld.nl)



3.3.2. Concurrentie.

Als wij kijken naar de museumwinkel zien wij dat veel winkels in Barneveld dezelfde artikelen als de museumwinkel verkopen. Alles is kip georiënteerd.

Een belangrijker element om nader te onderzoeken betreft het aantal concurrerende musea. Wij hebben in onderstaande grafiek een overzicht weergegeven van de belangrijkste concurrenten en een vergelijking gemaakt van de entreprijs die zij hanteren met onze eigen actuele entreprijs.



3.3.3. Kansen en bedreigingen museum.

Uit de bovenstaande beschrijvingen van de diverse markten kunnen wij nu de belangrijkste indelen in kansen en bedreigingen voor het museum voor de komende exploitatieperiode.

Kansen:

- Inspelen op groei landelijk museumbezoek.
- Samenwerking met regionale organisaties en musea.
- Aanwezig zijn bij lokale/regionale festiviteiten, zoals Ballonfiësta, Oud Veluwe Markt.
- Tour de Force, Landgoedmarkten, etc.
- Verwijzing op verkeersborden bij de nieuwe rondweg.
- Meer vakanties in eigen land.
- Samenwerking met Food Valley intensiveren.

Bedreigingen:

- Epidemieën (o.a. corona).
- Vogelgriep. (Sluiting van de regio met als gevolg geen bezoek).
- Afnemende consumentenbestedingen. (Recessie).
- Overheidsbeleid Landelijk, Provinciaal, Gemeentelijk.

4. Commerciële formule en strategie.

4.1. Bedrijfsformule

De juridische vorm is een stichting die voor onbepaalde tijd is opgericht in 1983 en heeft de gemeente Barneveld als zetel. Het museum is sinds 7 december 2005 een geregistreerd museum. Het heeft sinds 1 januari 2008 de Anbi status en sinds 1 januari 2012 de culturele Anbi status. (Algemeen Nut Beogende Instelling: giften zijn fiscaal aftrekbaar).

4.1.1. Product: museum

Het Nederlands Pluimveemuseum wil een informatieportaal zijn over geschiedenis, welzijn, voeding, werkgelegenheid en vermaak op het gebied van pluimvee. Het Nederlands Pluimvee Museum is het enige museum ter wereld dat op een dergelijke schaal aandacht besteedt aan de pluimveesector. Tot de collectie behoren onder andere: gereedschappen, machines, werktuigen, en kunstobjecten.

Enkele voorbeelden van aansprekende museumstukken zijn:



Een werkende broedmachine.



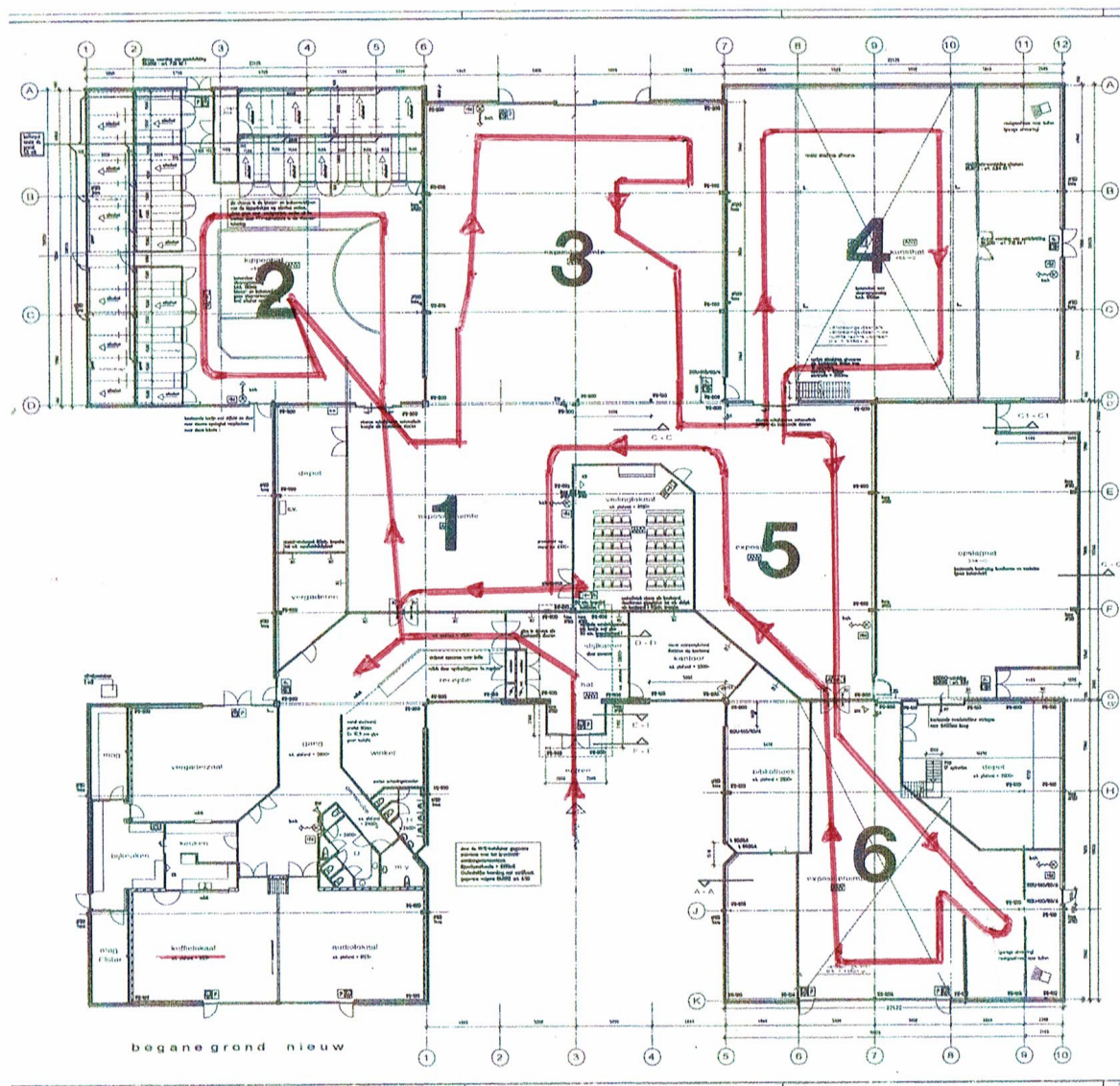
De veilingzaal met klok uit 1932

De tentoonstelling wordt na de definitieve uitbreiding van het museum op chronologische wijze ingericht. Zo zal deze beginnen bij het ontstaan van pluimvee in hal 1 en vandaar uit een splitsing maken in het hobbymatig (hal 2) en bedrijfsmatig (hal 5) houden van pluimvee. Een belangrijke aanvulling in het museum zal bestaan uit de constructie van hal 4 welke in onderstaand schema is aangegeven. In deze hal zal de ruime tentoonstelling kunst worden tentoongesteld.

In hal 6 zal er ruimte ontstaan voor wisselexposities die per jaar opnieuw zullen worden ingericht. Zo was deze in 2020 gericht op 75 jaar vrijheid.

Belangrijk is dat elk bezoek eindigt met een bezoek aan de veilingzaal die nog altijd functioneert en waar bezoekers actief aan kunnen deelnemen. Zij kunnen op deze wijze artikelen uit de museumwinkel kopen in een veilingstructuur.

De collectie van het museum is te zien in meerdere hallen die de volgende indeling hebben. De looproute is in het rood aangegeven.



4.1.2. Product: horeca

Het Nederlands Pluimvee Museum biedt de gelegenheid om tijdens of na het bezoek een versnapering zoals koffie/thee/chocomel met een Barneveldse sprits, plakje cake, appelgebakje, saucijzenbroodje, tosti en bij reservering voor groepen een rustieke lunch of belegde broodjes te nuttigen. Ook is het mogelijk een kop soep te bestellen. Een lekker wijntje, glaasje advocaat, bier of frisdrank kan ook genuttigd worden.



Voor jubilea of reünies of andere feestjes kan via onze cateraar een compleet buffet besteld worden. De aanwezigheid van horeca draagt bij aan betere mogelijkheden voor verhuur van de zalen en daarmee aan het genereren van eigen inkomsten. Bijkomend effect is dat met goed lopende horeca ook bezoekersgroepen naar het museum getrokken worden die anders niet zouden komen. Onze aantrekkelijke horeca, in de vorm van een koffiekamer zien we als een must voor een gezonde exploitatie voor ons museum als culturele onderneming.

Gasten van het museum maken daar in de huidige setting veelvuldig gebruik van. Wij gaan proberen om het aanbod uit te breiden voor de individuele bezoekers door in een pilot pannenkoeken en belegde broodjes aan te bieden. Bovenstaand een impressie van de horecafaciliteiten voor het corona-virus.

4.1.3. Product: winkel

Het museum beschikt ook over een museumwinkel, waar bezoekers verschillende artikelen, die gerelateerd zijn aan kippen, kunnen aanschaffen. Voorbeelden van artikelen zijn sierkippen, knuffelbeesten, lepeltjes, kop en schotels, handdoeken, schorten, boeken, etc. Ook de veiling, die onderdeel is van het museum, zorgt voor bestedingen van bezoekers. Omdat veel bezoekers van het museum deelnemen aan een veiling is het gemiddeld bestede bedrag van winkelartikelen per bezoek relatief hoog. De museumwinkel zien we als een belangrijk instrument voor het genereren van meer eigen inkomsten.

4.1.4. Product: vergaderruimtes

Het museum heeft de beschikking over meerdere ruimtes die gebruikt kunnen worden als:

- receptielokaal.
- leslokaal voor educatieve doeleinden.
- vergaderruimte.

Projectiescherm, beamer en microfoon zijn aanwezig. Het museum heeft een ruim en gratis parkeerterrein, waar ook bussen geparkeerd kunnen worden.

4.1.5. Presentatie

Door de uitbreiding zal er een nieuwe looproute worden gecreëerd in het museum. Deze zal gebaseerd zijn op enerzijds de hobbymatige pluimveehouderij en anderzijds de professionele pluimveehouderij. Bij beide beleevingspaden zal er vanuit de chronologie worden gepresenteerd. Hiernaast een voorbeeld van de hobbymatige geschiedenis



Een voorbeeld van een bedrijfsmatige opzet vanuit de professionele pluimveehouderij. Hierbij wordt ook aandacht geschonken aan de ontwikkelingen die er vanuit het bedrijfsleven zijn geweest in het optimaliseren van de keten voor mens en dier.

Een belangrijk nieuw element in de presentatie van de tentoonstelling zal worden het introduceren van informatiezuilen bij de diverse tentoongestelde voorwerpen. Een mogelijke invulling hiervan zal nader worden uitgevraagd bij leveranciers als Diz te Zoetermeer, Prestop te Son en Breugel of Panoston te Raalte. Ook zal het commerciële aanbod worden vergeleken met het in huis ontwikkelen van een tablet in een houder met daarop een zelf ontwikkeld stuk software.



4.1.6. Publiek (doelgroep)

Naar aanleiding van diverse workshops hebben wij de volgende cruciale doelgroepen voor ons museum gedefinieerd:

- Ouders met kinderen (jonger dan 15 jaar).
- Groepen (veelal ouderen) door middel van o.a. busreizen.
- Opa's/oma's met kleinkinderen.
- Toeristen: zowel regionaal, landelijk als internationale toeristen.
- Kunstliefhebbers.
- Groepen schoolkinderen.

De herinrichting van het museum en de introductie van nieuwe elementen in de tentoonstelling zal primair dienen om de behoeftes van deze doelgroepen zo goed mogelijk in te vullen.

4.1.7. Plaats

Het Pluimvee Museum is gevestigd in Barneveld op de volgende locatie: Hessenweg 2a, 3771 RB. Wij hebben deze locatie op de kaart hiernaast nader aangegeven zodat de plaatsing in de gemeente Barneveld duidelijk is.

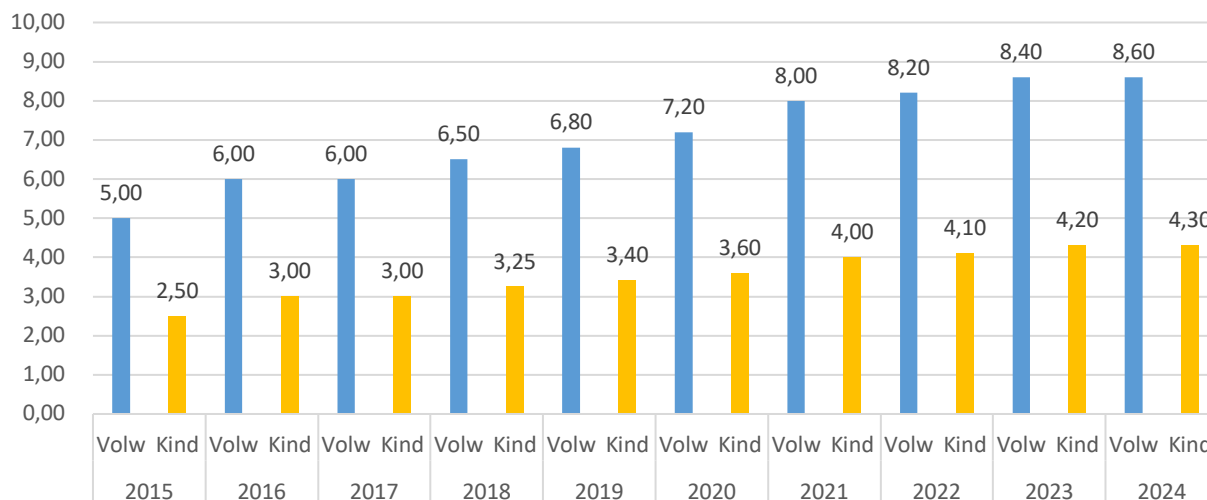
De rondweg om (zuidoost) Barneveld, die binnen enkele jaren zal worden gerealiseerd, kruist op een paar honderd meter afstand de Hessenweg, waaraan het Pluimveemuseum staat. Wij zullen vragen om op de ANWB-bewegwijzeringsborden de naam van het Pluimveemuseum te plaatsen.



4.1.8. Prijs

Om een beeld te geven van het prijsniveau hebben wij de historische en toekomstige prijzen opgenomen.

Ontwikkeling toegangsprijs



Wij hebben de toekomstige prijzen bepaald mede op grond van de verwachte exploitatie in de komende jaren.

4.1.9. Distributie

Om onze collectie zo actueel mogelijk te houden, onderhouden wij nauwe contacten met particuliere verzamelaars en het bedrijfsleven. Indien de mogelijkheid zich voordoet zal een complete verzameling gekocht worden. Zo zijn er de volgende voorbeelden van ingekochte verzamelingen:

- o verzameling van A.W. van Wulfften Palthe
- o verzameling H. Ringnalda
- o verzameling Pieter Borst.

Daarnaast worden af en toe schilderijen gekocht. Verder worden van diverse personen schenkingen ontvangen van artikelen. Tevens zijn er artikelen in bruikleen zoals:

- o De aquarellen van Van Gink.
- o Het schilderij van Melchior d'Hondecoeter.
- o Het tafereel van Evert bouw.
- o De verzameling opgezette dieren.

Inkoop winkel:

Deze loopt via diverse beurzen in Nederland en Duitsland. Daarnaast zijn er leveranciers uit Nederland, België, Duitsland, Engeland, Ierland, Polen en Tsjechië.

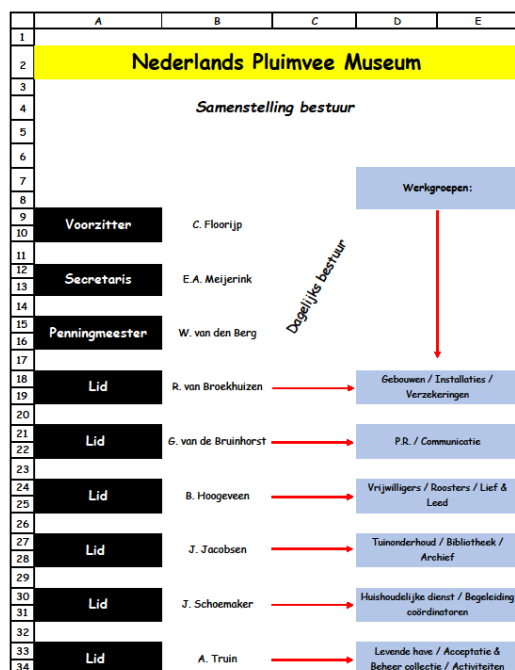
Inkoop Horeca:

Deze inkoop vindt plaats bij onze vaste Cateraar, alcoholische dranken van een drankenhandel in Barneveld en Grossier Dijkgraaf Reinders uit Apeldoorn.

Inkoop eieren:

Wij kopen zelf de eieren in via een eierhandel in Barneveld.

4.1.10. Personeel



Hiernaast hebben wij een organogram opgenomen waarin te zien is welke functies er zijn in de het stichtingsbestuur alsmede welke werkgroepen er actief zijn waarbinnen de werkzaamheden van het grootste gedeelte van de vrijwilligers plaatsvindt. Wij hebben momenteel omstreeks 130 vrijwilligers die regelmatig enkele uren voor ons museum werkzaamheden verrichten.

Naast de inzet van vrijwilligers is een vaste kracht (voorlopig 0,5 fte) noodzakelijk ter versterking van de administratie, de I.C.T., de sociale media, het onderhouden van de contacten met relaties en het ondersteunen van de coördinatoren enz.

4.1.11. Partners

Er is een samenwerking gezocht met Aeres, een onderwijsinstituut (o.a. in Barneveld) op het gebied van Pluimvee. Daarnaast wordt er voor de stalinrichting samengewerkt met Jansen Poultry. Vanuit het Rabofonds worden er mogelijkheden geboden voor kleinschalige verduurzaming van de accommodatie. Pluimveevoer van Coöperatie De Valk Wekerom (als sponsor).

De Gemeente Barnveld is een belangrijke partner voor het museum. Wij ondersteunen elkaar op de volgende onderdelen:

- het verzorgen van Cultuur Educatie;
- het museum verzorgt voor de gemeente Barneveld de Barnevelder kippen bij het Station centrum;
- hulp bij financiering uitbreidingen en contact naar Provinciale subsidie;
- Welzijn voor werving van vrijwilligers;
- Go Barneveld.

Naast deze intensieve samenwerking kunnen wij een beroep doen op een substantieel aantal sponsors. Onderstaand een overzicht van de lijst met actuele sponsors.

Naam Sponsor

P. Bos Veevoeders Ederveen

Gecombineerde Pluimvee Slachterij B.V.

Lagerwey Slachtkuikenintegratie B.V.

Meyn Machinefabriek B.V.

Kleindier Liefhebbers Nederland

Misset Uitgeverij B.V.

Van Reenen Transport

Eiercentrale E.W.N.

Impex Barneveld B.V.

G. Kwetters B.V.

Moba B.V.

Pas Reform B.V.

Agruniek Rijnvallei B.V.

Kuikenbroederij Het Anker

2 Sisters Storteboom B.V.

Zonne Ei Farm

St. Fonds voor Pluimveebelangen

Coöperatie "De Valk Wekerom"

Jansen Poultry

Huhatamaki

Nederlandse Hoenderclub

Vrienden van het Pluimvee Museum

4.1.12. Promotie

De laatste 15 jaren lag het aantal bezoekers op of iets boven de 20.000. Daarvan zijn $\pm$ 75% volwassenen en 25% kinderen t/m 11 jaar. Van het totaal aantal bezoekers komt $\pm$ 75% individueel en 25% als groep. Onze gasten zorgen via de entreekosten en hun bestedingen in de winkel en horeca voor $\pm$ 85% van onze baten.

Tot nu toe is steeds het grootste deel van het promotiebudget van € 10.000,00 besteed aan gedrukte media, waarbij de jaarlijkse folder en de advertenties het grootste deel in beslag namen. Daarnaast is het museum aanwezig op enkele beurzen, markten en evenementen. Sinds 2018 wordt nadrukkelijker onlinepromotie gemaakt, namelijk via een campagne op DagjeWeg.nl.

Reeds eerder is besloten het promotiebudget te verdubbelen. In de exploitatiebegroting voor 2020 was zelfs een bedrag opgenomen van € 20.000,00. Vanwege de coronacrisis zullen we daar dit jaar ruimschoots onder blijven. Als richtlijn voor het promotiebudget willen we in de toekomst inzetten op € 1,00 per bezoeker.

Meest gebruikte Social Media

1		Facebook	48/50
2		Twitter	43/50
3		Youtube	29/50
4		Instagram	11/50
5		Pinterest	10/50
6		Google Plus	7/50
7		LinkedIn	4/50

We willen binnen drie jaar het bezoekersaantal met in ieder geval 50% verhogen tot minimaal 30.000 bezoekers per jaar. Daartoe gaan we als beleid voor de promotie veel meer inzetten op online promotie, met als belangrijke media: WhatsApp, Facebook en YouTube. Dit beleid zal stapsgewijs geïmplementeerd worden, aangezien binnen het huidige vrijwilligersbestand onvoldoende kennis aanwezig is van social media. Bij het aantrekken van nieuwe vrijwilligers zal expliciet gekeken worden naar de kennis van de tegenwoordige communicatiemediën. De website van het Pluimveemuseum zal eveneens een nadrukkelijker rol gaan spelen in de verhoging van het aantal bezoekers.

Verder is besloten per 1 januari 2021 de Museumkaart te introduceren. Dit is een belangrijke stap in het proces om veel meer bezoekers aan te trekken. Navraag heeft geleerd dat erop gerekend mag worden dat de Museumkaart zal zorgen voor een stijging in het aantal bezoekers van 30 – 40%. Daarmee zou dit besluit alleen al zorgen voor een groei naar 26.000 – 30.000 bezoekers. In de exploitatie zal er rekening mee worden gehouden dat de Museumvereniging (uitgever van de Museumkaart) ongeveer 60 – 65% van de gewogen gemiddelde entreprijs vergoedt.

Na uitbreiding van het museum worden wij nog aantrekkelijker voor een breder publiek. Wij zijn ervan overtuigd dat het nieuwe denken over PR en de uitvoering van het hiervoor beschreven promotiebeleid aanzienlijk meer bezoekers zal aantrekken.

4.2. Sterke en zwakke punten

Op basis van de bedrijfskundige beschouwingen en workshops hebben wij een helder beeld van onze sterke en zwakke punten zodat wij deze in onze strategie kunnen incorporeren.

Sterke Punten	Zwakke punten.
Voor de pluimvee een Nationaal opgebouwde collectiewaarde	Bij (Pluimvee)ziekten sterk teruglopend aantal bezoekers.
Bibliotheek met historisch materiaal en naslagwerken.	Enigszins afhankelijk van weersomstandigheden.
Oudhollandse hoenderrassen als levende have.	Afhankelijk van voldoende vrijwilligers.
Uitermate geschikt voor groepsbezoek.	Geen structurele steun van overheid en bedrijfsleven voor dit cultureel erfgoed.
Zeer toegankelijk voor mindervaliden.	Beperkte capaciteit in de keuken.
Kindvriendelijk, heeft kinderen wat te bieden.	Het opslaan en presenteren van de collectie vraagt veel ruimte i.v.m. grote items, zoals broed-, sorteer-, slachtmachines, huisvestingssystemen, etc.
Werkt met enthousiaste vrijwilligers.	Geen geschoolde conservator.
Heeft een ruime koffiekamer	Geen vaste kracht in dienst.
Heeft ruime vergaderzalen (met airco).	
Ruime eigen parkeergelegenheid (gratis).	
Ligt op circa 800 meter van NS-station.	
Heeft een lage entreprijs.	

5. Financieel

5.1. Investeringsbegroting.

Onderstaand de investeringen die begroot zijn op:

Bedrijfsmiddel	Investering
Architect & bouwleges	€ 6.000,00
Binnen verblijven kippen	€ 36.000,00
Aanleg elektra	€ 45.000,00
Verzwarend elektra	€ 22.000,00
Aanpassing meterkast	€ 8.000,00
Plaatsing warmtepompen	€ 35.000,00
Plaatsing 300 zonnepanelen	€ 100.000,00
Schilderwerk	€ 24.000,00
Verplaatsing binnenwanden	€ 15.000,00
Verplaatsen broeden en kuikens	€ 3.000,00
Plaatsen en inrichten filmhoek	€ 8.000,00
Klimaatstelsel hal-4	€ 80.000,00
Flexibele wanden hal-4	€ 18.000,00
Uitbreiding toiletruimte	€ 36.000,00
Routing en verwijsborden	€ 4.000,00
Grote wandfoto's	€ 9.000,00
Vloerafwerking hal-4	€ 25.000,00
Interactieve Tv-schermen en informatiezuilen	€ 38.000,00
Rondleiding-ondersteunings materiaal	€ 20.000,00
Onvoorzien	€ 50.000,00
Heropening (reclame e.d.)	€ 10.000,00
Winkelkassa & computer	€ 15.000,00
Totaal	€ 607.000,00

Omdat wij onze bijdrage willen leveren door zo duurzaam mogelijk te exploiteren, willen wij in totaal 300 zonnepanelen op ons dak laten plaatsen. De hiermee gepaard gaande investeringen zijn gebaseerd op recent verkregen offertes.

Zoals in het vorige hoofdstuk toegelicht zullen wij de levende have deels naar binnen verplaatsen zodat er altijd sprake is van een “attractie” ongeacht het weer. De bouw van deze verblijven is reeds in gang gezet en zal kunnen worden hervat na het verkrijgen van additionele financiering.

Een andere belangrijke investering betreft de bouw van een klimaat gestuurde hal. Deze investering is noodzakelijk om de substantiële hoeveelheid kunst te kunnen tentoonstellen. Mede gezien de waarde van enkele stukken is een goede klimaathuishouding van cruciaal belang.

Ook is het belangrijk om de presentatie van de collectie te verbeteren. Hiertoe is een investering in interactieve apparatuur belangrijk. Dit zal daarnaast aangevuld worden met nieuwe bewegwijzering en moderne foto's op groot formaat.

Tenslotte zal er een investering noodzakelijk zijn in het computersysteem waar ook de kassa op aangesloten is zodat er meer inzicht wordt verkregen in de voorraad, omloopsnelheden en behaalde winstmarges.

5.2. Investeringsbegroting

Financiering	Bedrag
Investeringen	€ 607.000
Totaal financieringsbehoefte	€ 607.000
<i>Dekking</i>	
Subsidie gemeente Barneveld	€ 200.000
Subsidie provincie Gelderland	€ 400.000
Tekort (wordt bij sponsors opgehaald)	€ 7.000
Totaal	€ 607.000

Wij hopen met dit plan zowel de gemeente Barneveld als de provincie Gelderland te laten zien hoe wij de komende jaren de exploitatie van het museum ter hand zullen nemen indien zij bereid zijn een subsidie te verstrekken. Hierna zal het museum weer financieel autonoom kunnen opereren en zelfs met de uitdagingen die het corona-virus heeft opgeworpen, een goede toekomst tegemoet zien.

Deze investeringen leiden tot de volgende balansposities de komende jaren. Allereerst laten wij de activa zijde van de balans zien gevolgd door de passiva zijde.

5.2.1. Activa zijde

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Vaste activa:							
Gebouwen en terreinen	642.761	729.175	1.679.362	1.561.746	1.434.127	1.308.337	1.199.922
Collecties	219.438	219.538	219.538	219.538	219.538	219.538	219.538
Inventaris	6.491	7.344	7.344	3.974	2.947	2.500	2.400
Apparatuur	17.613	10.054					
Herinrichting	263	2	10.054	10.054	8.900	8.400	8.000
Overige investeringen,							
Lening u.g. (v. W.P.)	13.300						0
Vlottende activa:							
Liquiditeiten	148.802	120.320	37.953	51.918	53.032	65.904	95.399
Voorraden	19.638	18.630	22.400	23.184	20.552	20.392	18.992
BTW		18.971					
Vorderingen (kortlopend)							
Nog te ontvangen schenking (v.W.P.)	13.300	13.300					0
BTW	1.313		18.970	18.970	18.970	18.970	18.970
Debiteuren	18.826	16.217	9.900	9.900	9.900	9.900	9.900
Overige vorderingen	5.541	6.119	6.121	6.121	6.121	6.121	6.121
	1.107.286	1.159.670	2.011.642	1.905.405	1.774.087	1.660.062	1.579.242

5.2.2. Passiva zijde

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Eigen vermogen:							
Kapitaal	625.305	667.474	571.389	501.959	447.444	413.419	412.599
Aanvullende liq. behoefte							
Voorziening gr. onderh.	30.755	34.254	36.574	36.574	36.574	36.574	36.574
Schulden lang:							
Hypotheken (oud) ABN	318.352	296.139	0				0
Hypotheken (nieuw) RABO			480.670	448.335	422.335	396.335	370.335
Subsidie gem. B'veld	86.125	74.084	63.284	52.477	41.674	37.674	33.674
Lening o.g. (v. W.P.)	13.300						0
Schenken t.b.v.Nw.bouw	2.114						
Schulden kort:							
BTW	0		0				
Overige	10.343	10.488					
Schenking (v. w.P.)	13.300	13.300					0
Afl. verpl. hyp.'s			19.665	26.000	26.000	26.000	26.000
Crediteuren	7.692	63.931	10.060	10.060	10.060	10.060	10.060
Subsidie sponsors			50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Subsidie gemeente Barneveld			200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Subsidie prov. Geld.			400.000	400.000	400.000	400.000	400.000
Lening o.g. Particulier à 4%			180.000	180.000	140.000	90.000	40.000
	1.107.286	1.159.670	2.011.642	1.905.405	1.774.087	1.660.062	1.579.242

De huidige aflopende investeringssubsidie van de gemeente Barneveld, die onder de lange schulden is opgenomen, dateert van 1998.

5.3. Historische exploitatie.

Resultatenrekeningen			Gerealiseerd	Gerealiseerd
Baten			2 0 1 8	2 0 1 9
Entrees			106.128	111.726
Winkelopbrengsten en veiling			24.492	19.691
Omzet koffiekamer			32.349	41.414
Verhuur zalen			5.093	8.803
Sponsors			16.325	21.450
Giften en donaties			3.348	2.051
Donateurs/vrienden				1.200
Rentebaten				20
Incidentele baten			-696	subs.'s 4.712
	Totaal opbrengsten		187.039	211.067
Lasten				
Personeelskosten			41.419	41.341
Loonkosten vaste kracht (½ fte.)				
Huisv. kosten incl.dot.res.fonds			40.056	38.538
Reclame en advertenties			7.842	9.498
Administratie en bureaunkosten			5.172	5.218
Algemene kosten			18.927	19.699
Kostprijs omzet koffiekamer				
Afschr. op vaste activa			50.711	44.400
Afbouw subs. gem. Barneveld				
Kostprijs winkelopbrengsten				
Afschrijving op handelsgoederen				
Rentelasten			7.410	10.006
Rentelasten particulier				500
Incidentele lasten(taxatiekosten+boeterente)				-302
Afsluitprovisie				
	Totaal kosten		171.537	168.898
		Resultaten	15.502	42.169

5.4. Toekomstige exploitatie.

Baten	2 0 2 0		2 0 2 1		2 0 2 2		2 0 2 3		2 0 2 4	
Entrees		46.000		155.750		171.924		188.698		199.630
Winkelopbrengsten en veiling		18.400		61.100		67.200		73.500		77.500
Omzet koffiekamer		27.200		87.100		96.600		105.000		111.600
Verhuur zalen		2.900		6.000		6.500		6.000		6.000
Sponsors		20.000		15.000		15.000		15.000		15.000
Giften en donaties		600		1.500		1.500		1.500		1.500
Donateurs/vrienden		1.200		1.500		1.000		1.000		1.000
Rentebaten				30		30		40		50
Incidentele baten	subs's	16.025	subs's	5.000		0		0		
		132.325		332.980		359.754		390.738		412.280
Lasten										
Personeelskosten		16.538		50.000		56.000		60.000		62.000
Loonkosten vaste kracht (½ fte.)		10.000		40.000		40.800		41.600		42.450
Huisv. kosten incl.dot.res.fonds		61.047		45.000		45.000		46.000		46.000
Reclame en advertenties		9.600		21.000		21.000		21.000		21.500
Administratie en bureaunkosten		8.605		8.500		9.000		9.000		9.000
Algemene kosten		39.056		22.450		22.475		23.500		23.500
Kostprijs omzet koffiekamer		12.784	47 %	40.066	46%	44.436	46%	48.300	46%	51.336
Afschr. op vaste activa		53.313		135.986		134.800		126.737		108.915
Afbouw subs. gem. Barneveld		-10.800		-10.803		-10.803		-4.000		-4.000
Kostprijs winkelopbrengsten		10.672	58%	34.216	56%	37.632	56%	41.160	56%	43.400
Afschrijving op handelsgoederen		0								
Rentelasten		10.895		8.795		8.330		7.865		7.400
Rentelasten particulier		6.700		7.200		5.600		3.600		1.600
Incidentele lasten(taxatiekosten+boeterente)				0		0		0		0
Afsluitprovisie										
		228.410		402.410		414.270		424.762		413.101
		-96.085		-69.430		-54.516		-34.024		-821

Aan de omzetkant is rekening gehouden met een forse stijging van de inkomsten uit entrees door onder andere de deelname aan de Museumkaart gekoppeld aan de autonome verwachte groei. Omdat de omzet uit de winkel en horeca in direct verband staat met het aantal bezoekers, is hier eenzelfde ontwikkeling zichtbaar.

Aan de kostenkant is duidelijk te zien dat er in de exploitatie voor de komende jaren rekening is gehouden met de personeelskosten voor betaalde kracht. Deze is vooralsnog ingeschaald op 0,5 FTE. Deze zal onmisbaar zijn bij de realisatie van de doelstelling om het museum verder te professionaliseren.

The floor plan illustrates the layout of the Pindvismuseum Barneveld. Key areas include:

- Kippenhal** (Chicken Hall) at the top left, featuring a large open space with a grid of columns.
- expositieruimte** (Exhibition space) in the top right and middle right sections.
- receptie** (Reception) and **vergaderzaal** (Meeting room) in the bottom left corner.
- keuken** (Kitchen) and **map. elekto** (Map/Electro) areas near the reception.
- ruftelslokaal** (Telephone room) and **map. elekto** (Map/Electro) in the bottom left.
- expositieruimte** (Exhibition space) in the bottom right corner.

The plan is overlaid with a grid system (1-12 horizontally, A-H vertically). A detailed section titled "fragment dakoverzicht" (Roof structure fragment) is shown on the right, highlighting the roof's structural elements. The text "begane grond nieuw" (New ground floor) is at the bottom left.

Bijlage: Geveltekening na verbouwing

