

Schoonhoven, 29 april 2019

Inleiding

Geachte dames en heren van de gemeenteraad Krimpenerwaard,

Hierbij bieden hierbij ons rapport over de door de gemeente gestelde prestatie criteria aan

Wij zijn zeer verheugd dat het museum in nog geen 10 maanden nadat de gemeente had besloten om subsidie te verlenen zeer goede resultaten heeft geboekt :

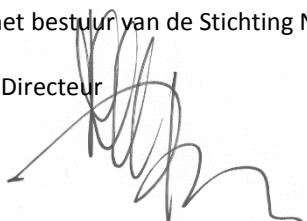
- het boekjaar 2018 is dankzij de exploitatiesubsidie van 90.000 en zoals afgesproken afgesloten zonder verlies;
- het aantal bezoekers in de tweede helft van 2018 (na de subsidieverlening; Raadsbesluit van 10 juli 2018) is met een totaal van 15% gestegen ten opzichte van dezelfde periode in 2017;
- het aantal bezoekers in het eerste kwartaal van 2019 is zelfs met 31% gestegen ten opzichte van dezelfde periode in 2018;
- de inkomsten uit de winkel en de koffiecorner zijn eveneens gestegen;
- het aantal scholieren uit de Krimpenerwaard dat het museum bezoekt is zeer aanzienlijk gestegen;
- de fondsenwerving is versterkt en de eerste vruchten zijn zichtbaar;
- maatregelen ter versterking van de zakelijke functie zijn al in 2018 genomen;
- diverse vormen van samenwerking zijn tot stand gekomen of in wording;
- de tentoonstelling Design by nature (met een beeldbepalende inbreng van een kunstenaar uit de Krimpenerwaard !) is een succes en de voorbereiding van de in juni te openen tentoonstelling over Kempen en Begeer loopt;
- diverse initiatieven zijn genomen om met de vakschool en het Gilde de positie van Schoonhoven als landelijk bekende Zilverstad te versterken;
- diverse initiatieven zijn genomen om te komen tot internationale samenwerking, waarvan een zelfs zeer concreet als huisvesting daarvan in Schoonhoven tijdig geregeld kan worden.

Wij zijn er nog niet, en we kunnen ook nog niet over alle facetten uitgebreid rapporteren. Wel hebben wij met de externe deskundige Courante een onderzoek ingesteld , ook naar de structurele versterking van de zakelijke functies binnen het museum. De eerste drie fasen van dat onderzoek zijn afgerond, helaas met enige vertraging doordat geplande interviews van Courante met diverse “ opinieleiders” niet volgens het oorspronkelijke plan konden worden gehouden. We hebben hier bewust gekozen om de juiste mensen te kunnen spreken, in plaats van het halen van de deadline. De aanvang van de drie volgende fasen moest daarop wachten. Wij bereiden in die fasen een nieuw beleidsplan voor dat in 2019 afgerond en zo mogelijk geïmplementeerd gaat worden. De structurele invulling en versterking van de zakelijke functies binnen het museum zal in dat kader worden bepaald. Wij doen dat met de hoogst mogelijke zorgvuldigheid en dat kost tijd. Haastige spoed is ook hier niet goed. Dit alles betekent dat wij in 2018 slechts € 30.000 van de extra subsidie van € 60.000 hebben besteed. Wij verwachten de resterende 30.000 en de voor 2019 toegekende subsidie van eveneens € 60.000 volledig te kunnen bestemmen voor de structurele versterking van de zakelijke functies.

Wij zijn de gemeente bijzonder erkentelijk voor de materiele en niet materiele steun die de gemeente ons biedt en wachten in spanning op de openbaarmaking van het nieuwe gemeentelijke toerisme- en cultuur beleid waarvan wij hopen dat het museum daarin een belangrijke rol zal vervullen tot wederzijdse versterking van posities.

Mede namens het bestuur van de Stichting Nederlands Zilvermuseum,

Marcel Teheux, Directeur



Prestatieafspraken, plan van aanpak & resultaten:

Ontvangen bij brief van 29 april 2019 van het Zilvermuseum en aangevuld met de beoordeling van het College van B&W, gemeente Krimpenerwaard.

Vooraf: maatschappelijk effect, prestatie indicator en output is onderdeel van de prestatieafspraken. De **geel gearceerde kopjes** zijn ingevuld door het museum. Daaronder de reactie van het College.

Notabene: bij brief van 15 mei 2019 heeft het Zilvermuseum aanvullende informatie gestuurd op de rapportage van 30 april 2019. Zie bijlage. Deze aanvullende informatie was geen aanleiding voor het college om de reacties hieronder aan te passen of nieuwe reacties te formuleren.

1. Bezoekerscijfers

Maatschappelijk effect

- Meer Inwoners en anderen kennis laten maken met de historie van de zilverindustrie en zilverkunst.
- Vergroting van de bekendheid van de Zilverstad

Prestatie indicator

- Aantal bezoekers dat fysiek een bezoek brengt aan het museum
- In 2018 10% meer bezoekers dan in 2017 en in 2019 15% meer bezoekers dan in 2017.

Output

- 4- tentoonstellingen (1 per 9 maanden) (op schema)
- Expositie FEEST! (gerealiseerd)
- Expositie van het Gilde (21sept '18) (gerealiseerd)
- Expositie "designed by Nature" (4-10-2018) (gerealiseerd en nog lopend tot 10 juni))
- Onder voorbehoud (nader uit te werken in 2019):
- Expositie Van Kempen & Begeer (juli 2019) (op schema, opening 26 juni)
- Expositie Boijmans gaat vreemd (maart 2020) (vervallen, toegekend aan belastingmuseum)
- Expositie "Boudoir" (Maart 2020) (op schema)
- Expositie: België –Nederland (dec 2020- sept 2021) (in onderhandeling)
- Gedurende de komende twee jaar is het museum minimaal 1 keer per week actief op social media. (gerealiseerd, : meerdere keren per week op diverse social media): Twitter (zilvermuseum account &persoonlijk account Marcel Teheux); Facebook, Instagram, eigen website, nieuwsbrief

Resultaat:

- Stijging bezoekerscijfers eerste helft 2018: (- 8%)
- Stijging bezoekerscijfers na raadsbesluit (2^e helft 2018): (+15%)
- Stijging bezoekerscijfers eerste kwartaal 2019: (+31% t.o.v. Q1 2018)

			
Bezoekerscijfers : vergelijking 2017-2018, opname ná Raadsbesluit 10 juli 2018			
	2017	2018	
juli	2165	1878	87%
augustus	2016	2058	102%
september	1845	2374	129%
oktober	1640	1902	116%
november	996	1277	128%
december	615	1155	188%
totaal, ná raadsbesluit 10 juli 2018	9277	10644	115%

Extra Resultaat:

Extra: open avond voor ALLE inwoners van de Krimpenerwaard (totaal + 203 bezoekers)
 Extra: sterke stijging van bezoek door scholen, door telemarketing (per 1 mei al meer scholen dan in 2018 totaal)
 Extra stijging kinderen met ouders (4,5 maal hoger dan 2017)
 Extra stijging museumjaarkaarthouders (absoluut en relatief) (totaal 63% van de bezoekers: landelijk is 23%)
 90% van de bezoekers komt van buiten de regio (Extra inkomsten voor de regio !)
 Samenwerking andere musea Heksenwaag en Touwmuseum (gezamenlijke aanbieding: Keuren in de Waard)

Acties ter vergroting bezoekersaantallen

Doorzetten telemarketing naar scholen (alle scholen Krimpenerwaard, Lopikerwaard en gedeeltelijk Bommelerwaard benaderd)
 Opzetten telemarketing naar bussen en boten (samen met de firma Rikkoert)
 Actieprogramma's met andere musea in de streek ("Keuren in de Waard" in samenwerking met Touwmuseum en Heksenwaag)
 Gerichtere advertentiecampaagne richting doelgroepen

Beoordeling door College:

De bezoekersaantallen zijn over geheel 2018 nagenoeg gelijk aan 2017. De 10% stijging is niet gerealiseerd. Het Nederlands Zilvermuseum heeft aangegeven dat de bezoekersaantallen in de eerste helft van 2018 negatief beïnvloed zijn door de verbouwingen. De presentatieafspraken met het Zilvermuseum zijn medio 2018 gemaakt. Als we alleen de tweede helft van 2018 in ogenschouw nemen is voldaan aan de prestatie indicator.

Voor 2019 verwacht het museum een totaal bezoekersaantal van 23.500. Dit aantal zou voldoende zijn om de prestatieafpraak voor 2019 (15% hogere bezoekersaantallen dan in 2017) te halen.

2. Lokale inbedding

Maatschappelijk effect

- Meer binding tot stand brengen tussen het museum en andere partijen in de Krimpenerwaard zodat het Zilvermuseum geworteld is in de totale gemeente Krimpenerwaard.
- Het museum profileert zich mede als trekker van het zilver.

Prestatie indicator

- Museum ontwikkelt aantoonbaar meer samenwerkingsverbanden met lokale organisaties.
- Stijging aantal samenwerkingspartners, zowel lokaal als regionaal, met name op het gebied van zilver, toerisme & recreatie, (regio)marketing en educatie.

Output

- Samenwerking met het Gilde omtrent de aankomende tentoonstelling (gerealiseerd)
- Samenwerking met Stadswandeling en Rikkoert: stadsrondje zilver. (gerealiseerd) <https://zilvermuseum.com/rondleidingen/>
- Samenwerking met musea in de omliggende gemeenten: Oudewater en Gouda bijvoorbeeld. (gerealiseerd, wordt nog verder uitgebreid)
- Samenwerking met musea in Haastrecht en Krimpen aan den IJssel. (Wordt op basis van Oudewater gerealiseerd)
- Samenwerking met Zuid-Hollands Landschap
- Samenwerking met Streek archief
- Het museum is ANWB fietspunt. (gerealiseerd)
- Samenwerking met Landal Greenparks (Reeuwijk). (Gerealiseerd. Landal Greenpark pas)
- Samenwerking met lokale ondernemers via de Vereniging Ondernemers Centrum. (gerealiseerd, BIZ, VOC)
- Samenwerking met Stichting Marketing en Promotie Krimpenwaard. (start gemaakt, stichting MPK in heroriëntatie)

Resultaat:

Goede inbedding in lokale gemeenschap, op zakelijk niveau.
Samenwerkingsverbanden op verschillende niveaus met musea en ondernemers
Regionaal samenwerking met andere musea verder uit te breiden in 2019

Extra Resultaat:

Mede opzetten en opstarten BIZ Schoonhoven

Acties ter vergroting lokale inbedding

Gezamenlijke telemarketing programma met Firma Rikkoert om bussen en boten aan te trekken.
Deelname Zilverdag
Deelname Zilvernacht
Deelname Zilverweekend
Deelname in business clubs.

Beoordeling door College:

Het Zilvermuseum geeft aan in 2018 drie nieuwe samenwerkingsverbanden te hebben ontwikkeld en voldoet daarmee aan deze prestatie indicator.

3. Versterken zakelijke functies

Maatschappelijk effect

- Versterking van de zakelijke functie van het museum lokaal en regionaal zodat dit een substantiële bijdrage levert aan de exploitatie.

Prestatie indicator

- Stijging van inkomsten uit de zakelijke functie van het museum tot ten minste 5000 euro in 2019 en 10.000 euro in 2020.

Output

- Voor de versterking van de zakelijke functie wordt ingezet op het aanstellen van een adviseur bedrijfsvoering/ doorontwikkeling museum. (gerealiseerd; Bureau Courante)
- Het Zilvermuseum presenteert uiterlijk 1 oktober 2018 een plan voor de versterking van de zakelijke functie (inclusief marketing). (gerealiseerd) Vervolg met bureau Courante

Resultaat:

Plan van aanpak versterking zakelijke functie compleet november 2018
Selectieronde voor bedrijfsadviseur
Briefing en start onderzoek
Interviews met opinion leaders, (waaronder Burgemeester en Wethouder Cultuur) De geïnterviewden zijn 20 prominente ondernemers, voorzitters en directeurs uit de Krimpenerwaard, en uit de wereld van het Zilver

Extra Resultaat:

Aanstelling tijdelijke kracht 0,6 FTE Fondsenwerving
Fondsenwerving veel breder ingezet
Nieuwe medewerker Marketing Communicatie voor strategisch niveau Marketing en Communicatie (0,3 FTE)
Kostendekkende fondsenaanvraag voor tentoonstelling "Van Kempen" (eerste toewijzingen á €10.000,- binnen)
Kostendekkende fondsenaanvraag gedaan voor nieuwe tentoonstelling "Boudoir" (toewijzing moet nog volgen)

Acties versterken zakelijke functies

Aanpassen beleidsplan Zilvermuseum, eerste aanzet gemaakt, ter beoordeling naar bestuur
Aanpassen marketingplan naar strategisch niveau, in concept, wordt vervolgens besproken met het personeel in de eigen organisatie
Selectie nieuwe medewerker Marketing en Communicatie Nu ingevuld met tijdelijke ZZPer
Fondsenwerving uitbouwen (fondsenwerver 0,6 FTE op contractbasis
Aanvraag gestart voor meerjarige ondersteuning Mondriaanfonds (haalbaarheidsonderzoek), fase 1 positief gepasseerd.

Beoordeling college:

Het nieuwe beleidsplan verwacht het Zilvermuseum in september 2019 op te leveren. Het huidige marketingplan verstrekt het museum niet omdat zij dat als bedrijfsgevoelige informatie ziet. De marketing acties zijn van reactief naar pro-actief gegaan en worden planmatig aangepakt. De inkomsten uit fondsenwerving zijn in 2018 tenminste met € 5000,- gestegen en daarmee wordt aan deze prestatieafspraken voldaan. Voor nu is het voor het college niet te beoordelen of de zakelijke functies voldoende versterkt zijn om daarmee een substantiële bijdrage te leveren aan de (toekomstige) exploitatie van Het Zilvermuseum. Het Zilvermuseum geeft zelf aan zonder gemeentelijke subsidie niet voort te kunnen bestaan.

4. Financiën

Maatschappelijk effect

- Het museum draagt zorg voor een financieel gezonde exploitatie .

Prestatie indicator

- Het museum presenteert met de begrotingssubsidie van 90.000,- euro een sluitende begroting.

Output

- Het museum levert een begroting 2018 en 2019 waarin de exploitatie sluitend is.
(Gerealiseerd)

Resultaat:

2018 met nagenoeg sluitende exploitatie afgesloten, dankzij extra € 90.000,- ondersteuning Gemeente Krimpenerwaard.

2019 forecast met sluitende begroting, dankzij extra €90.000,- ondersteuning van Gemeente Krimpenerwaard.

Extra Resultaat:

Extra ondersteuning van €60.000,- is in 2018 voor de helft ingezet, omdat het jaar reeds half voorbij was €30.000,- wordt ingezet in 2020

Kinderen gratis naar het museum leverde ruim €13.000,- extra op door andere verrekening Museum Jaarkaart.

Winkelomzet 11% hoger

Stijging entreekaartje naar aanleiding van verhoging BTW levert 0,17 cent per bezoeker meer op.

Acties ter verbetering financiële situatie.

Extra fondsenwerving (ten behoeve van tentoonstellingen en geoormerkte projecten, niet voor de exploitatie!)

Extra inspanningen ter vergroting bezoekersaantallen.

Toekenning van fonds voor digitalisering is toegekend

Bezuiniging op schoonmaak (nu in eigen beheer)

Bezuiniging op publicaties (nu in eigen beheer)

Energiebezuiniging (LED lampen en nieuwe leverancier)

Bezuiniging op tentoonstellingskosten

Extra toelichting van het Zilvermuseum:

Voor nu is het echter niet mogelijk dat het Zilvermuseum een sluitende begroting realiseert zonder de extra financiële gemeentelijke bijdrage ter hoogte van € 90.000,-

De aangekondigde koerswijziging die voortkomt uit het extern onderzoek, moet meer duidelijkheid geven over de ambitie van het Zilvermuseum en de financiële positie die daaruit volgt. Hierover berichten wij u na de zomer op het moment dat wij hierover in gesprek zijn geweest met het bestuur van het Zilvermuseum.

Beoordeling college:

Met medeneming van de € 90.000 extra subsidie heeft het zilvermuseum een sluitende begroting gepresenteerd.

5. Imago en Marketing

Maatschappelijk effect

- Het museum levert een actieve bijdrage aan het imago van Schoonhoven als dé Zilverstad en aan de gebiedspromotie van de Krimpenerwaard, waardoor het toerisme toeneemt.
- Ze werkt hierin samen met Stichting Krimpenerwaard Marketing en Promotie en Stichting Schoonhoven Zilverstad.

Prestatie indicator

- Het museum draagt aantoonbaar bij aan het versterken van het imago van Schoonhoven Zilverstad, onder meer door (samen met partners) het genereren van regionale en landelijke publiciteit, het (mede) organiseren van het jaarlijkse Zilverstad Symposium,
- Samenwerking met horeca en evenementenorganisatoren in het gebied en als Trekker van Zilver evenementen.

Output

- Het Zilvermuseum is wekelijks zichtbaar op social media <https://twitter.com/MarcelTeheux> <https://twitter.com/zilvermuseum> en minimaal 2 keer per jaar in de lokale media. (gerealiseerd)
- Voor 1 januari 2019 heeft het museum een marketingstrategie die wordt uitgevoerd in de jaren daarna (vanaf 2019). (vertraging door interviews met opinion Leaders, rapportage bijna gerealiseerd, marketing strategie volgt) (in de tussentijd strategische marketing ingehuurd op projectbasis)

Resultaat:

Actieve accounts op: twitter, Instagram, Facebook.
Meerdere positieve artikelen in AD , Kontakt , Lek en IJssel streek, Museum Jaarkaart, Zuid-Hollands Landschap, (51.000 abonnees) Rabobank ledenblad (20.000 abonnees)
Interviews op RTV Krimpenerwaard (De Waard aan Tafel) en Radio Krimpenerwaard.
Marketing uitvoerend op hoger, (strategisch niveau)

Extra Resultaat:

Webpagina continue bijgewerkt
Veel positieve publiciteit rondom de open avonden van het Zilvermuseum.

Acties ter vergroting Imago en Marketing

Meer richten op specifieke doelgroepen, zoals scholen, ouderenclubs, en groepen
Gerichte communicatie naar scholen
Gerichte communicatie naar Boten en Bussen
Selectieve inzet van tijd en mankracht

Beoordeling college:

Het Zilvermuseum heeft ingezet op meer strategische marketing. Welke bijdrage dit levert aan het versterken van het imago van Schoonhoven, is niet concreet weergegeven. Er worden meerdere activiteiten ontplooid . Op dit moment is nog niet te beoordelen welke bijdrage deze acties leveren aan het imago van Schoonhoven als Zilverstad en de gebiedspromotie van de Krimpenerwaard.

6. Bijdrage lokale arbeidsparticipatie

Maatschappelijk effect

- Het museum levert een bijdrage aan de lokale arbeidsparticipatie.

Prestatie indicator

- Aantal mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt in het kader van de tegenprestatie/ garantiebanners/ participatiewet/ medewerkers via Promen/ studenten: minimaal 4 per jaar

Output

- Het museum treedt in overleg met het UWV, de gemeente en Promen om activiteiten in het kader van arbeidsparticipatie te bespreken. (gerealiseerd)

Resultaat:

Continue overleg met UWV, coaches van de Gemeente en Promen voor het inzetten van mensen met afstand tot de arbeidsmarkt.

Extra Resultaat:

2018: 10 mensen met afstand tot de arbeidsmarkt een kans gegeven, via Promen, UWV en Gemeente

Deelname open bedrijvendagen: aanwas met 3 nieuwe mensen.

Doorstroming van 4 personen naar (Gedeeltelijk) betaald werk.

2019 continuering beleid (10 mensen)

2019 deelname aan Loop eens binnen bij bedrijven dagen. (3 nieuwe mensen)

Acties ter vergroting Arbeidsparticipatie

Continueren, niet vergroten, want de verhouding vast personeel- arbeidsparticipanten is bijna 1 op 1, dit is over het maximum, anders moeten er vaste krachten aangetrokken worden om e.e.a. te regelen

Beoordeling college:

Voor 2018 heeft het Zilvermuseum aan de prestatie indicator voldaan.

7. VVV agentschap

Maatschappelijk effect

- Bevorderen van het toerisme voor Schoonhoven en Krimpenerwaard door het verbeteren van de dienstverlening en informatievoorziening.
- Het museum is de toegang voor toeristen die een bezoek aan Schoonhoven en de Krimpenerwaard brengen.

Prestatie indicator

- Het museum wijst 25% bezoekers actief op andere activiteiten in het gebied. (gerealiseerd)

Output

- Het museum verwijst bezoekers actief door naar andere activiteiten in het gebied, (gerealiseerd)
- en wordt betrokken bij het nadenken over de toekomst van VVV/ toeristen informatiepunten. (niet gerealiseerd, Wie is de kartrekker?)

Resultaat:

VVV zit nu op de meest prominente plaats (bij de kapstok)

Aantal bezoekers die werkelijk geïnteresseerd zijn in extra informatie daalt door gebruik van smartphones.

Meest gehoorde vraag aan de balie op zondag: “wat is hier nog meer te doen?”

Extra Resultaat:

Extra promotie stad en streek tijdens telemarketing acties

Acties ter bevordering promotie toerisme

Advertenties, acties en promoties

Beoordeling college:

Het zilvermuseum geeft aan dat zij de bezoekers actief wijst op andere activiteiten in het gebied en heeft daarmee in 2018 voldaan aan de prestatieafspraken

8. Zilverwerkplaatsen

Maatschappelijk effect

- Bevorderen van kennisoverdracht over en beleving van het zilverambacht

Prestatie indicator

- 90% openstelling zilverwerkplaatsen tijdens de openingsuren van het museum
(100% gerealiseerd)

Output

- Samenwerking tussen het museum, de gemeente, de vakschool en het St. Eloy Gilde.
(gerealiseerd, alleen wat is de rol van de gemeente hierin?)

Resultaat:

Zilverwerkplaats hele jaar open geweest met wisselende bezetting.
Studenten vakschool, werkervaringsplek (WEP), stages en starters en historische kennisoverdracht door Filigrein werker
Continue draait de demo film in de werkplaats.
Werkplaats moeilijk bezet te houden, door zwangerschapsverlof en ziekte

Extra Resultaat:

Studenten geholpen met starten van eigen zaak, in samenwerking met de Rabobank
(businessplannen)

Acties Zilverwerkplaatsen

Herhaaldelijk verzoeken bij vakschool voor studenten/afstudeerders
Verzoeken bij Gilde voor bezetting werkplaatsen.
Eerste verkenningsronde door actieve Schoonhovense smid om de bezetting van de werkplaats te verzorgen.

Beoordeling college:

Het Zilvermuseum heeft 4 zilverwerkplaatsen. Minimaal 1 daarvan is bezet tijdens de openingstijden van het Zilvermuseum en daarmee is aan de prestatie indicator voldaan, maar het college merkt daarbij op dat de bezettingsgraad van de werkplaatsen niet 100% is. Het Zilvermuseum werkt aan het bereiken van een hogere bezettingsgraad van deze zilverwerkplaatsen maar dat is tot nu toe nog niet gelukt.

9. Kenniscentrum Zilver

Maatschappelijk effect

- Bevorderen van kennisoverdracht van het zilverambacht en zilverkunst.
(gerealiseerd)
- Promotiefilm in samenwerking met de zilervakschool
(niet gerealiseerd door wisseling directie)

Prestatie indicator

- Toegankelijkheid van het kenniscentrum voor studenten beschikbaar tijdens openstelling van het museum. (100% gerealiseerd)
- Voor het publiek alleen op afspraak.
(100% gerealiseerd)

Output

- Samenwerking met de Zilervakschool.
(gedeeltelijk gerealiseerd) Samenwerking in de SSA, extra deelname van vakscholieren, uitreiking young-award prijs.
- Gebruik van kenniscentrum door Vakschool is op langere termijn

Resultaat:

Kenniscentrum is hele jaar open geweest dankzij SSA tentoonstelling:

<https://zilvermuseum.com/schoonhovens-silver-award-2018/>

Gebruik door vakschool als leslokaal is op langere termijn i.v.m. directie wisseling

Kennisoverdracht d.m.v. 2 revitaliseringsprogramma's: Stokroos stipendium (Samenwerking Design en Ambacht, met nadruk op innovatie) en SSA (herwaardering van oude zilversmidstechnieken door hedendaagse smeden)

Inleiding:

Het Nederlands Zilvermuseum wil graag een actief en pro-actief museum zijn.

Wij hebben een prachtige en exclusieve collectie van zilveren objecten en gebruiksvoorwerpen.

Tevens zijn wij nauw verbonden met het ambacht zilversmeden.

Tot enkele jaren geleden moesten wij met lede ogen het krimpen van het aantal zilversmeden aanzien. Niet alleen door vergrijzing, maar ook door verminderde aanwas.

Langs de kant staan en toekijken was geen optie.

Eén van de speerpunten die wij hebben gedefinieerd is het revitaliseren van het ambacht, waardoor zilversmeden weer aantrekkelijk wordt voor jonge smeden en een nieuw élan ontstaat in het ambacht.

Revitalisering zilversmidsambacht

Eén van de programma's die wij hebben ingezet om vernieuwing van het ambacht van zilversmeden te bewerkstelligen is de Schoonhoven Silver Award. (SSA)

De SSA 2018 heeft als hoofdthema de herwaardering van oude technieken op een hedendaagse manier. Het doel is het behoud van immaterieel erfgoed door er nieuw leven in te blazen.

Laagdrempelige deelname

De SSA heeft tevens als doel om niet alleen de gerenommeerde smeden uit te nodigen, maar ook de jonge talenten. Hiertoe hebben wij voor de eerste inschrijving de mogelijkheid geschapen om ook concept ideeën en prototypes in te zenden.

Het resultaat was een recordaantal inschrijvingen van meer dan 90 deelnemers waaronder zo'n 25 jonge talenten.

Extra Resultaat:

Deelname als spreker in een internationale museum conferentie in Frankrijk over bevordering ambachten en kennis over ambachten

Acties Kenniscentrum

Permanente opstelling tijdens openingstijden

Toegang tot digital database van het Zilvermuseum (on-line en lokaal in het museum) (fondsen aangevraagd)

Wisselende tentoonstellingen ter bevordering van kennisoverdracht

Beoordeling college:

Voor 2018 is aan de prestatie indicator voldaan. Er is een promotiefilm met de Zilvervakschool gemaakt om studenten te werven. Het kenniscentrum was de afgelopen geopend tijdens de reguliere openingstijden van het museum.

10. Cultuureducatie

Maatschappelijk effect

- De leerlingen kennis laten nemen van de zilverindustrie in het kader van het cultureel en historisch erfgoed van Schoonhoven

Prestatie indicator

- In 2019 100% van de Schoonhovense basisscholen nadrukkelijk benaderd om een bezoek te brengen (gerealiseerd: ALLE Schoonhovense Scholen benaderd, alle scholen Krimpenerwaard, Iopikerwaard en gedeeltelijk Bommelerwaard)

Output

- Het museum ontwikkelt een plan voor cultuureducatie, met de ambitie om binnen 5 jaar structureel alle leerlingen in de gemeente te bereiken (ruimschoots gerealiseerd)

Resultaat:

Het Zilvermuseum heeft al meer dan 10 jaar wisselende plannen voor cultuureducatie. Met behulp van WEP plaatsing is er een actieve promotiecampagne en tele-marketing gestart als test-pilot.

5 jarenplan wordt verder ontwikkeld op basis van de volgende tentoonstellingen.

Resultaat is een sterke toename van scholen en BSO in 2019.

In 2018 had het museum in totaal 17 groepen van scholen op bezoek, inclusief bezoeken van de BSO, waar een speciaal aangepast programma voor is.

In 2019 kwamen er tot nu toe 19 scholen met een groep op bezoek.

Extra Resultaat:

Educatie programma per tentoonstelling ontwikkeld.

Speciale 9-weekse workshop voor BSO verder ontwikkeld op basis van langjarige ervaring en updating van educatieplan, en passend bij wisselende tentoonstellingen.

Acties Cultuureducatie

Doorzetten telemarketing

Verdere door-ontwikkeling meerjarenplan

Beoordeling college:

Het Zilvermuseum heeft alle scholen in de Krimpenerwaard gebeld en op de hoogte gebracht van het educatieve programma en dat heeft geleid tot toename van het aantal scholen. Hiermee wordt bijgedragen aan het gewenste maatschappelijk effect en nemen leerlingen kennis van de zilverindustrie.

11. Ontwikkeling Museum Digitaal 2.0

Maatschappelijk effect

- Museum is klaar voor de toekomst en het aantrekkelijk blijven voor jongere doelgroep.

Prestatie indicator

- Het museum spant zich in voor een grotere digitale presentatie.

Output

- Het museum gaat eerder promoten omtrent de aankomende tentoonstellingen via social media. (gerealiseerd) https://zilvermuseum.com/bezoeken/exposities/#category_id_33

- Dit wordt tevens mee genomen in de marketingstrategie.
(Nog te realiseren)

Resultaat:

Webpagina wordt up-to date gehouden
 Veel meer interactie via social media
 Zilver- Top- 100, die in samenwerking met het RKD is gerealiseerd is digitaal beschikbaar via de eigen website van het Zilvermuseum: <https://zilvermuseum.com/het-museum/collecties/>

Extra Resultaat:

Digitaal beschikbaar maken van de collectie is gerealiseerd voor de Zilver top 100 :
<https://zilvermuseum.com/het-museum/collecties/>
 Extra fondsen aangevraagd voor verdere digitale uitrol van onze collectie
 Collectie boeken gedigitaliseerd (op titel, auteur en onderwerp)

Acties Museum 2.0 Digitaal

Verdere digitale ontsluiting van de zilver-collectie
 Ontsluiting via Ad-lib (wereldwijde standaard voor digital collecties)
<https://alm.axiell.com/nl/collectie-management-software/producten/adlib/>

Beoordeling college:

Het Zilvermuseum spant zich in voor een grotere digitale presentatie van de collectie en heeft daarmee voldaan aan de prestatie indicator 2018. Het college ziet momenteel niet dat het Zilvermuseum daarmee klaar is voor de toekomst en daarmee aantrekkelijk blijft voor jongeren.

12. Vrijwilligers inzet

Maatschappelijk effect

- Continuïteit van het vrijwilligersbestand bevorderen.
- Bevorderen van vrijwilligerswerk in het algemeen.
- Bevorderen vrijwillige inzet – zoveel mogelijk mensen laten deelnemen aan maatschappelijke activiteiten – vanuit de participatiegedachte.

Prestatie indicator

- Het museum heeft tussen de 60 en 70 vrijwilligers.

Output

- Het museum werft via folders, website, en doen mee met “Loop eens binnen bij bedrijven” en via de welzijnsstichting. (gerealiseerd)
- Vrijwilligers een zinvolle bijdrage laten leveren.
(gerealiseerd)

Resultaat:

Aantal vrijwilligers is wisselend rondom de 65 personen.
 Vrijwilligers zijn: ouderen na een werkzaam leven, mensen met afstand tot de arbeidsmarkt, vervroegd gepensioneerden, gedeeltelijk arbeidsongeschikten, statushouders etc.
 Er worden werkzaamheden gezocht, op maat, passend bij de persoon, uitdagend en leerzaam voor de persoon.
 Als het een WEP plaatsing betreft wordt specifiek gekeken naar werkzaamheden die aansluiting met de arbeidsmarkt bevorderen

Extra Resultaat:

Er worden werkzaamheden gezocht, op maat, passend bij de persoon, uitdagend en leerzaam voor de persoon.
 Als het een WEP plaatsing betreft wordt specifiek gekeken naar werkzaamheden die aansluiting met de arbeidsmarkt bevorderen.
 Verschillende WEP plaatsingen zijn doorgegroeid naar (gedeeltelijk) betaalde functies.

Er wordt geen onderscheid gemaakt naar leeftijd of afkomst. Gemotiveerdheid is het belangrijkste.

Door middel van sociale (analoge) activiteiten worden de vrijwilligers bij het museum betrokken.

Acties versterken Vrijwilligers inzet

- Continue zoeken naar nieuwe vrijwilligers, middels folder bij de kassa en
- “Loop een binnen bij bedrijven dagen”
- Gebruik van vrijwilligersbank op de website gemeente

Beoordeling college:

Het Zilvermuseum toont met betrekking tot de vrijwilligers een grote maatschappelijke betrokkenheid en verantwoordelijkheid. Het aantal vrijwilligers is conform de prestatie indicator.