

Schoonhoven, 15 mei 2019

Aanvulling op begeleidende brief over prestatieafspraken Nederlands Zilvermuseum Schoonhoven.

Hoe gaat het met het Nederlands Zilvermuseum? (met gedeeltelijke samenvatting uit het jaarverslag 2018)

Onderzoek door bureau Lawson-Luiten bracht aan het licht dat het Nederlands Zilvermuseum het lang niet slecht doet ten opzichte van vergelijkbare musea. Versterking op het gebied van marketing-communicatie en fondsenwerving zijn succesfactoren voor de toekomst.

Het Nederlands Zilvermuseum weet zich hierin gesteund door de gemeenteraad van de Krimpenerwaard. Zilvermuseum en de Zilverstad zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden.

Beleidsplan Nederlands Zilvermuseum

Door het bestuur wordt hard gewerkt aan een beleidsplan voor de lange termijn. Hierbij kijken wij naar verbreding van het museale aanbod, om meer verschillende doelgroepen aan te trekken. Wij kijken naar mogelijkheden om een langer verblijf van de bezoekers te bewerkstelligen, en daarmee een dagje in de Krimpenerwaard aantrekkelijker te maken. Wij kijken naar uitbreiding van het Zilvermuseum om het bredere aanbod te kunnen realiseren.

Echter, wij willen ons beleidsplan nadrukkelijk koppelen aan het Cultuurbeleid/plan van de Gemeente, en het plan voor de ontwikkeling van de binnenstad van Schoonhoven. Wij geloven absoluut in de kracht van samenwerking met andere partijen om cultuur en toerisme tot een succes te maken.

Versterking zakelijke functies

- Samen met bureau Courante (die ook voor de Gemeente werkt aan het cultuurplan) is een onderzoek gedaan naar de zakelijke functies en op basis daarvan worden de marketingplannen en fondsenwervingsplannen versterkt. (zie korte samenvatting in de bijlage)
 - Fondsenwerving (met als doel om meer geld binnen te halen voor het maken van de tentoonstellingen)
 - Marketing en promotie (met als doel bredere groep bezoekers en hogere aantallen bezoekers binnen te halen)
 - Solide financiële administratie.

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. De resultaten van het onderzoek vormen mede de basis voor het beleidsplan, het marketingplan en het fondsenwervingsplan.

- Courante hoopt deze zomer met een eerste versie van het marcom-plan te komen, maar de finalisering daarvan is, evenals de lang termijn beleidsvisie, afhankelijk van de cultuurnota van de gemeente. Zonder deze gedeelde visie heeft het museum geen door de gemeente geaccepteerde beleidsdoelen als houvast (Rapport Lawson-Luiten, p. 13, Relatie met gemeentelijk beleid).

Fondsenwerving

Er is een fondsenwerver / relatiebeheerder aangetrokken op tijdelijke basis. Hiermee hebben wij de mogelijkheid om breder en vooral eerder fondsen te werven. Het beheer van de relaties is vooral gericht op de lange termijn, waarbij wij meer mensen proberen te verbinden aan het Zilvermuseum en daarmee de kansen op langdurige bruiklenen, schenkingen giften te vergroten. Concrete resultaten zijn :

- een brede aanvraag voor de dekking van de volgende tentoonstelling,

- toekenningen ondersteuning van tentoonstelling Dynastie.
- eerste aanvraag voor een meerjarig programma bij Stichting Mondriaan,
- Toekenning restauratiefonds voor zilverrestauratie.
- Toekenning on-line beschikbaar maken van de collectie

Marketing en promotie

Er is een marketing deskundige aangetrokken op tijdelijke basis. Gewerkt wordt aan verbreding van de doelgroepen. Inclusiviteit en verschillende culturele achtergronden zijn de nieuwe fundamenteën in museumland. Voor de tentoonstelling “Boudoir”(maart 2020) wordt er vol ingezet om deze nieuwe doelgroepen te interesseren.

Solide financiële administratie

Er is geïnvesteerd in een nieuw boekhoud systeem, ter vervanging van het oude systeem.

Er is een ervaren boekhouder/administrateur aangetrokken op tijdelijke basis ter versterking van de administratie.

De administratie is ingericht volgens een project organisatie, hiermee worden de tentoonstellingskosten transparant gescheiden van overige kosten.

Zie ook verder in de nadere toelichting op de cijfers 1^e kwartaal

Nadere toelichting op de cijfers 1^e kwartaal 2019

Het resultaat over het 1^e kwartaal 2019 bedroeg € 4.500 negatief (2018: € 28.000 negatief). In de begroting over geheel 2019 is uitgegaan van een resultaat van nihil.

De begroting is niet gefaseerd per kwartaal

.

Bezoekersaantallen

Het aantal bezoekers over het 1^e kwartaal bedroeg 3.936. Dit is ruim 31% meer dan het 1^e kwartaal 2018.

Hierbij dient opgemerkt dat het 1^e kwartaal 2018 atypisch was wegens verbouwing aan de overzijde van het museum. In vergelijking met 2017 blijft het bezoekersaantal redelijk stabiel. In vergelijking met 2016 is wederom sprake van een stijging.

	1 ^e kwartaal	Geheel
2016	3.418	23.298
2017	4.078	20.022
2018	3.014	20.204
2019	3.936	

Voor geheel 2019 wordt uitgegaan van 23.500 betalende bezoekers. Dit ligt in lijn met 2016. In bijgaande sheet waarin de bezoekers per maand worden gespecificeerd treft u een nadere onderbouwing van deze 23.500 aan. Veel hangt uiteraard af van niet te beïnvloeden factoren, en veel hangt ook af van het succes van de nieuwe tentoonstelling.

De gemiddelde entreprijs per bezoeker bedraagt over Q1 2019 € 4,57. In de begroting werd rekening gehouden met € 5,13. Deze daling is het gevolg van een verschuiving in de ‘mix’ betalende bezoekers en gratis bezoekers. Wij merken hierbij op dat de ‘totale inkomsten per bezoeker’ € 8,62 bedragen (begroting € 8,62, 2018: € 8,29). Dit bedrag betreft de inkomsten uit entreegelden, koffiecorner en winkel gedeeld door het totaal aantal bezoekers. Het bestuur is derhalve van mening dat de forecast van de inkomsten uit entreegelden, winkel en koffiecorner over geheel 2019 niet behoeft te worden bijgesteld.

De overige inkomsten zijn in lijn met de begroting.

Kosten

De kosten exposities zijn in het 1^e kwartaal laag. Dat wordt verklaard doordat voor de lopende tentoonstelling (Design by nature) nagenoeg geen kosten meer zijn gemaakt. In het 2^e kwartaal zullen deze kosten toenemen vanwege het afbreken van deze tentoonstelling en het opbouwen van de nieuwe tentoonstelling. De inkomsten uit hoofde van fondsen zullen gerapporteerd worden in de periode waarin ook de kosten worden verantwoord.

Besteding bestemde subsidie “versterking museum”

Aan het boekjaar 2018 is een bedrag van € 30.000 subsidie toegerekend. Hiervan was € 21.000 besteed, de resterende € 9.000 is gereserveerd voor 2019. In 2019 is aan het 1^e kwartaal € 15.000 van de ontvangen subsidie toegerekend. De besteding luidt als volgt:

	2018	2019 Q1
Onderzoek strategische positie (Courante)	16.200	5.309
Reservering werkzaamheden Q4 2018 en Q1 2019 Courante	9.339	(6.038)
Versterking financiële administratie	1.575	5.625
Versterking Markering functie	0	5.682
Versterking Fondsenwerving	2.886	4.422
Totaal	30.000	15.000

De jaarrekening 2018 is voorzien van een samenstellingsverklaring. Ingevolge de subsidievoorwaarden dient de jaarrekening ‘beoordeeld’ te worden. Een beoordelingsverklaring heeft geen toegevoegde waarde. De cijfers veranderen namelijk niet, de accountant zal slechts mededelen dat “hem niet is gebleken dat de jaarrekening onjuistheden bevat”. Het bestuur acht het van belang erop te wijzen dat de penningmeester een RA titel heeft. De titel brengt met zich mee dat de penningmeester gehouden is aan gedrags- en beroepsregels. Hierdoor zijn wij van mening dat de interne opgestelde cijfers een hoog betrouwbaarheidsgehalte hebben. Tevens merken wij op dat de accountant de beoordelingsopdracht gaat uitvoeren over het boekjaar 2018. Inmiddels heeft het museum zowel organisatorisch als financieel in 2019 grote stappen gezet ter versterking en kwalitatieve verbetering van de organisatie. Het beeld dat de accountant krijgt bij beoordeling van de organisatie in 2018 is daardoor naar onze mening achterhaald en minder relevant. Om bovenstaande redenen achten wij het niet zinvol € 6.000 extra uit geven voor het uitvoeren van een beoordelingsopdracht.

De versterking van de administratie heeft geleid tot een moderne administratie “in-the-cloud” Tevens worden de werkzaamheden die door de huidige administrateur werden uitgevoerd nu door een professionele boekhouder uitgevoerd. Dit is deels een substitutie, aan de andere kant wordt de vrijgekomen tijd van de vorige boekhouder ingezet op een betere beheersing van de voorraadadministratie.

De versterking van de marketingfunctie moet tot een betere naamsbekendheid en een beter bereik op het gebied van social media. Dit moet uiteindelijk tot een structurele stijging van de bezoekers leiden.

De versterking van de fondsenwerving heeft een tweeledig doel: enerzijds meer betrokkenheid en kwalitatief betere, en kwantitatief meer aanvragen, en anderzijds meer betrokkenheid bij het afleggen van verantwoording. Hierdoor wordt tijd van de directie vrijgespeeld die zich dan meer kan richten op beleidsmatige taken.

Liquiditeitspositie

Vanwege de vooruit ontvangen bedragen is de liquiditeitspositie van het museum per 31 maart 2019 goed.

Inhoudelijk en profilering van het Nederlands Zilvermuseum.

Positionering

Ook in het museale veld heeft het Nederlands Zilvermuseum haar positie flink kunnen verstevigen. De Vereniging Rembrandt heeft de mooiste aankopen van de laatste 10 jaar geselecteerd uit 40 van de 680 geregistreerde Nederlands Musea, vol trots stond het Nederlands Zilvermuseum naast Rijks gesubsidieerde musea.

In een reeks van 10 lezingen in het Kröller-Müller museum, mocht ook het Nederlands Zilvermuseum in een selecte groep van 40 musea haar verhaal te vertellen.

Tentoonstelling FEEST!

Het 80-jarig bestaan van het Nederlands Zilvermuseum en de 40 jarige aanwezigheid in Schoonhoven werd gevierd met de grootse tentoonstelling “FEEST!”. 190 objecten werden uitgeleend door het Franse zilverbedrijf Christofle. Nog nooit had Christofle zo’n grote tentoonstelling gehad buiten Frankrijk. Deze tentoonstelling werd geopend door Alexander Pechtold, samen met burgemeester Cazemier van de gemeente Krimpenerwaard.

Tentoonstelling Designed by Nature

In vele opzichten een bijzonderheid; voor Design by Nature hebben wij 349 objecten in bruikleen genomen. De positionering van Nederlands Zilvermuseum stelt ons in staat om bijzondere stukken te lenen bij Rijksmusea en de Koninklijke verzamelingen.

Designed by Nature gericht op een breder publiek. Hiertoe hebben wij 125 opgezette dieren uit de Krimpenerwaard en Nederland in de expositie verwerkt, aan de muren hangen fotografische vergezichten van de Krimpenerwaard.

Maatschappelijke verantwoordelijkheid

Het Nederlands Zilvermuseum is een factor van belang voor de samenleving. Wij bieden aan 65 vrijwilligers en mensen met afstand tot de arbeidsmarkt een zinvolle besteding van hun tijd. Wij kijken altijd naar een respectvolle win-win situatie tussen de vrijwilliger en het museum. Juist daardoor krijg je zeer gemotiveerde mensen die met plezier telkens terug komen om hun steentje bij te dragen.

Met trots kunnen wij melden dat verschillende mensen weer aansluiting gevonden hebben op de arbeidsmarkt.

Verbreding van de doelgroepen door internationale samenwerking

Naast het maken van aansprekende tentoonstellingen kijkt het Nederlands Zilvermuseum ook naar de verre toekomst: een bezoek dat werd gebracht aan de Zilverstad Freiberg in Duitsland maakt deel uit van een lange termijn beleid om een groter en breder Zilvermuseum te kunnen worden. We zien namelijk dat het Nederlands Zilvermuseum vooral bezocht wordt door dames. Een uitbreiding met bijvoorbeeld zilvermijnbouw is een relevante toevoeging aan het tonen van de zilvercollectie. Zo'n soort tentoonstelling zou meer aansprekend kunnen zijn voor de mannelijke bezoekers. Museum Freiberg biedt ons de mogelijkheid voor 2 jaar om hun collectie ten toon te stellen.

Revitalisering van 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.

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. Het revitaliseringsprogramma bestaat uit 2 onderdelen: De Schoonhoven Silver Award (SSA) en het Stokroos Stipendium. De banden met de vakschool zijn versterkt en het aantal zilversmeden kruipt voorzichtig omhoog.

Vernieuwing van de SSA (Schoonhoven Silver Award)

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.

SSA 2018 had een recordaantal inschrijvingen van meer dan 90 deelnemers waaronder zo'n 25 jonge talenten.

Stokroos

In dit programma wordt de samenwerking tussen Designers en vakmensen gestimuleerd. Dit brengt nieuwe inzichten en nieuwemethodes naar voren, met respect voor het oude ambacht. Innovatie in het eeuwenoude vak is het resultaat.

Bezoekers

Het feit is dat maar liefst 90% van de bezoekers van buiten de gemeentegrenzen naar Schoonhoven komt.

En passant wordt dan ook nog 8 tot 15 maal het entreegeld uitgegeven door bezoekers in de nabijheid van het museum.

Het hele hoge percentage van 62% Museum Jaarkaart bezoekers (landelijk rond 23%) laat zien dat het Nederlands Zilvermuseum in staat is om ervaren museumbezoekers naar Schoonhoven te trekken. Een punt van zorg echter is het gestaag teruglopende toerisme en toeristisch aanbod in de stad.

Samenwerking

- Samenwerking met het Gilde omtrent de tentoonstelling in het Zilverweekend 2018: mooie tentoonstelling met werk van de Schoonhovense Zilversmeden.
- Samenwerking met Stadswandeling en Rikkoert: stadsrondje zilver.
(gerealiseerd) <https://zilvermuseum.com/rondleidingen/> de rondleiding voert door de

hoogtepunten van de stad en langs museum en werkplaatsen, tot slot shoppen bij de grootse juwelier van Nederland, Rikkoert.

- Samenwerking met musea in de omliggende gemeenten: Oudewater en Gouda. Concreet: "programma Keuren in de Waard" heksen keuren, touwe keuren en zilver keuren.
- Samenwerking met musea in Haastrecht en Krimpen aan den IJssel.
(Wordt op basis van Oudewater gerealiseerd)
- Samenwerking met Zuid-Hollands Landschap: wederzijdse publicaties en lezersaanbieding via ledenblad Zuid-Hollands landschap.
- Samenwerking met Streek archief: uitwisseling kennis, en bruiklenen uit archief
- Het museum is ANWB fietspunt: fietsen kunnen gerepareerd worden in het museum en accu's graite opgeladen
- Samenwerking met Landal Greenparks (Reeuwijk): ingekocht op landal greenparks pas, aanbiedingen i.c.m. overnachtingen
- Samenwerking met lokale ondernemers via de Vereniging Ondernemers Centrum, nu omgezet in BIZ; initiatieven moeten zich nog ontplooien, maar gaan over het versterken van ondernemerschap door samenwerking
- Samenwerking met Stichting Marketing en Promotie Krimpenwaard. (idem BIZ, maar dan Krimpenwaard breed)

Scholen en kinderen

- het aantal scholieren uit de Krimpenwaard dat het museum bezoekt is zeer aanzienlijk gestegen, doordat we via direct marketing de scholen benaderen. Informatie wordt nagestuurd.
- Aantal kinderen is met factor 4,5 toegenomen. Kinderen zijn weliswaar gratis, maar komen altijd met begeleiders en/of ouders. Verkoop activiteiten voor kinderen neemt ook evenredig toe, omdat ze al gratis naar binnen kunnen. Onder aan de streep heeft dit extra bezoekers en inkomsten opgeleverd.

Bijlage:

Samenvatting resultaten externe inventarisatie Nederlands Zilvermuseum Schoonhoven

In het 4e kwartaal van 2018 en het 1ste kwartaal van 2019 heeft Courante in opdracht van de directeur Marcel Teheux een externe inventarisatie uitgevoerd. De methode van inventarisatie is kwalitatief (diepte-interviews). Het doel is om ideeën te inventariseren die als input dienen voor de gewenste ontwikkeling van het Zilvermuseum. In deze periode zijn met 16 gesprekspartners interviews geweest. Zoals afgesproken treft u een samenvatting aan van de rapportage. Het aantal non response was slechts 2. Het Nederlands Zilvermuseum Schoonhoven is in de presentatie afgekort tot het Zilvermuseum. In het algemeen geldt dat de gesprekken zowel kritische als opbouwende informatie hebben opgeleverd en er potentie is voor de toekomst van het museum.

Beeld bij het Zilvermuseum

Klein museum met tentoonstellingen/collectie met zilveren gebruiksvoorwerpen. De zilveren gebruiksvoorwerpen hebben in de huidige tijdgeest minder het aanzien dan toen ze zijn vervaardigd. Het hebben van zilveren voorwerpen (zilveren broodmand, bestek, etc.) had tot halverwege de 20ste eeuw status. Bij liefhebbers en verzamelaars is dit nog het geval, veelal uit liefde voor het edelmetaal zilver en het ambacht waarmee het is gemaakt. Het onderwerp zilveren gebruiksvoorwerpen is interessant voor een specifieke doelgroep.

Gebouw

Het gebouw oogt donker en gesloten. De routing in de stad naar het museum en ook de zichtbaarheid van het museum in de stad kunnen beter.

Communicatie

Meer nieuws, zowel on- als offline vanuit het museum is aan te bevelen. Ook om andere doelgroepen te bereiken. Het museum heeft een zware periode achter de rug, dat heeft ook in de media gestaan.

Beeld bij de organisatie

De nieuwe directeur mag meer bekendheid krijgen in de stad maar ook bij het bedrijfsleven in de Krimpenerwaard. Voor draagvlak is het nodig dat dit steviger wordt ingezet. Het beeld bij de organisatie is een klein team met vaste medewerkers en dat er veel vrijwilligers betrokken zijn bij het museum.

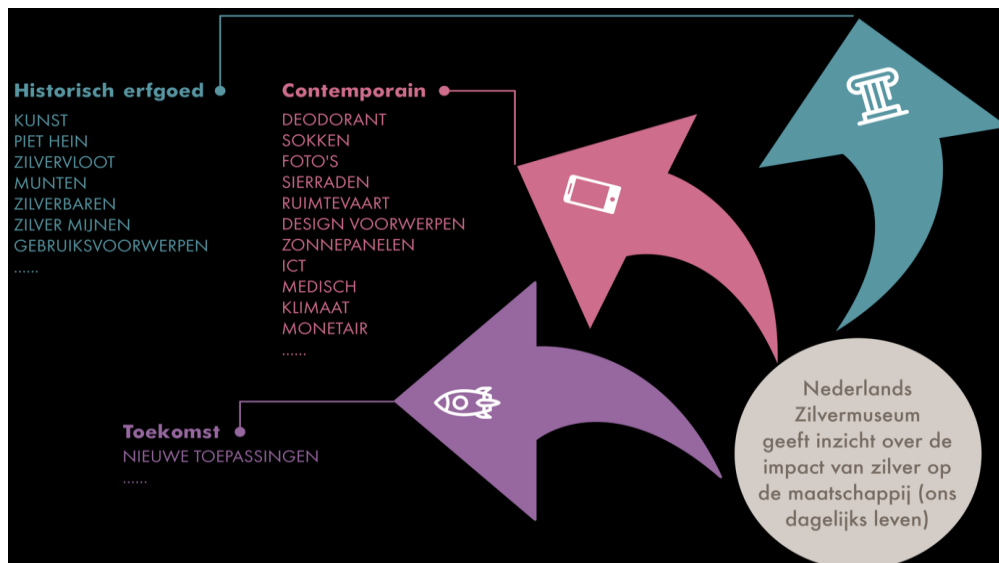
Toekomst

De naam Nederlands Zilvermuseum schept verwachtingen. De verwachting is boeiende en betekenisvolle presentaties/expo's/lezingen/verhalen over het edemetaal zilver, maar ook hoe zilver wordt verwerkt en voor welke toepassingen het wordt gebruikt. Dit door de tijd heen. Verhalen verbinden verleden, heden en toekomst. Vertel ook het verhaal over de historie van de stad Schoonhoven in relatie tot waarom juist hier de zilverindustrie zo heeft gefloreerd. Laat de huidige focus op de fysieke collectie los door te kiezen voor de impact van het materiaal zilver op de samenleving verpakt in eigentijdse verhalen. In deze tijd van online is het net zo relevant ook het online verhaal over zilver betekenis vol neer te zetten. De verwachting van de respondenten is dat een dergelijke invulling van het museale concept een breder en ook jonger publiek zal aanspreken en daarmee toekomstgericht is.

De gesprekken hebben daarnaast ook waardevolle suggesties en aanbevelingen opgeleverd over mogelijke locaties van het museum, het opbouwen van een netwerk, mogelijke samenwerkingspartners, het ambacht en ontwikkeling van zilvermeden, de stad Schoonhoven, toerisme, bereikbaarheid en pr van Krimpenerwaard.

De rode draad van het Nederlands Zilvermuseum Schoonhoven

Het Nederlands Zilvermuseum geeft inzicht over de impact/betekenis van zilver op de maatschappij (ons dagelijks leven), verleden, heden en toekomst. Verbeeld in onderstaande infografic.



Tot slot

De komende tijd zal het bestuur keuzes maken en de suggesties uitwerken tot één totaal concept, dat vervolgens afgestemd kan worden met het gemeentelijk beleid. Zoals het bestuur heeft overlegd met de wethouder en de burgemeester, wil het museum niet nogmaals eenzijdig een toekomstvisie ontwikkelen waaraan de gemeente zich niet committeert (Lawson-Luiten, p.14) maar inzetten op het wederzijdse belang dat museum en gemeente bij elkaar hebben.

Graag houden wij u op de hoogte van deze belangrijke stappen voor de ontwikkeling van het Nederlands Zilvermuseum.

Mede namens het bestuur van de Stichting Nederlands Zilvermuseum,

Marcel Teheux, Directeur