

nationaal vlechtmuseum noordwolde



beleidsplan
2014 - 2018

Inhoud

1. Samenvatting en strategische doelstellingen	3
2. Inleiding	6
2.1 Terugblik 2008 - 2013	6
2.2 SWOT-analyse	7
2.3 Energiek Noordwolde	8
2.4 Het publiek	9
2.5 Profiel: missie en visie	10
2.6 Maatschappelijke betekenis van het museum	11
3. Collectie	13
3.1 Beschrijving en waardering	13
3.2 Ontsluiting en onderzoek	15
3.3 Behoud en beheer	16
3.4 Collectievorming: verrijken en ontzamelen	16
3.5 Kerndoelstellingen	17
4. Publiek	18
4.1 Samenstelling en omvang	18
4.2 Vaste presentatie	18
4.3 Tijdelijke tentoonstellingen	19
4.4 Kenniscentrum en vlechtopleiding	20
4.5 Educatie	21
4.6 Publieksactiviteiten	22
4.7 Marketing en communicatie	23
4.8 Kerndoelstellingen	24
5. Bedrijfsvoering	25
5.1 Huisvesting en veiligheid	25
5.2 Personeel en organisatie	25
5.3 Het Nederlands Museumregister	26
5.4 Financiën	27
5.5 Kerndoelstellingen	27

1. *Samenvatting en strategische doelstellingen*

Het Nationaal Vlechtmuseum heeft zich sinds de opening in 2001 ontwikkeld tot een volwaardig museum met (inter)nationale betekenis. Het vertelt een uniek verhaal: de geschiedenis van het vlechten in relatie tot de (sociaal-economische) geschiedenis van Noordwolde, het vlechtendorp van Nederland.

Het heeft een collectie bijeengebracht die uniek in Nederland en uitzonderlijk in de wereld is. De collectie is geregistreerd en zal in 2014 digitaal worden ontsloten. Het museum is ondergebracht in een prachtig rijksmonument: de Rijksrietvlechtschool uit 1912. Het gebouw is het belangrijkste object in de collectie en vormt de basis van het verhaal dat het museum vertelt. De Rijksrietvlechtschool was de bakermat van het vlechtambacht in Nederland. Ambacht en kunst waren er op een indrukwekkende wijze geïntegreerd.



Vlechtlokaal



Het Nationaal Vlechtmuseum

Daarom wil het museum niet alleen de kennis over het vlechtambacht bewaren, doorgeven en ontwikkelen, maar het vlechten levend houden en ontmoetingsplaats en inspiratiebron zijn voor liefhebbers, ambachtslieden, ontwerpers en kunstenaars.

Daar is het museum in de afgelopen jaren uitstekend in geslaagd: het organiseert jaarlijks circa vier tijdelijke tentoonstellingen, het is een landelijk kennis- en opleidingscentrum op het gebied van het vlechtambacht, het heeft een goede (inter)nationale naam in de museumwereld en in die van het ambacht en design en een uitstekend (inter)nationaal netwerk. Hoewel de bezoekersaantallen sinds de opening wel zijn teruggelopen, trekt het museum jaarlijks circa 10.000 bezoekers. Het museum heeft sinds 2003 de status van geregistreerd museum.

Het museum heeft een belangrijke maatschappelijke betekenis. Het bewaart en presenteert voorwerpen en bijbehorende verhalen over de geschiedenis van het dorp. Samen vormen deze de identiteit van Noordwolde. Het is een ideale omgeving om te leren, voor jong en oud, individueel en in groepsverband (onderwijs). Het museum stimuleert de creativiteit van bezoekers met verschillende presentatievormen en activiteiten. Mensen krijgen de kans hun vaardigheden en talenten te ontwikkelen met vrijwilligerswerk, reïntegratietrajecten, stages en educatieve projecten. Het museum brengt ook plezier en ontspanning en verwijst toeristen naar plaatsen in de omgeving van het museum waar zij kunnen recreëren. Het verhaal over het vlechten verbindt Noordwoldigers op een unieke manier met toeristen, recreanten én vlechtliefhebbers. Het museum heeft ook een economische waarde: het brengt reuring in het dorp, het is een levendige plek die Noordwolde (inter)nationale bekendheid geeft en publiciteit, geld en kwaliteit genereert. Het trekt toeristen en recreanten en draagt bij aan de vitaliteit van de omgeving.



Mary Butcher



Mandsculptuur An Lanckman

Het bestuur, de medewerkers en vrijwilligers zijn trots op de behaalde resultaten.

Toch is er grote zorg over de toekomst. Het museum wil vasthouden wat is bereikt én zich verder ontwikkelen: het wil het unieke verhaal de komende jaren veel beter (kunnen) vertellen en zich veel meer richten op het publiek. Het museum moet aantrekkelijker worden, met de uitstraling van een museum, met een uitnodigende entree en een aantrekkelijk plein, een nieuwe museale presentatie en goede facilitaire voorzieningen voor publiek en medewerkers. Het museum wil publieksonderzoek doen en op basis van een strategisch marketing- en communicatiebeleid beter kunnen inspelen op de wensen en verwachtingen van het publiek.

Het museum wil het cultuurhistorisch én cultuurtoeristisch centrum van de regio zijn. Dat sluit prachtig aan bij de wens van de gemeente om Noordwolde te revitaliseren en 't Vlechtwerk - waarin het museum is ondergebracht - opnieuw in te richten. Samen met de gemeente wil het museum graag een plan maken om het museum beter te profileren en te onderzoeken welke publieksfuncties beter elders in 't Vlechtwerk ondergebracht kunnen worden (receptie, garderobe, museumwinkel, horeca, cultuurtoeristisch informatiecentrum en ontvangstruimte voor groepen). In het informatiecentrum kan het museum het verhaal van het vlechten op een voor toeristen interessante manier verbinden met de verhalen van zuidoost Friesland (vervening) en de Koloniën van Weldadigheid. Zo ondersteunt het museum de gemeente in het streven naar een Werelderfgoednominatie van de koloniën.

Om het beleid voor de komende jaren te kunnen realiseren zijn een goed ingerichte organisatie, een efficiënte bedrijfsvoering en een stabiele financiële basis noodzakelijk. Een dekkend exploitatiesubsidie van de gemeente Weststellingwerf is daarbij onmisbaar. Daarnaast streeft het museum naar een verhoging van de eigen inkomsten door samenwerking met strategische partners (cultuur, natuur en toerisme) en een lange termijn fondswervingsstrategie.

Strategische doelstellingen

- Het museum beter profileren en aantrekkelijker maken voor het publiek.
- Publieksonderzoek doen en een strategisch marketing- en communicatiebeleid ontwikkelen.
- Samen met de gemeente Weststellingwerf een plan maken voor de ontwikkeling van het museum tot het cultuurhistorisch en cultuurtoeristisch informatiecentrum van Noordwolde en omgeving. Belangrijke onderdelen zijn de herinrichting van het museum, het vernieuwen van de vaste presentatie met meer aandacht voor de (sociaal-economische) geschiedenis van Noordwolde en het onderbrengen van andere publieksfuncties elders in 't Vlechtwerk.
- Het museum meer draagvlak geven in Noordwolde. Verhalen over de geschiedenis van een plaats zorgen voor verbondenheid van inwoners met hun omgeving en stimuleren de zorg daarvoor. Het verhaal van het vlechten is voor veel Noordwoldigers beladen. Het museum wil het verhaal genuanceerd vertellen en Noordwoldigers het gevoel geven dat het 'hun' verhaal en 'hun' museum is. Een museum waar ze trots op kunnen zijn en waar ze familie en vrienden mee naar toe nemen. Zij zijn de ambassadeurs van het museum.
- Het verhaal over het vlechten verbindt Noordwoldigers bovendien op een unieke manier met toeristen en recreanten en met liefhebbers, ambachtslieden, ontwerpers en kunstenaars.
- Zorgen voor een goed ingerichte organisatie, een efficiënte bedrijfsvoering en een stabiele financiële basis, in nauwe samenspraak met de gemeente.
- De status van geregistreerd museum handhaven. (2015)

2. Inleiding

2.1 Terugblik 2008-2013

Het museum heeft zich in de afgelopen jaren ontwikkeld tot een volwaardig museum met (inter)nationale betekenis: een museum met een uniek verhaal, een prachtige collectie, een unieke accommodatie, een kennis- en opleidingscentrum, een plek waar nieuwe ontwikkelingen worden gestimuleerd met behoorlijke bezoekersaantallen en (inter)nationale erkenning in de museale wereld en het vlechtambacht.

Jaarlijks bezoeken circa 10.000 mensen het museum. De collectie is geregistreerd, het museum organiseert jaarlijks circa vier tijdelijke tentoonstellingen, een groot aantal workshops / cursussen / masterclasses, educatieve projecten voor het basisonderwijs en tal van publieksactiviteiten, heeft een nieuwe website en is het toeristisch informatiepunt van Noordwolde. De personeelsformatie kon dankzij een verhoging van het gemeentelijk subsidie in 2009 worden uitgebreid tot 1,8 FTE. Het museum is een belangrijke reïntegratieplaats voor de gemeente geworden: twee medewerkers ondersteunen samen met een WIW'er de beroepskrachten. Dankzij een succesvolle wervingscampagne in 2013 werken circa 50 vrijwilligers in het museum.

Desondanks zijn er bedreigingen die, als er niets mee gedaan wordt, het bestaan van het museum op niet al te lange termijn op het spel kunnen zetten. Het gaat om de volgende bedreigingen c.q. uitdagingen:

Publiek

Het museum is niet meer aantrekkelijk voor het publiek. De vaste opstelling is niet meer aangepast sinds de opening van het museum in 2001. De presentatie besteedt te weinig aandacht aan de (sociaal-economische) geschiedenis van Noordwolde en is te weinig op beleving gericht; moderne presentatiemiddelen ontbreken. De tentoonstellingsruimte is klein en te sober om de kwaliteit van de collectie en de tentoonstellingen goed tot zijn recht te laten komen. Er is geen cursusruimte (werkplaats) en ook de facilitaire ruimten hebben een facelift nodig. Het museum heeft geen goed functionerende horecaruimte.

Het museum kén't zijn publiek ook niet goed. Het doet geen publieksonderzoek en heeft geen strategisch marketing- en communicatiebeleid. Het kan daardoor niet goed focussen op de wensen en verwachtingen van de belangrijkste doelgroepen.

Het aantal bezoekers loopt terug, hoewel het museum het in vergelijking met de omringende musea nog steeds goed doet. Het succes van Museum Dr8888 - ook een museum dat (inter)nationale aspiraties combineert met een regionale rol - laat zien wat focus en een goede investering in personeel, presentatie en marketing kunnen opleveren.

Financiën

Het museum heeft een zwakke financiële basis. Die basis was al smal en is door de tekorten van de afgelopen jaren verder verslechterd. Het structureel subsidie van de gemeente is laag (51%), ondanks de verhoging in 2009, en steekt schril af bij dat van omliggende musea (70-90%). Daardoor is de afhankelijkheid van variabele inkomsten (te) groot. Een strategisch fondswervingsplan ontbreekt, maar gezegd moet worden dat het moeilijk fondsen werven is bij een zo laag eigen budget voor publiciteit, tentoonstellingen en activiteiten. Het museum heeft in 2013 wel sponsorbeleid vastgesteld en een plan van aanpak voor sponsoring gemaakt.

Personeel

Het museum is ondanks de uitbreiding van de personele formatie nog steeds kwetsbaar. Ook in formatief opzicht is het verschil met de musea in Heerenveen en Drachten nog steeds groot: de formatie is daar ruim twee keer zo groot. De werkdruk is hoog, salarissen zijn niet marktconform en goede secundaire arbeidsvoorwaarden ontbreken. Vrijwilligers kunnen weliswaar nog meer voor uitvoerende werkzaamheden worden ingezet maar beroepskrachten niet vervangen. Met name voor de profilering van het museum, de ontwikkeling als cultuurhistorisch / cultuuroeristisch centrum en het aangaan van samenwerking met nieuwe strategische partners in de regio is een beroepskracht op het gebied van marketing / communicatie onmisbaar.

2.2 SWOT-analyse

De SWOT-analyse geeft de sterke en zwakke punten van het museum weer in vergelijking met andere musea of organisaties en brengt de kansen en bedreigingen in kaart.

Sterke punten

- Het museum vertelt een uniek verhaal: de geschiedenis van het vlechten
- De collectie is uniek in Nederland en uitzonderlijk in de wereld
- Huisvesting in een prachtig rijksmonument: de Rijksrietvlechtschool uit 1912
- Uniek kennis- en opleidingscentrum op het gebied van het vlechtambacht
- Flexibele en gemotiveerde medewerkers
- Conservator die internationaal is opgeleid en erkend vlechtster en docente is
- Het museum heeft een goede naam in de wereld van het (vlecht)ambacht en design
- De gemeente erkent het belang van het museum en wil het subsidiëren
- Ligging in een toeristisch interessant gebied
- Het museum is het toeristisch informatiepunt en de enige slechtweervoorziening in Noordwolde

Zwakke punten

- De personele bezetting is krap en kwetsbaar
- Kwetsbare financiële situatie
- Geen goede functiescheiding bestuur en medewerkers
- Het museum heeft geen goed kwaliteitssysteem (planning- en controlcyclus)
- Werkprocessen ontbreken waardoor inefficiënt wordt gewerkt
- Er is geen vrijwilligersbeleid, de aansturing van vrijwilligers kan beter
- Het museum kent zijn bezoekers niet goed (samenstelling, motivatie en tevredenheid)
- Er is geen strategisch beleid op het gebied van marketing en communicatie
- Geen lange termijnstrategie voor fondsen- en sponsorwerving
- Onoverzichtelijke routing in het museum
- De vaste presentatie is zeer gedateerd
- In de vaste presentatie is te weinig aandacht voor de (sociaal-economische) geschiedenis van Noordwolde en omgeving
- De tentoonstellingsruimte is klein en zo sober dat de kwaliteit van de collectie en de tentoonstellingen onvoldoende tot zijn recht komt
- Weinig naamsbekendheid buiten de vlechtwereld
- Slechte bereikbaarheid met openbaar vervoer
- Het museum is moeilijk te vinden in het dorp
- Het gebouw heeft geen uitstraling als museum, de ingang is onzichtbaar en niet uitnodigend en het plein voor 't Vlechtwerk is onaantrekkelijk
- Goede facilitaire voorzieningen voor publiek en medewerkers ontbreken, vooral horeca
- Weinig draagvlak in het dorp Noordwolde

Kansen

- Groeiend aantal 55+
- Mensen zijn op zoek naar authenticiteit, beleving en persoonlijke verhalen
- Er is een sterke hernieuwde, (inter)nationale belangstelling voor ambacht, design en innovatie
- Duurzaamheid is een belangrijke trend
- Digitale en sociale media bieden volop mogelijkheden
- Er is geld voor bijzondere vormen van samenwerking, voor ambacht en design en voor immaterieel erfgoed
- De gemeente wil Noordwolde revitaliseren; het museum heeft daarin een belangrijke rol als cultuurtoeristische trekker
- De Werelderfgoednominatie van de aangrenzende Koloniën van Weldadigheid (2018)
- Het museum kan het verhaal van zuidoost Friesland verbinden met dat van de Koloniën van Weldadigheid

Bedreigingen

- Toenemende druk op de gemeentelijke financiën
- Fondsen en sponsors hebben minder geld beschikbaar
- Vergrijzing van de vrijwilligers
- Concurrentie op de vrijetijdsmarkt
- Afhankelijkheid van weersomstandigheden (toerisme)
- Toenemende verwachtingen van het publiek in relatie tot de krappe personele bezetting en financiële mogelijkheden

2.3 *Energiek Noordwolde*

De plannen van de gemeente Weststellingwerf voor het dorp Noordwolde zijn een grote kans voor het museum.

De gemeente Weststellingwerf wil Noordwolde revitaliseren, de verschillende functies van het dorpscentrum op elkaar aansluiten en de woon- en leefomgeving voor inwoners en bezoekers (toeristen / recreanten) aantrekkelijker maken. De provincie Fryslân heeft daarvoor subsidie toegekend uit de NUON-gelden.



De Spokeplas



Recreatiewoning

De gemeente erkent het cultuurtoeristisch en economisch potentieel van het museum en wil de recreatieve en toeristische functie van het museum versterken. De bereikbaarheid en herkenbaarheid van het museum moet worden verbeterd; het museum kan zich beter profileren. De museale functie kan worden verbreed met aandacht voor de (sociaal-economische) geschiedenis van Noordwolde. Het museum kan het verhaal van zuidoost Friesland verbinden met dat van de Koloniën van Weldadigheid en de samenwerking met strategische partners in de regio versterken. (cultuur, natuur en toerisme)

2.4 Het publiek

De komende jaren vormen bezoekers de spil waarom het museum draait. Het is belangrijk om te weten wie de museumbezoeker is. Daarvoor is publieksonderzoek nodig: waar komen de bezoekers vandaan, hoe zijn ze op het museum geattendeerd, komen ze speciaal voor een tentoonstelling of als toerist, zijn ze al eerder in het museum geweest, wat is hun leeftijd, bezoeken ze het museum alleen, samen met kinderen of in een grotere groep, zijn ze geïnteresseerd in een workshop vlechten en wat vinden ze van het museum?

Vanuit marketing oogpunt zijn de volgende doelgroepen belangrijk voor het museum:

- toeristen en dagrecreanten: de actieve 55+ die houdt van cultuur, natuur en rust
- toeristen en dagrecreanten: families met kinderen
- groepsbezoek
- gerichte bezoekers die geïnteresseerd zijn in het vlechten of in een tijdelijke tentoonstelling (de serieuze liefhebber, ambachtslieden, ontwerpers en kunstenaars)
- bezoekers die geïnteresseerd zijn in de geschiedenis van Noordwolde en omgeving
- onderwijs, vooral basisonderwijs

Het museum heeft met de gerichte bezoekers inmiddels een sterke band: zij zijn gemakkelijk te bereiken en snel te activeren om een bezoek aan het museum te brengen.

Het museum wil de overige doelgroepen beter bereiken. Bij toeristen spelen de concurrentie van andere dagbestedingen en de weersomstandigheden een rol. Deze groep moet verleid worden. Bijvoorbeeld met een nieuwe presentatie, met gratis entree voor kinderen t/m 12 jaar, met gratis entree voor de inwoners van Noordwolde, met activiteiten voor families met kinderen of met arrangementen met natuurorganisaties of toeristische ondernemers in de regio.

Het museum moet weten hoe dat het beste kan en daarvoor een marketing- / communicatiestrategie ontwikkelen.

Belanghebbenden

Naast het publiek onderscheidt het museum belanghebbenden of stakeholders. Daarbij gaat het om personen of organisaties die door het museum beïnvloed worden of op hun beurt het museum beïnvloeden. Het Nationaal Vlechtmuseum heeft de volgende belanghebbenden:

Externe belanghebbenden

- bezoekers
- gemeente Weststellingwerf (bestuur en ambtelijke organisatie)
- politieke partijen
- relaties in de wereld van het (vlecht)ambacht en design
- collega-musea in binnen- en buitenland
- culturele en erfgoedorganisaties in Friesland en Drenthe
- gebruikers 't Vlechtwerk

- media
- bruikleengevers
- leveranciers
- samenwerkingspartners toerisme en natuur
- fondsen en sponsors
- bedrijfsleven

Interne belanghebbenden

- bestuur
- medewerkers
- vrijwilligers
- donateurs

De belangrijkste belanghebbenden voor het museum zijn de bezoekers. Zij staan dan ook bovenaan. Ook de overige belanghebbenden zijn voor het museum van groot belang. Ze kunnen het museum helpen bij het verwezenlijken van de missie en visie.

2.5 Profiel: missie en visie

Missie

De missie geeft de essentie van het museum weer: wat maakt het uniek voor alle relevante belanghebbenden? De missie blijft over een langere periode onveranderlijk.

Missie

Het Nationaal Vlechtmuseum toont de geschiedenis van het vlechten voor een breed publiek en bewaart een in Nederland unieke vlechtcollectie. Het museum laat daarmee ook de (sociaal-economische) geschiedenis van Noordwolde zien, het vlechtdorp van Nederland. Het museum wil de kennis over het vlechtambacht bewaren, doorgeven en ontwikkelen. Het museum wil het vlechten levend houden en ontmoetingsplaats en inspiratiebron zijn voor liefhebbers, ambachtslieden, ontwerpers en kunstenaars.

Visie

De visie van het museum geeft de richting aan voor de komende jaren aan.

Visie

Het museum wil zoveel mogelijk mensen een bijzondere ervaring bieden rond het vlechten en de geschiedenis van Noordwolde als vlechtdorp. Het museum wil het museum beter profileren, het cultuurhistorisch / cultuurtoeristisch centrum van Noordwolde zijn en een verbinding leggen tussen het vlechten, de verhalen van zuidoost Friesland en dat van de Koloniën van Weldadigheid. Door gerichte marketing en door samen te werken met strategische partners in binnen- en buitenland.

Toelichting

Noordwolde is het vlechtdorp van Nederland. Generaties lang zijn in Noordwolde manden, wiegen, stoelen en andere producten gevlochten. Bijna de hele dorpsbevolking was betrokken bij deze vorm van nijverheid. Op initiatief van een aantal dorpsnotabelen werd, in navolging van vergelijkbare scholen in het buitenland, met steun van het rijk de allereerste vakschool van Nederland opgericht: de Rijksrietvlechtschool. Deze vakschool, waar ambacht en kunst op een indrukwekkende wijze geïntegreerd werden, heeft tot 1968 bestaan.

In de Rijksrietvlechtschool, de bakermat van het vlechtambacht in Nederland, is sinds 2001 het Nationaal Vlechtmuseum ondergebracht.

Het museum heeft zich sinds de opening ontwikkeld tot een museum dat uniek in Nederland en uitzonderlijk in de wereld is. Het heeft een prachtige vlechtcollectie, presenteert die in een uniek gebouw, is kennis- en opleidingscentrum op het gebied van het vlechten, legt verbandingen met andere ambachten en design wereldwijd en heeft daarmee (inter)nationale erkenning in de vlechtwereld gekregen.

2.6 Maatschappelijke betekenis van het museum

Het museum heeft een belangrijke maatschappelijke betekenis:

Educatieve waarde

- Het museum is - samen met het Dorpsarchief Noordwolde - het geheugen van Noordwolde en omgeving. Het bewaart en presenteert voorwerpen en de bijbehorende verhalen over de geschiedenis van het dorp. Samen vormen deze de identiteit van Noordwolde.
- Het museum is een ideale omgeving om te leren, voor jong en oud. Individueel en in groepsverband (onderwijs). Het museum stimuleert met verschillende presentatievormen en activiteiten ook de creativiteit van bezoekers. Voor liefhebbers, ambachtslieden, ontwerpers en kunstenaars is het museum een inspiratiebron en 'broedplaats' voor nieuwe ontwikkelingen.
- Met vrijwilligerswerk, reïntegratietrajecten, stages en educatieve projecten krijgen mensen de kans hun vaardigheden en talenten te ontwikkelen.



Demonstratie vlechten



Werkplaats

Belevingswaarde

Een museumbezoek brengt plezier en ontspanning, inspireert en daagt uit. Het zet aan tot denken. Het geeft rust en ruimte om te reflecteren en vormt een ideale omgeving voor persoonlijke ontwikkeling en zingeving. Het verwijst toeristen naar plaatsen in de omgeving van het museum waar zij kunnen recreëren.

Verbindende waarde

Verhalen over de geschiedenis van een plaats zorgen voor verbondenheid van inwoners met hun omgeving en stimuleert de zorg daarvoor. Het verhaal van het vlechten is voor veel Noordwoldigers beladen. Het museum wil het verhaal genuanceerd vertellen en Noordwoldigers het gevoel geven dat het 'hun' verhaal en 'hun' museum is. Een museum waar ze trots op kunnen zijn en

waar ze familie en vrienden mee naar toe nemen. Zij zijn de ambassadeurs van het museum. Het verhaal over het vlechten verbindt Noordwoldigers op een unieke manier met toeristen en recreanten en met liefhebbers, ambachtslieden, ontwerpers en kunstenaars. Vrijwilligers en donateurs van het museum delen hun gemeenschappelijke interesse en passie. Zij vormen een groot maatschappelijk kapitaal.

Economische waarde

Kunst en cultuur hebben betekenis voor de economie, de creatieve industrie, het toerisme en de kwaliteit van de woonomgeving. Het museum brengt reuring en is een levendige plek met een economische betekenis midden in de samenleving. Het geeft Noordwolde (inter)nationale bekendheid. Het genereert kwaliteit, publiciteit, geld, trekt toeristen en recreanten aan en draagt bij aan de vitaliteit van de omgeving.

3. Collectie

3.1 Beschrijving en waardering

Verzamelbeleid

Het Nationaal Vlechtmuseum verzamelt vlechtwerk en documentatie over vlechtwerk van een hoog ambachtelijk en kunstzinnig niveau.

Het verzamelgebied

Het verzamelgebied omvat het vlechtambacht in de breedste zin van het woord en in veel verschijningsvormen: meubilair, gebruiksvoorwerpen, kunstnijverheid, design, kleding, verpakkingen, architectuur, sieraden en mandwerk. Het museum verzamelt zowel traditioneel vlechtwerk als vlechtwerk met hedendaagse vormen, toepassingen en materialen. De Nederlandse vlechtgeschiedenis, in het bijzonder de productie in het vlechtendorp Noordwolde, is een belangrijk onderdeel van de verzameling, maar ook internationaal vlechtwerk behoort tot het verzamelgebied.



Huisindustrie



Export

Kerncollectie

De kerncollectie van het Nationaal Vlechtmuseum is uniek in Nederland en uitzonderlijk in de wereld.

Tot de kerncollectie behoren:

- De vlecht- en rotancollectie van het vlechtendorp Noordwolde
- De collectie van de Rijksrietvlechtschool
- De collectie Nederlands vlechtwerk



Reiswieg



Mandenmakersgereedschap

Collectiegeschiedenis, herkomst en eigendom

Op 20 mei 1987 werd de Stichting Rotancentrum opgericht, met het doel een rotanexpositiecentrum op te zetten in het dorp Noordwolde, dat zo gevormd is door de rotanindustrie. De stichting startte haar activiteiten in 1988 met een inzamelactie. Na een oproep in de regio werd veel materiaal over de vlecht- en rotanindustrie beschikbaar gesteld aan het museum. Een groot gedeelte is afkomstig van de zolder van huisarts Heida uit Noordwolde, die bij de sluiting van de Rijksrietvlechtschool in 1967 veel objecten uit de container had gered. De collectie uit de school bestaat uit werk van oud-leerlingen en vlechtwerk uit het toenmalig Nederlands-Indië. Dit laatste vlechtwerk werd verzameld door de eerste directeur Harm Ellens en diende als voorbeeldmateriaal voor de leerlingen.

Het Rotancentrum heeft in zijn tienjarig bestaan veel schenkingen ontvangen van particulieren en bedrijven.

In 2001 verhuisde het Rotancentrum naar het pand van de voormalige Rijksrietvlechtschool en kreeg het de naam Nationaal Vlechtmuseum. De afgelopen jaren deed het museum diverse aankopen. Vaak waren dat uitbreidingen met het oog op nieuwe tentoonstellingen. Ook kreeg het museum 62 voorwerpen in langdurig bruikleen van het Instituut Collectie Nederland (ICN), het Koninklijk Instituut voor de Tropen (KIT) en het Drents Museum. In 2001 ontving het museum een schenking van 235 voorwerpen van dr. Anton van den Doel. De verzameling is afkomstig uit Indonesië, Zuid-Amerika en Afrika. In 2004 volgde een schenking van 230 objecten Nederlands mandwerk van de Stichting Wilg & Mand en in 2006 een schenking van mandwerk en archiefmateriaal van Mia Pot. Het museum ontving in 2007 van diverse particuliere schenkers objecten afkomstig uit West-Papua naar aanleiding van een tentoonstelling over vlecht-, knoop- en luswerk uit West-Papua. Het Radboud Universiteitsmuseum in Nijmegen schonk in 2012 een collectie van het voormalig Volkenkundig Missiemuseum in Tilburg.

In de bibliotheek / documentatiecentrum van het museum beheren het Nationaal Vlechtmuseum en het Dorpsarchief Noordwolde (DAN) hun archieven van de vlechtgeschiedenis van Noordwolde.

Cultuurhistorische waarde collectie

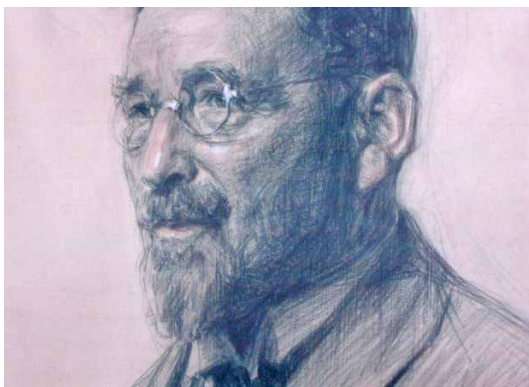
Vlechten speelt een rol in vrijwel iedere beschaving en cultuur. Overal zijn technieken ontwikkeld om materialen uit de omgeving te verwerken tot bruikbare voorwerpen en verpakkingsmaterialen. Door de komst van goedkope verpakkingsmaterialen als golfkarton, kunststoffen en lichtgewicht metalen van het midden van de 20e eeuw verdween een groot deel van het werk van de traditionele mandenmaker. De opkomst van de lagelonenlanden heeft de concurrentiepositie van de Nederlandse manden- en stoelenmakers verder verzwakt.

Het museum heeft een unieke collectie van het traditioneel Nederlands mandwerk. Deze collectie wordt beschouwd als een resultaat van kunde, vakmanschap en vormgeving, met eigen fabricagemethoden en de traditie van generaties. De collectie behoort dan ook tot de A-collectie, de collectie met een hoge cultuurhistorische waarde. Onder deze A-collectie valt ook de deelcollectie Rijksrietvlechtschool, toegepaste kunst begin 20e eeuw en de verzameling uit de beginperiode van de school met voornamelijk vlechtwerk uit Nederlands-Indië verzameld tussen 1908 en 1910. De verzameling rond ontwerper Dirk van Slidregt uit de periode van de Stichting Goed Wonen (1948) behoort ook tot de A-collectie.

3.2 Ontsluiting en onderzoek

De collectie omvat circa 3.000 voorwerpen. Deze zijn in het kader van het Museum Inventarisatie Project (MusIP) in 2004 ingedeeld in ruim tien deelcollecties:

- Collectie Rijksrietvlechtschool
- Teken- en schilderwerk van Harm Ellens, Jan Koerts en Jan Bakker
- Werktekeningen
- Archiefmateriaal en foto's van collecties van vlechtbedrijven
- Gevlochten meubelen
- Nederlands mandwerk
- Collectie van den Doel
- Gereedschap en grondstoffen bij vlechtambacht en griendteelt
- Gevlochten kunstobjecten
- Internationaal vlechtwerk
- Vakliteratuur
- Collectie Mia Pot
- Collectie Missiemuseum Tilburg
- Collectie West-Papua



Harm Ellens



Directeurskamer

Collectieregistratie

Het museum gebruikt sinds 2005 het programma Adlib Museum Basis voor de registratie van de collectie. De basisregistratie van de collectie zal in 2014 voltooid zijn. Vastgelegd zijn de naam van het museum, het inventarisnummer, de objectnaam, vervaardiger, datering, materiaal, verwervingsgegevens, toestand en standplaats; een foto is opgenomen. De komende beleidsperiode zal de basisregistratie worden aangevuld met verdiepende informatie.

Het museum wil de collectie graag via de website ontsluiten zodat publiek en onderzoekers de collectiedatabase online kunnen doorzoeken. Het museum heeft zich daarom aangemeld voor het digitaliseringsproject van de Museumfederatie Fryslân dat naar verwachting in 2014 start.

Onderzoek

Sinds 2011 werkt een groep vrijwilligers aan de ontwikkeling van een nieuw systeem voor de beschrijving van vlechttechnieken. De informatie wordt digitaal verwerkt in Adlib.

Daarnaast doet het museum onderzoek bij de organisatie van tijdelijke tentoonstellingen. Verzamelaars, wetenschappers en studenten doen regelmatig onderzoek naar de collectie, zowel fysiek als digitaal.

3.3 *Behoud en beheer*

Passieve conservering

Het museum heeft een kwetsbare collectie, die gevoelig is voor insectenvraat. Medewerkers zijn geïnstrueerd in het herkennen van signalen. Er is een protocol voor de melding van schade (incidentenmeldformulier). Conservator en / of directeur nemen dan direct maatregelen.

Het hele jaar door worden met een thermohygrograaf metingen verricht. Uit deze metingen blijkt dat de seizoenen nog steeds invloed hebben op enkele ruimten, met name in het manden-depot en het depot in de gang. Beide depots worden gebruikt voor de meest kwetsbare objecten. Om de temperatuur en de relatieve luchtvochtigheid zo constant mogelijk te houden, zijn de ramen van het depot op de eerste verdieping, de ramen van de collectiezaal en de educatieve ruimte voorzien van licht- en warmtewerende folie. Deze folie moet vervangen worden. Na vervanging van de folie moet blijken of deze maatregel voldoende is. Op de ramen van de bibliotheek, de directeurskamer, de nieuwe techniekenzaal en de depotgang moet nog folie aangebracht worden.

In het depot op zolder is de rotancollectie ondergebracht, een collectie die minder gevoelig is voor klimaatinvloeden. De toegang tot dit depot moet worden verbeterd.

De Museumfederatie Fryslân verricht regelmatig lichtmetingen.

Twee keer per jaar wordt de hele collectie ontstof en gecontroleerd op ongedierte, vocht, schade en schimmels. De verlichting in het hele museum voldoet niet aan de huidige museale eisen. Er wordt een plan gemaakt voor een vervanging in fases, gekoppeld aan een eventuele herinrichting. Voor het depotbeheer, omgang met objecten, intern en extern transport zijn richtlijnen vastgesteld. Er moet nog een plan worden gemaakt voor het behoud en beheer van de documentaire collectie.

Actieve conservering

In 2013-2014 is de hele collectie gecontroleerd op kwaliteit en toestand, parallel aan de afronding van de collectieregistratie. Dan is ook duidelijk welke voorwerpen in aanmerking komen voor restauratie. De conservator kan deze restauraties uitvoeren. De kelder heeft een werkplaats en een behandelruimte voor de bestrijding van houtwormkever. Binnenkomende bruiklenen of aanwinsten worden bij aankomst geïnspecteerd en indien nodig in quarantaine geplaatst.

3.4 *Collectievorming: verrijken en ontzamelen*

Het museum heeft een verzamelbeleid. Het museum richt zich vooral op de versterking van de kerncollectie, op technieken, de toepassing in modern design en voor tijdelijke tentoonstellingen. De procedure die wordt gevolgd bij binnenkomst van een voorwerp is schriftelijk vastgelegd.

Het museum hanteert voor de acceptatie van schenkingen en langdurig bruiklenen (beperkt) duidelijke richtlijnen.

Uitgangspunten zijn:

- Geen dubletten of beschikbaarheid van vergelijkbare objecten
- Passend binnen de doelstelling / verzamelgebied
- De fysieke staat van het object: heeft het museum voldoende middelen om het object in de toekomst verantwoord te bewaren en / of restaureren
- De cultuurhistorische waarde
- De beschikbare depotruimte
- De gebruikswaarde: is het object inzetbaar voor tentoonstellingen, onderzoek of publicaties

Het museum volgt bij eventuele afstoting van objecten de Leidraad voor het Afstoten van Museale Objecten (LAMO), opgesteld door de Rijksdienst Cultureel Erfgoed en de Museumvereniging. De komende beleidsperiode moet bekeken worden of objecten afgestoten moeten worden. Het gaat naar verwachting om een klein aantal voorwerpen.

Criteria zijn:

- Het object heeft geen aansluiting bij een van de deelcollecties
- Het object is niet inzetbaar voor tentoonstellingen, onderzoek of publicaties
- Het object kan vervangen worden door een kwalitatief beter of nieuw exemplaar

3.5 Kerndoelstellingen

- Klimaatbeheersing en toegankelijkheid depot verbeteren , verlichting aanpassen
- Collectie via de website toegankelijk maken
- Plan voor afstoting maken

4. Publiek

4.1 Samenstelling en omvang

Het museum ontvangt jaarlijks circa 10.000 bezoekers. Het bezoekersaantal daalde de afgelopen jaren - vooral als gevolg van de economische recessie - maar is nog steeds goed in vergelijking met de omringende musea. In 2012 trok het museum bijna 13.000 bezoekers dankzij alle jubileumactiviteiten en de publiciteit daaromheen.

De meeste bezoekers (naar schatting circa 50%) zijn toeristen, die in de omgeving van het museum verblijven. Onder hen zijn veel families met kinderen. Het groepsbezoek (groepen van 15 personen of meer, inclusief onderwijsgroepen) is sinds de oprichting van het museum in 2002 weliswaar afgenomen, maar sinds 2006 redelijk stabiel (circa 25%). De overige bezoekers zijn vlechtliefhebbers, ambachtslieden, ontwerpers en kunstenaars.

De komende jaren vormen bezoekers de spil waarom het museum draait. Het is belangrijk om publieksonderzoek te doen en aansluitend een plan te maken voor een gerichte marketing / communicatie. Het museum wil de functie van cultuurhistorisch / cultuurtoeristisch informatiepunt verder ontwikkelen.

Uit marketing oogpunt zijn de volgende doelgroepen belangrijk voor het museum:

- toeristen en dagrecreanten: de actieve 55+ die houdt van cultuur, natuur en rust
- toeristen en dagrecreanten: families met kinderen
- groepsbezoek
- gerichte bezoekers die geïnteresseerd zijn in het vlechten of in een tijdelijke tentoonstelling (de serieuze liefhebber, ambachtslieden, ontwerpers en kunstenaars)
- bezoekers die geïnteresseerd zijn in de geschiedenis van Noordwolde en omgeving
- onderwijs, vooral basisonderwijs

4.2 Vaste presentatie

De vaste presentatie is zeer gedateerd, zowel inhoudelijk als in presentatiemiddelen. In de presentatie is te weinig aandacht voor de (sociaal-economische) geschiedenis van Noordwolde, de techniek van het vlechten en de relatie tussen ambacht en design.



Knopstoelen



De oude ingang

In de komende beleidsperiode wil het museum een nieuwe presentatie realiseren. Doen, ervaren en beleven staan daarbij centraal.

De nieuwe presentatie sluit aan bij de belangstelling van de doelgroepen en is een combinatie van:

- een vlotte, informatieve presentatie voor toeristen (55+ en families met kinderen), met een mogelijkheid voor verdieping door film, demonstraties of workshops en doe-plekken voor kinderen (knoophoek, vlechtplek)
- een ruimte voor gerichte bezoekers die mogelijkheid biedt tot verdieping (techniekenzaal / werkplaats)
- een nieuwe historische presentatie voor bezoekers die geïnteresseerd zijn in de geschiedenis van Noordwolde en omgeving (toeristen, inwoners Noordwolde), geïntegreerd met Turven uit het Oosten

Het plan voor de presentatie moet aangevuld worden met een plan van aanpak voor een facelift van de tentoonstellingsruimte en de facilitaire ruimten (receptie, garderobe, sanitair, museumwinkel en kantoren). Een goede horecavoorziening is essentieel.

4.3 Tijdelijke tentoonstellingen

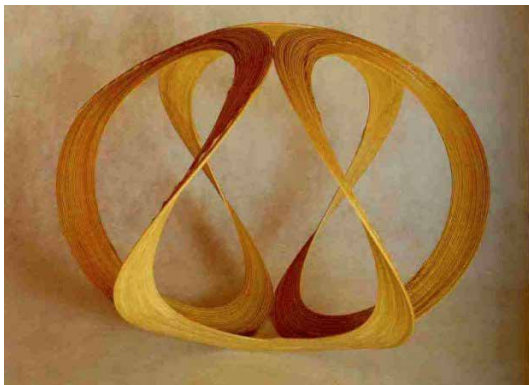
De tijdelijke tentoonstellingen versterken het profiel van het museum, bieden verdieping aan de collectie, geven nieuwe publiciteit aan verschillende doelgroepen en genereren herhalingsbezoek.

De tentoonstellingsruimte is echter klein en te sober om de kwaliteit van de collectie en de tentoonstellingen goed tot zijn recht te laten komen. Een plan van aanpak voor de tentoonstellingsruimte moet meegenomen worden in het herinrichtingsplan.

Jaarlijks organiseert het museum drie tijdelijke tentoonstellingen.

Het thema wisselt en sluit aan bij de belangstelling van de verschillende doelgroepen:

- een tentoonstelling waarin het accent ligt op de techniek van het vlechten en de toepassing van diverse technieken en materialen in binnen- en buitenland
- een tentoonstelling over vlechten als ambacht en design, waarin een verbinding wordt gelegd met andere uitingen als textiel, mode, sieraden, natuur, tuin en bloemsierkunst, beeldende kunst en vormgeving
- een tentoonstelling waarin het accent ligt op de relatie tussen het vlechten en de (sociaal-economische) geschiedenis van Noordwolde en omgeving



Ueno Masao



Buitenvlechtwerk

Het museum zoekt steeds naar inspirerende samenwerkingsmogelijkheden met partners in binnen- en buitenland en naar externe financiering om deze te realiseren. Een goed voorbeeld is de manifestatie Fries design in de zomer van 2014, een samenwerking van vier Friese instellingen. Fries design is interessant voor zowel toeristen als vlechtliefhebbers, ambachtslieden en kunstenaars. In de tentoonstellingen komen de onderwerpen techniek, design en geschiedenis prachtig samen.



Flyer Fries Design

4.4 Kenniscentrum Vlechten en vlechtopleiding

Het museum is kennis- en opleidingscentrum op het gebied van vlechten. Het museum wil de kennis over het vlechtambacht bewaren, doorgeven en ontwikkelen. Het kenniscentrum verzamelt en documenteert informatie over het vlechten, geeft advies over de restauratie van vlechtwerk, vlechtmaterialen en -gereedschappen en onderhoudt (inter)nationale contacten. De museumbibliotheek heeft inmiddels landelijke bekendheid. Een grote schenking was de vakbibliotheek van de Stichting Wilg en Mand en het omvangrijke archief van Mia Pot. De bibliotheek is - mede dankzij de inzet van een CWI-vrijwilliger - ook digitaal ontsloten.

Het museum heeft een aantal boekjes uitgegeven, merendeels catalogi van tentoonstellingen. Deze publicaties zijn te koop in de museumwinkel en digitaal te bestellen via de webshop.

Dankzij een Europees subsidie (Leader) kan het museum het kenniscentrum uitbreiden met een cursusruimte (vlechtwerkplaats) en een breed, professioneel opgezet opleidingsprogramma op drie niveaus voor serieuze liefhebbers, ambachtslieden, ontwerpers en studenten van kunstvakopleidingen.

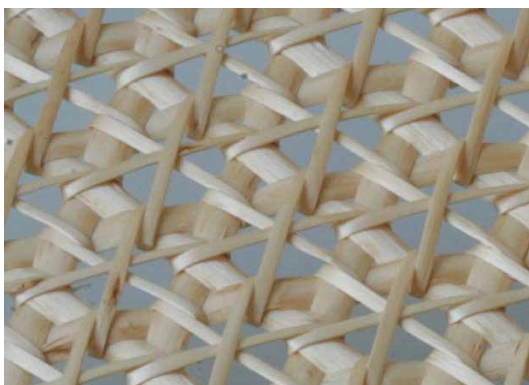
De goed geoutilleerde vlechtwerkplaats is in 2014 klaar. Er kan gevlochten worden met wilgenteen en pitriet. Een rotanwerkplaats kan niet worden gerealiseerd: er is geen geschikte locatie buiten het museum gevonden en - belangrijker - de aanvoer van rotan is tot stilstand gekomen sinds het uitvoerverbod van de Indonesische overheid.

De conservator heeft het opleidingsprogramma ontwikkeld en getest. Zij is internationaal erkend vlechtster en docente en als enige in Nederland opgeleid aan de beroepsopleiding in Lichtenfels (D). De opleiding is modulair opgezet en heeft twee niveaus. Het basisniveau bestaat uit snuffelworkshops en een introductiecursus van enkele dagdelen waarin alle hoofdtechnieken aan de orde komen. Een van de snuffelworkshops zijn de zogenaamde Zien & Doen-dagen: een docent demonstreert een techniek, de deelnemers maken in die techniek een eenvoudig voorwerp.

Op het verdiepingsniveau volgen deelnemers een aantal lesmodules over een thema of verschillende technieken. Deze zijn verschillend van lengte en verdieping. Om mee te kunnen doen moeten cursisten enige vlechtervaring hebben.

Het derde niveau bestaat uit speciale arrangementen en masterclasses voor serieuze liefhebbers, ontwerpers, kunstenaars en studenten van kunstvakopleidingen. Een voorbeeld is de workshop van Carlos Fontanes in maart 2014.

Het curriculum zal de komende jaren worden gebruikt en verfijnd.



Plaiting

Het museum heeft een professionele website en een beleidsplan social media. Beide worden de komende jaren sterker ingezet om publiek en cursisten te werven.

4.5 Educatie

Educatie is belangrijk voor het museum. Het museum wil kennis over het vlechtambacht en de geschiedenis van Noordwolde en omgeving doorgeven.

Doelgroepen

Toeristen en dagrecreanten, families met kinderen en groepen bezoekers kunnen in snuffelworkshops kennismaken met het vlechtambacht. Kinderen vanaf 8 jaar kunnen een speurtocht door het museum doen, touwen knopen of zelf een vlechtwerkje maken (mattenklopper).

Serieuze liefhebbers, ambachtslieden, ontwerpers of studenten aan een kunstvakopleiding kunnen workshops, een introductiecursus of een masterclass van de nieuwe vlechtopleiding volgen.

Voor het basisonderwijs ligt de nadruk op het vak heemkunde, dat in de Stellingwerven het in Friesland verplichte vak Fries aanvult. Het museum heeft drie educatieve programma's voor de groepen 3 t/m 8 van het basisonderwijs. Een vast onderdeel is het maken van een vlechtwerkje. Daarnaast organiseert het museum Luit en Lammechien, een schoolproject voor groep 5/6 van de basisschool over twee Noordwoldiger kinderen van een stoelenmaker. Luit en Lammechien speelt zich af in de directe leefomgeving van de leerlingen en sluit aan bij de kerndoelen voor geschiedenis. Het project kan dienen als vervanging van de lesstof over de periode rond 1900. Een educatief project voor het basisonderwijs dat aansluit bij Turven uit het Oosten is in ontwikkeling.

Het museum werkt nauw samen met de Vensterschool in 't Vlechtwerk.



Bouwen met bamboe



Luit en Lammechien

Turven uit het Oosten

De gemeente Weststellingwerf heeft in samenwerking met de Internet Academie een toeristische wandel- en fietsroute in en rond Noordwolde ontwikkeld. De route begint en eindigt bij het museum. Basis is een GPS-gestuurd mobiel platform. Het project heeft een eigen website: www.eturf.nl Het museum heeft in het kader van het project tien tablets gekregen die ook voor andere educatieve projecten ingezet kunnen worden.

De gemeente heeft het project in 2012 overgedragen aan het museum. Turven uit het Oosten zal naar verwachting in 2014 in gebruik worden genomen. Museum en gemeente moeten nog afspraken maken over het beheer van de route, het onderhoud van de website, de promotie en het bijbehorende budget.

4.6 Publieksactiviteiten

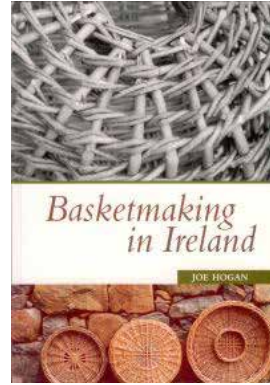
Het museum organiseert naast workshops, cursussen, masterclasses, demonstraties en ontmoetingsdagen voor vlechters speciale activiteiten voor kinderen in de schoolvakanties. In de kerstvakantie kunnen kinderen kerstversieringen vlechten. In de voorjaarsvakantie nemen kinderen hun grootouders mee naar het museum in het project 'Help pake en beppe de vakantie door'.

Museumwinkel en webshop

De museumwinkel en webshop zijn een belangrijke bron van inkomsten voor het museum. (circa 7%) Het assortiment bestaat uit vlechtgerelateerde artikelen en souvenirs. (boeken, mandwerk, klein vlechtwerk en kassakoopjes, gereedschap en vlechtmateriaal, ansichtkaarten en handenarbeidmaterialen voor geïnteresseerde hobbyisten)



Rammelaars



Cover boek Basketmaking in Ireland

De museumwinkel moet een facelift krijgen. Een plan daarvoor wordt meegenomen in het totaalplan voor de herinrichting. Het assortiment moet mensen verleiden iets te kopen als herinnering aan het museumbezoek: een mix van artikelen uit het goedkope en middensegment (respectievelijk 1-5 en 5-20 euro), vooral uit de fair-trade wereld. Het is aantrekkelijk om in de presentatie een aantal duurdere Nederlandse manden en een paar topstukken van designers in consignatie in de winkel op te nemen.

De webshop wordt aangepast zodat klanten ook digitaal kunnen betalen.

4.7 Marketing en communicatie

Het museum genereert op verschillende manieren belangstelling voor de activiteiten die het museum organiseert: online media (diverse websites), social media, free publicity, advertenties, drukwerk, direct mail, via de toeristische infrastructuur, via communities in de vlecht- en design wereld en mond-op-mondreclame.

Alle publiciteit brengt Noordwolde op een positieve manier onder de aandacht. De free publicity vertegenwoordigt een grote economische waarde.

Het museum kent zijn bezoekers echter niet goed en heeft geen beleid op het gebied van marketing en communicatie. Het museum weet daarom ook niet goed wat het moet doen om bestaande relaties te behouden en nieuwe relaties op te bouwen.

Daarom is het belangrijk publieksonderzoek te doen, een strategisch marketing- / communicatieplan te maken en aan de hand van de resultaten te focussen op doelgroepen. Communicatie kan dan gericht worden ingezet om het museum duidelijker te positioneren en bezoekers te werven.

Kennis van doelgroepen en klantgericht werken is ook intern belangrijk: het museum kan dan bij de organisatie van activiteiten beter rekening houden met de verwachtingen en interesses van het publiek.

Een marketing- / communicatieplan is ook nodig voor de werving van fondsen.

4.8 Kerndoelstellingen

- Bezoekersaantal stabiliseren (circa 10.000)
- Publieksonderzoek doen
- Strategisch marketing- en communicatieplan maken en focussen op doelgroepen
- Vaste opstelling vernieuwen met aandacht voor de (sociaal-economische) geschiedenis van Noordwolde en een verbinding leggen met de verhalen van zuidoost Friesland en de Koloniën van Weldadigheid
- Facelift tentoonstellingszaal en facilitaire ruimten (receptie, garderobe, museumwinkel, sanitair, horeca en kantoren)
- Drie tijdelijke tentoonstellingen organiseren met wisselende accenten (techniek, ambacht en design, geschiedenis)
- Educatieve en publieksactiviteiten ontwikkelen (workshops, cursussen, masterclasses en educatieve programma's voor het basisonderwijs)
- Samenwerkingsverbanden aangaan met strategische partners (regionaal en (inter)nationaal) bij de organisatie van tentoonstellingen en publieksactiviteiten
- Webshop aanpassen
- Routing in het museum verbeteren



Scooter

5. **Bedrijfsvoering**

5.1 **Huisvesting en veiligheid**

Het museum is sinds 2001 gevestigd in de prachtig gerestaureerde Rijksrietvlechtschool, een rijksmonument uit 1912. De Rietvlechtschool is onderdeel van 't Vlechtwerk, een multifunctioneel complex waarin ook de Openbare Bibliotheek, de Wereldwinkel, de Vensterschool en een zalencentrum / horecagelegenheid zijn ondergebracht. 't Vlechtwerk is eigendom van de gemeente Weststellingwerf; het museum huurt het museumgebouw van de gemeente.

De gemeente wil Noordwolde revitaliseren, het museum en 't Vlechtwerk sterker profileren en de omgeving aantrekkelijker maken. Dat sluit aan bij de wensen van het museum. De Rietvlechtschool heeft geen uitstraling als museum, de ingang is onvindbaar en niet representatief en het plein voor 't Vlechtwerk is onaantrekkelijk. Het museum heeft geen goede facilitaire voorzieningen voor publiek en medewerkers, zoals een receptie, garderobe, kantoren en een horecavoorziening. De horeca in 't Vlechtwerk is vaak gesloten tijdens de openingsuren van het museum.

Veiligheid in en om het museum is een voorschrift. Het museum heeft een inbraak- en brandbeveiliging. Ontruimingsoefeningen doen de gebruikers van 't Vlechtwerk gezamenlijk. Het museum heeft meegedaan aan het project Veiligheidszorg van de Museumfederatie Fryslan. Op basis van het advies van veiligheidsexpert Simon Meerveld zijn enkele verbeteringen aangebracht. Het museum heeft nog geen ontruimingsplan voor de collectie (CHV). Het museum heeft slechts één BHV-medewerker die op werkdagen aanwezig is. De nieuwe medewerker receptie / administratie zal in 2014 worden opgeleid. De zondagen zijn niet voor 100% gedekt, aangezien het museum op die dagen vooral met vrijwilligers werkt.

5.2 **Personeel en organisatie**

Het museum is een stichting. Het stichtingsbestuur bestaat uit zeven personen en komt regelmatig bijeen. Het bestuur volgt nog niet in alle opzichten de Governance Code Cultuur.

Het museum heeft een kleine personele bezetting. Het personeel bestaat uit drie medewerkers (1,8 FTE): een directeur (24 uur, vacature), een conservator met een voltooide beroepsopleiding in het vlechtambacht (14 uur) en een coördinator receptie / administratie / vrijwilligers (28 uur). De beroepskrachten doen veel uitvoerende werkzaamheden; werkprocessen zijn niet gestandaardiseerd, waardoor inefficiënt wordt gewerkt. Het is goed de beroepskrachten in te zetten op hun kerncompetenties. Voor de profilering van het museum, de ontwikkeling als cultuurhistorisch / cultuurtoeristisch centrum en het aangaan van samenwerking met nieuwe strategische partners in de regio is een beroepskracht op het gebied van marketing / communicatie onmisbaar.

Secundaire arbeidsvoorwaarden ontbreken en salarissen zijn niet marktconform. Het museum volgt geen CAO.

Naast de beroepskrachten is er één WIW-er voor facilitaire zaken en licht administratief werk. Deze gaat in 2014 met pensioen. Het museum is een reïntegratieplaats voor twee werkzoekenden met grote afstand tot de arbeidsmarkt. (schoonmaak, facilitaire zaken en administratie) Mogelijk kan een van hen de werkzaamheden van de WIW-er overnemen.

Het museum heeft een team van circa 50 vrijwilligers. In 2013 zijn met veel succes nieuwe vrijwilligers geworven. De vrijwilligers hebben diverse taken. De oud-conservator ondersteunt de conservator inhoudelijk bij de organisatie van tentoonstellingen en de ontsluiting van de collectie. De grootste groep vrijwilligers is rondleider. Daarnaast zijn er receptiemedewerkers, vlechters voor demonstraties, technische mensen die helpen bij de opbouw van tentoonstellingen, vrijwilligers die onderzoek doen naar de collectie of educatief materiaal ontwikkelen en een ict-groep. De receptiemedewerker coördineert hun werkzaamheden. De aansturing van de vrijwilligers kan worden verbeterd. Een klein aantal vrijwilligers kan snel worden opgeleid als vlechter. Zij kunnen dan eenvoudige demonstraties geven en groepen en kinderfeestjes begeleiden.

In 2008 is een arbo-inventarisatie (RI&E) opgesteld.

Automatisering en digitalisering

Het museum heeft drie ICT-werkstations die samen een netwerk vormen. De financiële en bezoekersadministratie is geautomatiseerd. De collectie is in Adlib-museum geregistreerd. Het museum wil de collectie graag via de website ontsluiten en heeft zich aangemeld voor het digitaliseringsproject van de Museumfederatie Fryslân dat naar verwachting in 2014 start. De webshop wordt in 2014 aangepast aan de eisen van deze tijd.

Het museum is het toeristisch informatiepunt van de gemeente Weststellingwerf en beheert de website TOP (Toeristisch Opstap Punt) transferium (www.noordwoldefriesland.nl). Daarnaast heeft het museum het beheer van de website Turven uit het Oosten (www.eturf.nl). In het kader van het project heeft het museum tien tablets gekregen. Deze kunnen in de toekomst worden ingezet voor educatieve doeleinden.

Verzekeringen

De museale inrichting en de collectie van het nieuwe museum zijn geïndexeerd verzekerd tegen brand en inbraak voor 350.000 euro, zodat bij onverhoopte vernietiging een herstart van het museum mogelijk zal zijn.

Op personeelsgebied heeft het museum zich, in verband met de verhoudingsgewijs grote risico's in relatie tot het kleine personeelsbestand, verzekerd tegen de gevolgen van ziekte en arbeidsongeschiktheid van de beroepskrachten. Ook is er een aanvullende verzekering voor ongevallen tijdens dienstreizen.

5.3 Het Nederlands Museumregister

Het Nationaal Vlechtmuseum is op 14 mei 2003 opgenomen in het Nederlands Museumregister. Het voldeed daarmee aan de kwaliteitseisen die in de Nederlandse museumwereld gelden. De status van geregistreerd museum is op 9 juli 2009 vernieuwd. De opname in het Nederlands Museumregister is, behalve voor het museum zelf, ook van belang voor subsidiërende instellingen als overheden en fondsen als vorm van kwaliteitsborging. Registratie is bovendien voorwaarde voor het lidmaatschap van de Nederlandse Museumvereniging en het mogen voeren van de museumkaart.

In 2015 zal het museum weer kritisch doorgelicht worden (audit). Sinds 2012 zijn de kwaliteitseisen verscherpt. Het museum voldoet op dit moment niet aan alle eisen en loopt risico om de status van geregistreerd museum te verliezen. In 2014 moet aan de hand van de nieuwe museumnorm worden geïnventariseerd waar het museum achterstand heeft.

5.4 Financiën

Het museum heeft een geautomatiseerde financiële administratie die is opgezet in samenwerking met een accountantsbureau. Het museum stelt jaarlijks een begroting op en werkt met gecontroleerde jaarrekeningen. De financiële administratie is geautomatiseerd.

De financiële situatie is zorgelijk. De toch al smalle financiële basis is ondanks de verhoging van het structurele gemeentelijk subsidie verslechterd door de negatieve resultaten in de periode 2008 - 2011.

Het structurele subsidie van de gemeente Weststellingwerf is met ingang van 2009 verhoogd met 20.000 euro. Daarmee wordt een vaste formatie van 1,8 FTE gefinancierd. Het subsidie wordt niet geïndexeerd.

Het gemeentelijk subsidie dekt slechts 51% van de kosten. Dat is laag in vergelijkbaar met musea in omringende gemeenten (70-90%). Daar staat tegenover dat de gemeente de afgelopen jaren niet heeft bezuinigd op het subsidie.

Het museum verdient bijna 40% van de inkomsten zelf, een uitzonderlijke prestatie: entreegelden (14%), museumwinkel (7%), diversen (7%), projectsubsidies en sponsorgelden. Deze inkomsten zijn echter variabel en dat maakt de financiële situatie uiterst kwetsbaar.

Het aantal donateurs is stabiel (circa 200).

De komende jaren zal alles in het werk gesteld moeten worden om de financiële basis te verstevigen. Voorwaarde is dat de bezoekersaantallen op peil blijven en liefst nog licht groeien naar 12.000 bezoekers per jaar en dat het museum er in slaagt om projectsubsidies en sponsorgelden te verwerven. Dat kan alleen door te investeren in een nieuwe presentatie, te focussen op doelgroepen en gerichte marketing / communicatie in te zetten, het museum duidelijker te profileren en strategisch fondsen te werven.

5.5 Kerndoelstellingen

- Bewegwijzing in het dorp verbeteren
- Betere profilering museumgebouw, 't Vlechtwerk en plein voor 't Vlechtwerk
- Duidelijke en representatieve ingang maken
- Ontruimingsplan collectie maken
- Functiescheiding bestuur - medewerkers maken
- Interne organisatie en aansturing vrijwilligers verbeteren
- Secundaire arbeidsvoorwaarden verbeteren
- Audit Nederlands Museumregister 2015 voorbereiden
- Plan voor lange termijn fondsenwerving maken

