



EINDHOVEN MUSEUM

Jaarverslag 2015



1. Voorwoord	2
2. Het museum – visie, beleid en organisatie	3
2.1 Het museum	3
2.2 Visie	4
2.3 Beleid in vogelvlucht	4
2.4 Organisatie – kleiner & flexibeler	5
3. Collecties	7
<i>Erfgoedpark</i>	
3.1 Publieksactiviteiten erfgoedpark	7
3.2 Onderhoud	9
<i>Historische Collectie</i>	
3.3 Meerjaren presentatiestrategie	9
3.4 Tentoonstelling <i>Haar stad, vrouwen in de industriestad 1918-1940</i>	10
3.5 Onderzoek	12
3.6 Collectiebeheer	12
4. Educatie	14
4.1 Inzetten op doorontwikkeling en verbreding	14
4.2 Hernieuwen contacten met het onderwijs	15
5. Marketing	16
5.1 Publieksonderzoek	16
5.2 Online bereik	17
5.3 Voorbereiding ontwikkeling nieuwe website	17
6. Toekomst – vooruitblik 2016 en verder	17
6.1 Nieuw publiek	18
6.2 Nieuwe verbindingen	18
6.3 Zichtbaar maken van historische stedelijke transformaties	19
6.4 Doelen 2016 - 2020	20
6.5 Bedrijfseconomische doelen	20
6.6 Vergroten en verbreden publieksbereik	20
6.7 Koppositie in cultuureducatie verzilveren	21
6.8 Vervanging gebouwen en herinrichting erfgoedpark	21
6.9 Vergroten publieksbereik en mobiliteit van de EM stadscollectie	21
6.10 Professionalisering organisatie	22
7. Prestatie-indicatoren	23
8. Verkorte jaarrekening	24

VOORWOORD

We hebben dit jaar een begin gemaakt om het tij te keren. Waar Eindhoven Museum (EM) de afgelopen jaren worstelde met haar positie en rol in de stad, maken we ons op om de vleugels uit te slaan. We volgen daarbij het motto ‘binden en verbinden’. Met het onderwijs, de erfgoedsector, de politiek, de designsector en de collega musea zijn banden aangehaald. Het leggen van nieuwe verbindingen vormt de basis waarmee EM haar maatschappelijke rol als stedelijk cultuurhistorisch museum de komende jaren wil gaan invullen.

De eerste mijlpaal in dat opzicht is de tijdelijke tentoonstelling *Haar stad, vrouwen in de industriestad 1918-1940* geweest in het Designhuis. Niet alleen hebben we daarmee na lange tijd weer onze collectie aan Eindhovenaren en bezoekers van buiten kunnen tonen; in dit project zijn we ook nieuwe samenwerkingen aangegaan, zoals met Eindhoven in Beeld, Philips museum, RHC/e, het Designhuis en bureau EDHV. Nieuwe frisse ideeën en invalshoeken hebben op deze manier ook hun weg in de organisatie kunnen vinden.

Veranderen gaat niet vanzelf en doet soms pijn. Om ons museum in de toekomst financieel gezond te houden en de organisatie te professionaliseren zijn we helaas genoodzaakt geweest om een reorganisatie door te voeren. Hierdoor is de ruimte ontstaan om onze ambities voor de toekomst—waarover u in dit jaarverslag meer kunt lezen—in te kunnen zetten.

Toekomst en heden met het verleden verbinden, dat is wat EM drijft. Namelijk door op een laagdrempelige manier iedere Eindhovenenaar in aanraking brengen met het bijzondere en gelaagde verleden van onze mooie stad.

dr. Ward Rennen
Directeur Eindhoven Museum

HET MUSEUM – VISIE, BELEID EN ORGANISATIE

2.1 Het museum

Eindhoven Museum (EM) is zo oud als het moderne Eindhoven. De plannen voor een stadshistorische collectie waarden al rond, toen Eindhoven in 1920 samenging met de omliggende dorpen en de moderne industriestad Eindhoven werd. In 1932 werd Museum Kempenland officieel opgericht. Het legde zich toe op volkskunde, schilder- en beeldhouwkunst en religieus erfgoed uit Noord-Brabant. Vandaag de dag beheert de stichting Museum Kempenland Eindhoven een stadshistorische collectie met circa dan 23.000 kunst- en cultuurhistorische objecten.



In 1982 ontstond vanuit de Eindhovense lerarenopleiding het initiatief om een ‘prehistorisch dorp’ te bouwen. Langzaam groeide het uit tot wereldnieuws. In 1995 werden de authentieke reconstructies uit de IJzertijd twee manen lang bewoond zoals destijds. Archeologen en historici van heinde en verre waren dolenthousiast over het experiment en zijn educatieve potentieel. Dankzij een Europese subsidie werd het park eind jaren negentig uitgebouwd met reconstructies uit de middeleeuwse geschiedenis van Eindhoven en ommeland.

Medio 2012 fuseerden de stichtingen Historisch OpenluchtMuseum Eindhoven (HOME) en Museum Kempenland Eindhoven (MKE). Zo kwam 2500 jaar geschiedenis onder één dak. De nieuwe naam was Eindhoven Museum (EM): één museum met twee collecties, die de geschiedenis, kunst en cultuur van stad en ommeland niet alleen laten zien, maar ook

tastbaar en beleefbaar maken. EM trekt jaarlijks ruim 40.000 bezoekers. Circa 14.000 daarvan zijn schoolbezoeken. Dat maakt EM op het vlak van cultuur- en erfgoededucatie de grootste speler in de regio.

2.2 Visie

Visie

Eindhoven profileert zich als de stad die werkt aan oplossingen voor de vragen van morgen. Werken aan de toekomst kan niet zonder begrip en kennis van het verleden. Elke ontwikkeling heeft een maatschappelijke bedding en wortelt in de historisch gevormde identiteit van de stad en de regio.

Missie

EM brengt bezoekers in contact met het (im)materiële erfgoed van de stad en de regio door het verleden voor het publiek op begrijpelijke wijze te verbinden met het heden.

Ambitie

EM is één museum met twee collecties en maakt de historie, kunst en cultuur van Eindhoven en omstreken tastbaar en beleefbaar voor een breed publiek. Vanuit die rol acteert EM als platform om organisaties, initiatieven en individuen samen te brengen op het gebied van cultuurgeschiedenis en erfgoed. Daarbinnen legt EM verbindingen tussen (beroeps)onderwijs, ambachtseconomie, technologische experimenten en ontwerpdenken.

Belofte

EM is van, voor en door Eindhoven: het stadsmuseum en het erfgoedplatform van alle Eindhovenaren. EM heeft een bovenregionaal publieksbereik en met een inhoudelijke relevantie die binnen én buiten de regio wordt gezien en erkend.



Methode

Binden en verbinden door het verleden levend te maken en te laten beleven.

Motto

‘Van begin tot Eindhoven’.

2.3 Beleid in volgelvlucht

Eén museum, twee collecties

Met het aantreden van een nieuwe directeur in maart 2015 ontstond een momentum om het bestaande beleid opnieuw tegen het licht te houden. Sinds de fusie tussen MKE en HOME zijn de inhoudelijke activiteiten van EM erop gericht geweest om het ‘prehistorisch dorp’ en de Kempenland collectie als één inhoudelijk geheel te presenteren.

De uiteenlopende aard en het publieksbereik maakt echter dat er dit jaar gekozen is voor een nieuwe inhoudelijk beleidskader, namelijk: één museum, twee collecties.

We benaderen de collecties vanuit hun eigen identiteit en werken daarbij aan passende presentatievormen. Dat heeft dit jaar geresulteerd in de tijdelijke expositie *Haar stad, vrouwen in de industriestad 1918-1940* in het Designhuis. De Kempenland collectie was daarmee na jaren weer voor het publiek te bezichtigen. Voor het 'prehistorisch dorp' is de nadruk gelegd op educatieve activiteiten en publieksevenementen.

Werken aan verbindingen in de stad

EM wil zich nog nadrukkelijker dan voorheen verbinden met de stad vanuit onze visie dat erfgoed en geschiedenis pas tot volle betekenis komen als het in bredere maatschappelijke samenhang ontsloten wordt. In 2015 heeft EM daarom extra geïnvesteerd in het verder opbouwen van haar maatschappelijke netwerken. Daarbij is werken aan langdurige samenwerking het uitgangspunt geweest. In dat kader zijn banden met het primair en voortgezet onderwijs, evenals met de erfgoedsector en collega musea opnieuw gelegd/aangehaald. In de samenwerking met het Designhuis zijn ook verbindingen gelegd met het designveld.



Gezonde financiën

EM kampt al jaren met zeer hoge (vaste) personeelslasten en achterblijvende eigen inkomsten. Hierdoor staat het exploitatieresultaat onder druk. Kleine tegenvallers leiden dan al gauw tot verliezen. Bestuur en directie streven naar een gezondere financiële uitgangssituatie, zodat beperkte tegenvallers binnen de exploitatie opgevangen kunnen worden en op termijn de negatieve algemene reserve kunnen worden omgebogen naar een positief saldo.

Door de hoge personeelslasten is de afgelopen jaren geen budget gereserveerd kunnen worden voor noodzakelijk onderhoud, marketing en ontwikkeling van het educatieve en publieksaanbod. Investeren van onderhoud, marketing en doorontwikkeling en vernieuwing van aanbod is noodzakelijk om het publieksbereik en het daarmee samenhangende eigen verdienvermogen te vergroten.

Bestuur en directie hanteren als uitgangspunt dat een substantieel deel van de vaste personeelslasten omgebogen dienen te worden ten gunste van onderhoud, marketing en ontwikkeling en vernieuwing van aanbod.

2.4 Organisatie – kleiner en flexibeler

EM staat voor de opgave om met gelijkblijvende subsidie meer resultaten te boeken op het vlak van publieksbereik, vernieuwing van aanbod en eigen verdienvermogen. De organisatie dient daarop aangepast te worden.

Daarbij hanteert EM drie uitgangspunten:

1. In de exploitatie dient ruimte te komen voor vernieuwing en productontwikkeling. De hoge vaste personeelskosten in de exploitatie dienen omgebogen te worden ten gunste van innovatie en productontwikkeling.
2. Het doel is een slagvaardige organisatie met daar omheen een grotere flexibele schil, waardoor op seizoens- en projectbasis activiteiten en projecten uitgevoerd kunnen worden. Dit moet EM in staat stellen om sneller te kunnen reageren op externe ontwikkelingen en om op projectbasis effectiever samenwerkingen aan te kunnen gaan. De organisatiecultuur zal zich dienen te ontwikkelen van een hiërarchische cultuur naar een plattere organisatie, waarbij verantwoordelijkheden zoveel mogelijk worden gelegd op uitvoeringsniveau.
3. Professionaliseren van de organisatie. EM wil de huidige gestagneerde kennisontwikkeling op het vlak van didactiek, archeologie en bedrijfsvoering ombuigen na een lerende organisatie. Vaste medewerkers en seizoenmedewerkers dienen meer tijd en mogelijkheden te krijgen om vaardigheden en kennis te ontwikkelen. Een lerende organisatie moet leiden tot een kwaliteits- en efficiëntieslag in het museale aanbod, publieksinteractie, bedrijfsvoering en innovatie.

In het najaar van 2015 heeft een reorganisatie plaatsgevonden. De afdelingen Publiek & Presentatie en Educatie zijn samengevoegd tot één afdeling Publiek & Educatie. Binnen de vaste formatie zijn vijf functies komen te vervallen. Daarvan is één medewerker duurzaam herplaatst binnen de vaste formatie. In combinatie met natuurlijk verloop is de vaste personeelsformatie afgenomen van 20 medewerkers (15,2 fte) naar 15 medewerkers (11,62 fte).



De financiële ruimte die door deze reorganisatie structureel zal ontstaan zal ten bate komen aan marketing, vernieuwing educatieve en publieksactiviteiten, achterstallig onderhoud en bedrijfsmatige investeringen die zich terugverdienen.

Door de reorganisatie is ook meer ruimte ontstaan om te investeren in opleiding en scholing van personeel. Voor zowel vaste krachten als seizoenkrachten zal meer geïnvesteerd worden in opleiding, waardoor verdere professionalisering mogelijk wordt. Als eerste stap wordt begin 2016 gestart met interne opleiding voor de seizoenmedewerkers die educatieprogramma's en publieksactiviteiten begeleiden.

3.1 Publieksactiviteiten erfgoedpark (vanaf 2016: preHistorisch Dorp)

Het erfgoedpark heeft in 2015 41.556 bezoekers ontvangen. Daarvan was 27.706 regulier publiek en 13.850 in educatief (school)verband. Het totale bezoekersaantal laat met 1018 bezoekers een lichte stijging zien ten opzichte van 2014 toen in totaal 40.538 bezoeken werden gerealiseerd. Met name het openingsweekend tijdens Pasen en de Herfstvakantie hebben meer bezoekers getrokken dan verwacht.

Op het erfgoedpark zijn naast het reguliere 'kijk-aanbod' op doordeweekse dagen en 'beleef-aanbod' in de weekenden een groot aantal activiteiten en evenementen georganiseerd. Deze activiteiten zijn zoveel mogelijk afgestemd op schoolvakanties en feestdagen om het publieksbereik te vergroten. Hieronder een overzicht:

Doe-weken

De 'doe-weken' met veel activiteiten waar bezoekers aan kunnen deelnemen zijn in de mei- en herfstvakantie goed bezocht. Voor de meivakantie was gekozen voor het thema 'Teletijdmachine', waarmee bezoekers een reis maakten terug in de prehistorie om langs een historische route te eindigen in het heden. Het thema van de doe-week in de herfstvakantie spitte zich toe op 'Toverkollen en Heksenketels'. Oude rituelen rondom geneeskunde en bezweringen stonden hierin centraal, evenals de heksenwaag. De doe-week in de herfstvakantie werd met meer dan 3000 bezoekers boven verwachting bezocht.

Zomervakantie

In de zomervakantie is het reguliere beleef-aanbod geïntensiveerd. Er waren meer tijdsgidsen aanwezig en meer verschillende workshops en activiteiten. Daarnaast moedigde EM vrijwilligers en re-enactors aan om gedurende de zomervakantie in het erfgoedpark te wonen. Door de bewoning, waarbij vrijwilligers en re-enactors diverse werkzaamheden uit het dagelijks leven van vroeger uitvoerden, kwam voor het publiek het verleden nog meer tot leven.

Evenementen

Er zijn, naast het openingsweekend met Pasen, in totaal drie evenementen georganiseerd op het erfgoedpark, namelijk 'Park Historia', 'Erotiek in de Middeleeuwen' en 'Halloween - Kempische griezelverhalen'. De eerste twee evenementen zijn eerder al door EM georganiseerd. Halloween was nieuw en beoogt een terugkerende traditie te worden. Er is gekozen om mee te gaan in de steeds groter wordende viering van Halloween in Nederland. Daarbij heeft EM expliciet gekozen voor een vertaling naar de regionale geschiedenis. Halloween heeft immers zijn oorsprong in Allerzielen en stamt uit de Oude Wereld om vervolgens in de Verenigde Staten groot te worden en in een andere culturele uitingsvorm terug te komen naar Europa. EM wilde de oorsprong van deze 'nieuwe oude' traditie voor bezoekers zichtbaar maken en verbeelde lokale en regionale legendes en griezelverhalen die verband houden met Allerzielen. Halloween kreeg daardoor een Eindhovense en Brabantse inbedding.

Het evenement trok op Halloween 125 bezoekers. Geen grote aantallen, maar wel een mooie basis om de komende jaren uit te breiden. Het donker en alle daarmee samenhangende veiligheidsaspecten maakten dat deze eerste editie als een goede testpilot fungeerde. Voor de toekomst zal het programmaconcept geschikt gemaakt moeten worden om grotere bezoekersaantallen te kunnen ontvangen.

‘Park Historia’ en ‘Erotiek in de Middeleeuwen’ zijn in hetzelfde weekend in augustus georganiseerd, waarbij het laatste evenement een avondeditie was voor het volwassen publiek. De reden hiervoor was dat het makkelijk was te combineren qua techniek, inzet personeel en aankleding. In de praktijk kannibaliseerden deze twee evenementen in het hetzelfde weekend te veel met elkaar, waardoor de persaandacht niet optimaal was. ‘Erotiek in de Middeleeuwen’ trok minder bezoekers dan verwacht. Vanaf volgend jaar zullen evenementen daarom alleen nog afzonderlijk worden gepositioneerd om media-aandacht effectiever te kunnen genereren. Daarnaast zal scherper gekeken moeten worden naar de thematiek van evenementen, waarbij de afweging gemaakt moet worden tussen terugkerende evenementen en nieuwe evenementen.

Thema-activiteiten

Gedurende het openingsseizoen zijn een viertal thema-weekenden georganiseerd. Deze weekenden vielen samen met een deel van de vrijwilligersweekenden en boden zowel vrijwilligers als publiek de kans om zich te verdiepen in een specifiek thema. De thema’s die getoond en gedemonstreerd zijn betreffen:

- Franken & Vikingen (mei);
- Endehoven Culinair – over recepten en voedselbereiding door de eeuwen heen (juli);
- Textiel in combinatie met Hallo Cultuur! (september);
- Ambachten (oktober).

De themawekenden zijn over het algemeen goed bezocht met uitzondering van weekenden, waarbij het weer partte speelde, zoals in juli (te heet). EM blijft ook in de toekomst inzetten op thema-activiteiten, omdat dit het publiek de mogelijkheid biedt om diepgaander kennis te maken met een deelfacet uit het verleden. Daarbij is het zaak om in de verdere ontwikkeling van thema-activiteiten meer verbinding te leggen tussen de hedendaagse belevingswereld van bezoekers en het verleden.

Vrijwilligersweekenden

EM heeft circa 173 vrijwilligers, waarvan er circa 150 actief zijn op het gebied van re-enactment, levende geschiedenis en oude ambachten. Om deze grote groep vrijwilligers betrokken te houden bij het museum, wordt ieder eerste weekend van de maand een vrijwilligersweekend georganiseerd. In 2015 hebben in totaal 8 vrijwilligersweekenden plaatsgevonden. Daarvan vielen vier weekenden samen met thema-activiteiten en een weekend met de seizoenopening tijdens Pasen. Dit bood de vrijwilligers de mogelijkheid om hun eigen kennis- en ambachtsvaardigheden aan het publiek te demonstreren en tegelijkertijd te leren van andere vrijwilligers.



EM wil deze kruisbestuiving de komende jaren intensiveren, zodat kennisoverdracht tussen vrijwilligers en publiek en tussen vrijwilligers onderling meer aandacht krijgt. Daarbij is ook het intergenerationeel leeraspect van groot belang. Veelal oudere vrijwilligers leren jong publiek en vrijwilligers ambachtsvaardigheden bij, terwijl jongeren generaties vanuit hun (digitale) beleefwereld ouderen weer nieuwe perspectieven op het verleden voorhouden.

3.2 Onderhoud

Het onderhoud aan de gebouwen van het erfgoedpark heeft als gevolg van de beperkte financiële middelen van EM de afgelopen jaren een achterstand opgelopen. In 2015 is een begin gemaakt met een inhaalslag. Voor 2015 en toekomstige jaren zijn een professionele rietdekker en historisch bouwer gevonden. Zij verrichten jaarlijks binnen een van te voren vastgesteld budget onderhoud- en herstelwerkzaamheden. Hierdoor kan structureel het onderhoud aan de rieten daken en houtconstructies geborgd worden. Zo is groot onderhoud uitgevoerd aan de daken van het personeelsgebouw, schapenhoeve, uitkijktoren en adellijke hoeve. Bij diverse gebouwen zijn rotte paalconstructies vervangen. De levensduur en veiligheid van gebouwen is in 2015 substantieel vergroot door achterstallig onderhoud in te halen en een aantal preventieve maatregelen te nemen, zoals het aanbrengen van nokpannen op de rieten kap van het personeelsgebouw. Deze lijn wordt in de toekomst voortgezet.

COLLECTIES (Historische collectie)



EM heeft circa 23.000 cultuurhistorische en kunst objecten in beheer. Deze objecten liggen opgeslagen in de depots in het Regionaal Historisch Centrum Eindhoven en Shurgard aan de Ruysdaelbaan. Sinds de fusie tussen voormalig Museum Kempenland Eindhoven en het Historisch OpenluchtMuseum Eindhoven is er geen permanente expositieruimte meer om de collectie te tonen. In 2015 heeft EM een begin gemaakt met het ontwikkelen van een meerjaren presentatiestrategie om de collectie op alternatieve manieren zichtbaar en relevant te maken voor het Eindhovense publiek. Daartoe is ook de tijdelijke tentoonstelling *Haar stad, vrouwen in de industriestad 1918-1940* in het Designhuis georganiseerd.

3.3 Meerjaren presentatiestrategie

Voor de ontwikkeling van een meerjaren presentatiestrategie. Hiervoor is de hulp ingeschakeld van het Eindhovense bureau EDHV. Een bureau met sterke verbindingen in het Eindhovense en tegelijkertijd een internationale oriëntatie. De ontwikkeling van de meerjaren strategie heeft geleid tot een nieuwe expositiesystematiek, die is toegepast op de tentoonstelling in het Designhuis.

Op basis van de resultaten van de tentoonstelling zal de meerjaren presentatiestrategie verder worden aangescherpt. Doel is dat deze medio 2016 definitief is en integraal onderdeel zal uitmaken van het activiteitenplan 2017-2020.

3.4 Tentoonstelling *Haar stad, vrouwen in de industriestad 1918-1940*

Na ruim drie jaar toonde EM weer een deel van haar collectie aan het publiek. Sinds de sluiting van de Steentjeskerk in 2012 heeft het museum geen tentoonstelling meer kunnen organiseren door gebrek aan een vaste expositieruimte. De collectie van voorheen Museum Kempenland (In 2012 opgegaan in EM) werd in Eindhoven en omgeving gemist. Van 22 november tot en met 30 december 2015 was EM te zien in het Designhuis, met de expositie *Haar stad, vrouwen in de industriestad 1918-1940*. Deze tentoonstelling was een eerste antwoord op dat gemis. De grote opkomst van circa 300 mensen bij de opening van de tentoonstelling getuigt daarvan.



In de tentoonstelling werd de ontwikkeling van Nederlandse industriesteden belicht vanuit het perspectief van vrouwen. In de periode tussen de twee wereldoorlogen transformeerden plaatsen als Eindhoven, Zaandam en Hengelo van aan elkaar grenzende dorpsgemeenschappen naar moderne industriesteden waar vrouwen massaal gingen werken in de fabrieken. Ze mochten steeds vaker naar school en kregen ook eindelijk kiesrecht. Het Nederland van nu zou er niet zijn zonder de inzet van deze vrouwen.



De tentoonstelling *Haar Stad* toonde aan de hand van vrouwelijke personages en historische voorwerpen het leven van deze vrouwen in de geïndustrialiseerde stad. Daarbij ging het niet alleen over Eindhoven. De personages hadden ook diverse banden met de eerder genoemde steden. Hierdoor werd het onderwerp breder getrokken dan de lokale geschiedenis van Eindhoven.

Er is gekozen voor een gelaagdheid in de opzet van de tentoonstelling met een strakke en frisse eigentijdse vormgeving. De vormgeving was eveneens functioneel om op overzichtelijke wijze de complexiteit en gelaagdheid aan thema's en schaalniveaus te presenteren. Deelonderwerpen zijn in scènes gepresenteerd. De vormgeving voor de tentoonstelling is op alle niveaus doorgevoerd.

Voor deze tentoonstelling moest eveneens nieuw expositiemeubilair worden ontwikkeld. Het tentoonstellingsmeubilair is zo ontworpen dat het makkelijk te demonteren is en telkens op verschillende kan worden opgesteld. Hierdoor kan het meubilair de komende jaren ook voor toekomstige tentoonstellingen gebruikt worden. Het meubilair kan daarom eveneens goed aangepast worden aan wisselende ruimtes.

Naast een vernieuwende vormgeving is sterk ingezet op randprogrammering. Er is gekozen om de expertise die EM op haar erfgoedpark heeft met levende geschiedenis en re-enactment in te zetten om de periode 1918-1940 en het leven van vrouwen in die tijd zo tastbaar mogelijk te maken voor het publiek. Hiervoor is intensief samengewerkt met Adviesbureau '30-'45.

De tentoonstelling kon op veel waardering van de bezoekers rekenen; er was veel herkenning en ook lof voor de gelaagdheid aan thema's en schaalniveaus. Het werken met vrouwelijke personages als een soort filmscripts pakte ook goed uit en bracht op toegankelijke wijze het verleden tot leven. Tenslotte, was er veel waardering voor het onderwerp om vrouwen en hun rol in de moderne industriestad centraal te stellen.

Deze bloemlezing uit het gastenboek illustreert de reacties:

" 'Geschiedenis geschreven door vrouwen' in Eindhoven en vóór Eindhoven! Doeltreffend ingericht en refererend aan een verleden, waarin vrouwen een wezenlijke bijdrage leverden aan een 'groeierende' stad! Adequaat, representatief, hardwerkend, dienstbaar! Dat heeft vruchten afgeworpen, die in herinnering moeten blijven"

"Zeer interessant! En een eye-opener m.b.t. deze periode"

"Het werd tijd dat ook 't aandeel van vrouwen belicht wordt in de ontwikkeling van Nederland en Eindhoven. Deze tentoonstelling is daarvan een goed voorbeeld. Dank!"



De tentoonstelling heeft in totaal 1072 bezoekers getrokken. Het merendeel van de bezoekers was van oudere leeftijd en uit Eindhoven en omgeving, of had langere tijd in Eindhoven gewoond en woont nu elders. De tentoonstelling heeft qua bezoekersaantallen niet aan de verwachtingen voldaan. Circa 600 bezoekers kwamen op de opening en het Eindhoven Roaring Twenties Feest af. Regulier tentoonstellingsbezoek betrof daarmee circa 400 personen; veel minder dan voorzien.

Na uitvoerige evaluatie intern en extern, lijken de volgende samenhangende factoren op elkaar ingewerkt te hebben m.b.t. het geringe bezoekersaantal:

- Afnemen binding en bekendheid van de collectie als gevolg van lange afwezigheid door gebrek aan permanente presentatieruimte.
- Onbekendheid van de locatie. Weliswaar staat het Designhuis midden in het centrum naast het Stadhuis, als locatie is het (nog) geen begrip.
- Timing; waar in museumsteden als Utrecht en Leiden de laatste twee maanden van het jaar een periode vormen, waarop de musea traditioneel hoge bezoekersaantallen realiseren, gaat dit niet op voor Eindhoven.

Gesteld kan daarom worden dat de jarenlange afwezigheid van de collectie in presentaties en het gebrek aan een vaste expositieruimte hebben geleid tot een gebrek aan gevoelde aanwezigheid van de collectie. EM zal de komende jaren moeten toewerken aan een permanent gevoelde aanwezigheid, oftewel 'presence'. Daarbij dienen ook voorbeelden van andere 'footloose' musea, zoals tot voor kort Museum Rotterdam te worden meegenomen.

3.5 Onderzoek

Vanuit de afdeling Collectie wordt ter voorbereiding aan exposities en activiteiten structureel onderzoek gedaan. Het merendeel van de onderzoekformatie bestaat uit vrijwilligers. Enerzijds maakt dat de continuïteit kwetsbaar, anderzijds is er grote betrokkenheid en loyaliteit onder deze vrijwilligers. Omdat EM onvoldoende middelen heeft om zelf een substantiële onderzoeksstaf in dienst te hebben, wordt intensief en structureel samengewerkt met het RHC/e, Eindhoven in Beeld en het Erfgoedhuis. Hierdoor kan in gezamenlijkheid de kennisontwikkeling op het vlak van erfgoed geborgd worden.



In 2015 heeft de afdeling Collectie op de eerste plaats een verdiepingsonderzoek gedaan binnen de thematiek van vrouwen in de industriestad in het Interbellum. Vanuit deze thematiek is gericht onderzoek gedaan naar uiteenlopende objecten in de collectie. Over diverse objecten is hierdoor meer inzicht verworven over hun cultuurhistorische betekenis en herkomst.

Daarnaast doet EM onderzoek naar industrieel erfgoed in Eindhoven en omgeving. Het afdelingshoofd Collecties heeft in september op het XVIth International TICCIIH Congres rondom het thema *Industrial Heritage in the Twentieth Century, New Challenges* in Rijsel, Frankrijk, een paper gepresenteerd over *The Urban Landscape of Eindhoven: A Reinvention of Its Industrial Heritage*. Het paper is goed ontvangen en hiermee is Eindhoven als stad van industrieel erfgoed onder internationale vakgenoten op de kaart gezet.

Binnen het onderzoeksthema industrieel erfgoed is in 2015 tevens een samenwerking gestart met de afdeling Bouwkunde van de TU/e en bijzondere leerstoel Noord-Brabants Erfgoed. Doel van dit samenwerkingsverband is om in 2017 een gezamenlijke tentoonstelling over industrieel erfgoed en herbestemming te realiseren.

3.6 Collectiebeheer

Bruiklenen

Vanwege het gebrek aan een eigen presentatieruimte, stelt EM zich ruimhartig op in het uitlenen van collectiestukken. In 2015 waren 883 objecten in langdurige bruikleen en 104 in tijdelijke bruikleen.

Daarnaast zijn in 2015 diverse verbindingen gelegd, o.a. met het Van Abbehuis om in 2016 collectiestukken van het museum te exposeren. EM faciliteert initiatiefnemers van tentoonstellingen actief in het gebruik van collectiestukken.

In 2015 heeft Eindhoven op het vlak van onderzoek, presentatie en bruiklenen intensief samengewerkt met Museum 't Oude Slot in Veldhoven voor de tentoonstelling 'Van steen tot staal', over de betekenis van de bijl van prehistorie tot hedendaagse consumentisme. De tentoonstelling liep van 19 april t/m 16 augustus 2015. In korte tijd is in gezamenlijkheid het tentoonstellingsthema bedacht en ontwikkeld. Tenminste een derde van de tentoongestelde bijlen waren afkomstig uit de collectie van EM.

Registratie en ontsluiting

In 2015 is een verdere verbetering aangebracht in de kwaliteit van registratie van objecten. Objecten worden van alle zijden gefotografeerd en geregistreerd. In totaal zijn 7500 objecten nu volgens deze nieuwe richtlijnen geregistreerd. Daarnaast is de voorbereiding gestart om in 2016 alle geregistreerde objecten te kunnen invoeren in Ad Lib. Dit systeem maakt het mogelijk om de database van EM te koppelen aan diverse museale databanken. Hierdoor zal de collectie ook voor derden beter te raadplegen zijn en zal de digitale ontsluiting een vlucht kunnen nemen.

Op verzoek van de Gemeente Eindhoven is samen met stadsarcheoloog Nico Arts onderzoek gedaan naar de relevantie van de collectie voor Eindhoven. Dit onderzoek is in 2014 ingezet en in 2015 afgerond. Van 85% van alle objecten in de collectie is vastgesteld dat deze relevant zijn voor Eindhoven. De resterende 15% van objecten heeft (deels) relevantie voor de Kempenregio en betreft vooral plasticen en penningen. Het ruimtebeslag in de depots is voor dit deel van de collectie zeer gering en er is dan ook geen aanleiding om hier op korte termijn ontzamelbeleid voor te formuleren.



Depots

EM beschikt thans over drie depots, waarvan twee in het RHC/e en een bij Shurgard op de Ruysdaelbaan. Met name de klimaatcondities in de laatste locatie zijn voor verbetering vatbaar. Daarnaast constateert EM dat er inhoudelijk veel raakvlakken zijn met de gemeentelijke archeologie- en kunstcollecties. Om de samenwerking te versterken en inhoudelijk tot één stadscollectie—weliswaar van meerdere eigenaars—te komen, is EM samen met de Archeologische Dienst en de Afdeling Kunst & Economie van de gemeente Eindhoven gestart met een verkenning tot een gezamenlijk depot. Omdat het huidige archeologisch depot op korte termijn zal moeten verhuizen, is nu het momentum ontstaan om deze verkenning concreter invulling te geven. De verwachting is dat in 2016 een gezamenlijk depot gerealiseerd zal kunnen worden.

Educatie staat centraal in alle activiteiten en programma's van EM. Daarbij positioneert EM zich vooral als een 'doe-museum'. Leerlingen, maar ook reguliere bezoekers van jong tot oud, kunnen in uiteenlopende activiteiten en workshops actief het verleden ervaren door zelf verschillende dagelijkse werkzaamheden, rituelen en ambachten van vroeger na te bootsen. Door te doen verwerft het publiek inzicht in het leven van vroeger. Interactief erfgoededucatie-aanbod is voor regulier (recreatief) publiek geconcentreerd in de doe-weken en thema-weekenden en in een beperkt aantal demonstraties en workshop in het reguliere beleef-aanbod in de weekenden.

De educatieve schoolprogramma's van EM richten zich voornamelijk op de midden- en bovenbouw van het primair onderwijs en de onderbouw van het voorgezet onderwijs. Alle



educatieve programma's hebben betrekking op het aanbod van het erfgoedpark. In 2015 bezochten in totaal 13.533 leerlingen het erfgoedpark in schoolverband. Dat is een vermindering van 1118 leerlingen ten opzichte van 2014 toen 14.651 leerlingen het museum aandeden. De omzetten op educatieve groepen vielen in 2015 dan ook lager uit dan begroot. Wel ziet het museum een trend dat meer

programma's met een langere verblijfsduur geboekt worden, waardoor een deel van de teruglopende leerlingaantallen worden gecompenseerd door de afname van duurdere programma's.

Hoewel EM een van de grotere cultuureducatie-aanbieders van Eindhoven is, heeft het museum al jaren te maken met een gestage afname in het aantal educatieve bezoeken. In 2001 telde het museum nog circa 20.000 leerlingen op jaarbasis.

4.1 Inzetten op doorontwikkeling en verbreding

Om tot een goed beeld te komen van de oorzaken achter de trend van dalende schoolbezoeken zijn in 2015 diverse gesprekken met docenten en schoolbestuurders gevoerd en evaluatieformulieren geanalyseerd. Hieruit kwamen een aantal terugkerende factoren naar voren:

- *Prijs*: het aanbod wordt als relatief duur ervaren voor cultuureducatieprogramma's. Daar staat tegenover dat de prijs weer als laag wordt ervaren wanneer programma's als verantwoord schoolreisje worden geboekt.

- Vernieuwing in het aanbod wordt gemist. Veel scholen komen met plezier jaren achter elkaar terug, maar besluiten op enig moment ook andere musea of instellingen te bezoeken.
- De huidige programma's worden als leuk en leerzaam ervaren, maar niet altijd als even inhoudelijk en aansluitend op de leerlijnen en thema's in het onderwijs.
- Lesmateriaal ter voorbereiding en na bezoek wordt gemist.

EM heeft zich als doel gesteld om in de periode 2016-2018 het educatieve aanbod door te ontwikkelen en waar wenselijk geheel te vernieuwen. Daarbij zal enerzijds ingezet worden op verdieping van het educatieve gehalte van de programma's. De *Culturele Ladekast* en de daarin beschreven doorlopende leerlijnen en thema's ten aanzien van erfgoed zullen leidend zijn. Daarnaast zal expliciet ruimte worden ingeruimd voor *21st century skills*. Gezien het 'doekarakter' van het educatieve aanbod van EM is de verwachting dat *21st century skills* goed geïntegreerd kunnen worden in de bestaande programma's.

Anderzijds geven scholen ook aan mogelijkheden te zien in nieuwe thema's, zoals natuur- en milieueducatie, voedsel en programma's waarin creativiteit, samenwerking en samenleven centraal staan. Met de sluiting van het Milieu Educatiecentrum is in Eindhoven natuur- en milieueducatie weggevallen. EM onderzoekt de mogelijkheden om haar educatieve aanbod te verbreden over meerdere thema's.



4.2 Hernieuwen contacten met onderwijs

Vernieuwing komt niet alleen van binnenuit. Daarom wil EM samen met scholen haar educatieve programma's doorontwikkelen. De inhoudelijke en ook praktische wensen van het onderwijs zijn leidend in het herijken van de programmakaders. Dat stelt EM in staat om in te kunnen spelen op de ontwikkelingen in het onderwijs en maakt dat het onderwijs de (ver)nieuw(d)e programma's ervaart als iets wat van scholen is in plaats van voor scholen bedacht.

In 2015 hebben vanuit het team educatie en de directie diverse gesprekken met docenten en schoolbestuurders plaatsgevonden om draagvlak te creëren voor een co-creatief ontwikkelproces van de educatieve programma's. De reacties vanuit de schoolbesturen Salto en SKPO zijn positief. Daarnaast zijn ook contacten gelegd met het Techniekhuis en het Sondervick College en de directie van Scholengroep 't Plein om samenwerking te verkennen voor het VMBO en MBO vakonderwijs. Tevens is op 16 september 2015 een informele kennismakingsbijeenkomst georganiseerd voor docenten uit het middelbaar onderwijs.

Een zestal docenten uit met name het vakonderwijs zijn rondgeleid, waarbij mogelijkheden zijn verkend om het erfgoedpark als opleidingsplaats voor vakonderwijs in te zetten. Vanuit deze docenten is interesse en bereidheid getoond om mee te willen werken aan de doorontwikkeling van de educatieve programma's.

In 2015 is een basis gelegd in het hernieuwen van de contacten met het onderwijs. Vanuit deze basis kan EM de komende jaren samen met scholen haar educatieve programma's verder ontwikkelen.

Marketing

EM had dit jaar te kampen met veel personeelwisselingen in de marketingfunctie. De overdracht en inhuur van tijdelijke invalkrachten hebben een impact gehad om de marketing en dan met name op het vlak van persbewerking. Het opbouwen van relaties met de pers vereist immers een zekere mate van continuïteit. Desondanks heeft EM een aantal diepte-investeringen kunnen doen om de marketingeffectiviteit op lange termijn te vergroten. Daarnaast is per januari 2016 een nieuwe marketeer gevonden en behoren de personeelwisselingen tot de verleden tijd.

5.1 Publieksonderzoek

Met de groei-doelstellingen voor ogen, heeft EM in 2015 sterk geïnvesteerd in het professionaliseren van publieksonderzoek. Het vergroten van het marketingbereik begint met een beter inzicht in bezoekers. Daartoe is het Continue Bezoekersonderzoek van Hendrik Beerda Consultancy ingevoerd. Dit publieksonderzoek stelt EM voortaan in staat om gedetailleerde data te verzamelen over de herkomst van bezoekers, beoordeling van het aanbod, uitgaven, binding met het museum, en hoe zij over EM gehoord hebben. Tevens maakt dit publieksonderzoek het EM mogelijk om landelijk te benchmarken met andere musea en openluchtmusea in het bijzonder. Met de invoering van het Continu Bezoekersonderzoek is de kwaliteit en kwantiteit van publieksdata vergroot en ook beter geborgd.



5.2 Online bereik

In 2015 heeft EM succesvol een *Google Grant* aangevraagd. Deze *grant* is bedoeld voor non-profit organisaties en geeft EM kosteloos de mogelijkheid om maandelijks tot \$ 10.000 aan *add-words* te besteden. Hierdoor is de vindbaarheid en zichtbaarheid van EM online substantieel vergroot. Het museum en ook afzonderlijke activiteiten en programma's komen daardoor veel hoger in de zoekresultaten naar voren. Deze betere vindbaarheid heeft zich tevens doorgezet in een stijging van het aantal bezoekers van de website. Van 62.410 in 2014 naar 67.076 in 2015.



5.3 Voorbereiding ontwikkeling nieuwe website

De huidige website bleek in toenemende mate als gebruiksonvriendelijk te worden ervaren. In de loop van de tijd waren steeds meer items en submenu's toegevoegd, waardoor basisinformatie over openingstijden, aanbod en routing niet voor iedereen snel te vinden was. In 2015 is daarom een proces gestart om een nieuwe website te ontwikkelen. Uitgangspunt is om meer visueel te communiceren en informatie kort en krachtig te presenteren. Daarnaast dient de website de identiteit van een historisch 'doe-museum' meer uit te dragen. Op basis van deze wensen is een ontwikkelkader opgesteld. Een eerste doorvertaling daarvan is gerealiseerd door een landingsite voor de tentoonstelling *Haar stad* te maken. In het eerste kwartaal van 2016 zal de gehele website van het museum in de basis vernieuwd worden. Uitwerking van details geschiedt dan vervolgens gedurende 2016.

Toekomst- en vooruitblik op 2016 en verder

EM maakt al decennia deel uit van de cultuursector Eindhoven. Na een periode waarin de fusie tussen HOME en MKE doorwerkte in de organisatie, het publieksbereik en de zichtbaarheid van EM, staat EM op het kruispunt om de blik naar buiten te richten. EM wil op betekenisvolle wijze bijdragen aan een cultureel klimaat dat het welbevinden, de welvaart en de aantrekkingskracht van Eindhoven versterkt. Voor de periode 2017 - 2020 zijn, tegen deze achtergrond, drie leidende thema's benoemd: vastgoed, nieuw publiek & nieuwe makers en samenwerking (Cultuurscan Eindhoven 2015).

EM geeft de komende jaren concreet uitdrukking aan die thema's. Directie en bestuur van EM werken thans aan een meerjarenbeleidskader, waarin we onze toekomstvisie 2017-2020 in samenhang met deze stadsbrede thema's verwoorden. Binnen dit proces zullen ook de visie, missie en ambitie opnieuw tegen het licht worden gehouden. In het jaarplan 2016 sorteren we hier alvast op voor. Daarbij zijn de volgende kernwaarden leidend: 'Binden & Verbinden'.

Het verleden, het (im)materiële erfgoed en de (volks)cultuur van de regio Eindhoven zijn de 'materialen' waar EM mee werkt. Daarbij heeft EM de ambitie in de lange geschiedenis van 'Begin tot Eindhoven' telkens opnieuw relevante verbindingen te leggen tussen toen, nu en hoe het misschien wordt. Zodoende geven we nieuwe betekenis aan het verleden en diepte aan het heden.

Onze werkmethode zal daarbij vorm krijgen met de focus op binden & verbinden. De traditionele benadering van de geschiedenis, waarbij historische periodes en objecten afzonderlijk worden gepresenteerd, zal plaatsmaken voor presentatie- en interactiemethodieken die verbindingen leggen tussen toekomst, heden en verleden en daarbinnen tussen uiteenlopende domeinen, zoals onderwijs, techniek, ambacht en amateurkunst.

EM draagt bij aan oplossingen voor de drie stadsbrede thema's voor de culturele sector vastgoed, nieuw publiek & nieuwe makers en samenwerking door zich te richten op nieuw publiek, nieuwe verbindingen en het zichtbaar maken van historische stedelijke transformaties.

6.1 Nieuw publiek

EM wil meer bezoekers trekken. Dat is goed voor ons publieksbereik en levert extra eigen inkomsten op. Het gaat EM echter niet om groei alleen. We werken toe naar een sterkere binding met bezoekers, omdat we willen dat ze terug blijven komen (herhaalbezoek) en duurzaam onze naamsbekendheid helpen vergroten. Ongeveer 60% van ons publiek is jonger dan 17 jaar. Dat maakt EM bij uitstek een *instapmuseum*: een plek waar jonge mensen voor het eerst kennismaken met cultuur en erfgoed en later weer terug willen komen. Dat betekent dat we laagdrempelig blijven, met een sterk accent op educatie. EM ziet kinderen en jongeren (van binnen en buiten de regio) als nieuw publiek dat zijn entree maakt in de wereld van cultuur en erfgoed. Ook expats weten EM steeds vaker te vinden. EM zal zich nog sterker op deze nieuwe publieksgroep richten en draagt in combinatie met de rol van 'instapmuseum' bij aan de stedelijke opgave om nieuw cultuurpubliek te trekken.



6.2 Nieuwe verbindingen

EM bouwt zijn rol als 'instapmuseum' ook inhoudelijk verder uit. Bezoekers van binnen en buiten Eindhoven brengen we in contact met het verleden juist door actief verbindingen te maken met actuele ontwikkelingen. Zo worden telkens nieuwe perspectieven op het verleden en heden ontwikkeld.

Daarnaast pakt EM, als grootste speler in de Eindhovense erfgoedsector, zijn positie als verbinder van een altijd nog versnipperd opererende sector. Op het gebied van onderzoek, gezamenlijke programmering, ontwikkeling van educatieve programma's en tentoonstellingen wil EM het knooppunt en de aanjager zijn tussen de Eindhovense erfgoedpartijen.

Verder gaat EM expliciet verbindingen aan met nieuwe makers, zowel amateurs als professionals. We blazen bijvoorbeeld onze langjarige contacten met historische ambachtsgroepen nieuw leven in. De samenwerkingsrelaties die we hebben met scholen, in het bijzonder de technische vakopleidingen in het vmbo en mbo, gaan we verder versterken. EM kent de traditie van het maken: die laten we dagelijks zien.

En we zijn op zoek naar de 'nieuwe makers': mensen die ontwerpen, technologie ontwikkelen en het nieuwe ambacht vormgeven. Daarbij is ook nadrukkelijk ruimte voor amateurkunst, waarbij het erfgoedpark fungeert als tijdelijk podium voor de beoefening van fotografie, toneel en muziek.

6.3 Zichtbaar maken van historische stedelijke transformaties

EM heeft in tegenstelling tot veel culturele instellingen niet te kampen met hoge vastgoedlasten. Wel kent EM een grote investeringsopgave om de komende jaren replica's van historische gebouwen op het erfgoedpark te vervangen en bij te bouwen. Daarbij willen we niet de gebouwen vooropzetten, maar richten we ons nadrukkelijk op de educatieve meerwaarde van de bouwprocessen. Zo leggen we voor het publiek op inzichtelijke wijze verbindingen tussen historische en eigentijdse ambachten en technieken en demonsteren we de ontwikkeling van gebouwen in relatie tot de historische ontwikkeling van Eindhoven .



EM heeft geen permanente tentoonstellingsruimte voor de Stadscollectie. Dat brengt EM in de unieke positie om met onze collectie bij te dragen aan de culturele programmering van plekken in de stad die een transformatie ondergaan. Te denken valt aan het Designhuis, klooster Mariënhage, de Schellensfabriek, het Campina-terrein of Strijp T. We gebruiken erfgoed en cultuur om voor een breed publiek die historische transformaties inzichtelijk te maken: hoeveel toekomst het verleden bevat en hoeveel geschiedenis vaak toch in een nieuw begin zit.

6.4 Doelen 2016 - 2020

Om onze ambities te realiseren moet EM op meerdere fronten resultaten boeken. Randvoorwaarde hiervoor is dat de organisatie zich verder professionaliseert om nieuwe samenwerkingen en verbindingen effectief te kunnen faciliteren. Op bedrijfseconomisch vlak moet EM haar cultureel ondernemerschap vergroten om meer investeringsruimte te creëren die noodzakelijk is om de toekomstambities te realiseren. Verhoging van de zichtbaarheid en de kwaliteit van het aanbod hebben daarbij prioriteit. Voor de periode 2016 - 2020 zijn zes hoofddoelen gesteld, die ieder in twee samenhangende deeldoelen zijn uitgewerkt. De doelen voor het jaarplan 2016 zijn hiervan afgeleid.

6.5 Bedrijfseconomische doelen

a. Vergroten publieksbereik

In de komende vijf jaar zet EM in op een groei van 40.000 naar 60.000 bezoeken per jaar, oftewel een stijging van ten minste 4.000 bezoekers per jaar. De huidige daling in educatieve bezoeken (schoolbezoeken) maakt plaats voor stabilisering op 15.000 bezoeken (gezien de afname in het aantal schoolgaande kinderen is substantiële groei weinig realistisch).

b. Vergroten eigen verdienvermogen

EM versterkt het eigen verdienvermogen. De verhouding tussen subsidie-inkomsten en eigen inkomsten groeit van de huidige 60 : 40 naar 50 : 50. Dit betekent een stijging van circa twee procent per jaar. Daarbij wordt ook nadrukkelijk ingezet op fondsenwerving

6.6 Vergroten en verbreden publieksbereik

a. Vergroten zichtbaarheid en bekendheid

EM wil zichtbaarder en bekender worden om zo meer bezoekers en boekingen te realiseren en het eigen verdienvermogen te vergroten. In de marketing wordt sterker ingezet op online marketing en klantbinding. Op het vlak van commerciële arrangementen zal de nadruk op sales en acquisitie liggen. EM beoogt over vijf jaar een net promotor score van +40 te realiseren (de huidige score is onbekend; in 2015 vond een nulmeting plaats).

b. Verhogen aantrekkelijkheid aanbod

Vergroten en verbreden van het publieksbereik gaat samen met het verhogen van de belevingsintensiteit van het publieksaanbod. EM streeft naar een gemiddelde bezoekersbeoordeling van ten minste een 8,4 (0,3 hoger dan het Noord-Brabantse gemiddelde van 8,1 voor musea en in lijn met de gemiddelde bezoekersbeoordeling van openluchtmusea landelijk). Het erfgoedpark moet daarbij weer dé plek worden voor experimentele archeologie in Noord-Brabant. De Stadscollectie onderscheidt zich met verrassende tentoonstellingen op bijzondere locaties.

6.7 Koppositie in cultuureducatie verzilveren

a. Verder ontwikkelen huidige aanbod

Met circa 14.000 schoolbezoeken per jaar heeft EM in Eindhoven een koppositie op het gebied van cultuur- en erfgoededucatie. EM wil deze positie verder versterken door samen met basisscholen de huidige programma's verder te ontwikkelen en nauwer te laten aansluiten op kerndoelen en doorlopende leerlijnen.

b. Werkatelier voor het nieuwe ambacht

EM zoekt actief samenwerking op met vakopleidingen op het vlak van het nieuwe ambacht en techniek. EM brengt daarbij concrete (klus)projecten en historische ambachtsvaardigheden in, die leerlingen helpen de materialen waar zij mee werken beter eigen te maken en hun technische en sociale vaardigheden te ontwikkelen.

6.8 Vervanging gebouwen en herinrichting erfgoedpark

a. Een aantrekkelijker erfgoedpark

In een ontwikkeltraject van tien jaar gaat EM het erfgoedpark beter inrichten om toe te werken naar een bezoekerspotentieel van 80.000 per jaar. Dat vergt een attractieve herinrichting van de locatie, vervanging van en groot onderhoud aan bestaande gebouwen, alsook nieuwbouw. Vervanging, groot onderhoud en nieuwbouw - een investering die we ramen op ten minste 1 miljoen euro - zijn nodig om het basisaanbod een kwaliteitsimpuls te geven en nieuw publieksaanbod te kunnen realiseren. De middelen hiervoor verwerft EM uit fondsbijdragen, sponsoring en eigen inkomsten (hogere bezoekersaantallen (kaartverkoop) en commerciële activiteiten).

b. Nieuw- en herbouw als educatieve attractie

EM grijpt de (her)bouw van historische replica's aan om scholen en regulier publiek te laten participeren in historische bouwprocessen. De toepassing van historische technieken, verschillende bouwfases en vergelijkingen met hedendaagse bouwprocessen worden voor het publiek inzichtelijk gemaakt. EM grijpt deze bouwprocessen aan om samenwerkingen met vak- en archeologische opleidingen te initiëren en zo met experimentele archeologie bij te dragen aan wetenschappelijk onderzoek.

6.9 Vergroten publieksbereik en mobiliteit van de EM stadscollectie

a. Ontwikkeling en implementatie meerjarenpresentatiestrategie

EM ontwikkelt een meerjarenpresentatiestrategie om zonder eigen expositieruimte structureel bij te dragen aan de culturele programmering van de stad Eindhoven en omgeving. Het streven is om jaarlijks vanuit de Stadscollectie een substantiële tentoonstelling op een tijdelijke locatie in Eindhoven te organiseren, waarin een actueel thema door EM van historische betekenis wordt voorzien.

b. Vergroten collectiemobiliteit

EM versnelt het proces waarin de collectie wordt gedigitaliseerd en beschreven en ontsluit deze online voor een breed publiek. Het collectieplan wordt herijkt, waarbij heldere lijnen voor de collectie geformuleerd worden. Deze uitgangspunten vormen de criteria op basis waarvan collectiedelen worden afgestoten en nieuwe objecten verworven. Met de collectiebeschrijving en digitale ontsluiting op orde worden de mogelijkheden om objecten uit te lenen vergroot en neemt de collectiemobiliteit toe.

6.10 Professionalisering organisatie

a. Verbreden en intensiveren samenwerking

EM zal zich nog explicieter dan nu al het geval is toeleggen op samenwerking met andere partijen in de erfgoed- en cultuursector in Eindhoven en de regio. We verstevigen onze co-creatieve uitgangspunten en projectmatige manier van werken. Hiertoe zal onze eigen bedrijfscultuur nog 'opener' moeten worden: nieuwsgierigheid, ondernemerschap en creativiteit zijn een basishouding.

b. Professionaliseren organisatie

EM zal op de kernfuncties marketing, educatie en publiek & presentatie geherstructureerd moet worden. De aansturing en bezetting moeten inhoudelijk worden verzaamd (geacademiseerd) om de noodzakelijke innovatie van het publieks- en educatieve aanbod te bewerkstelligen.

De doelen 2015 - 2020 staan in onderling verband tot elkaar. In het onderstaande schema zijn deze relaties weergegeven:



De bovenstaande figuur illustreert dat een professionelere organisatie de noodzakelijke basis vormt om de ambities op het vlak van aanbod en marketing zodanig te kunnen realiseren dat het publieksbereik toeneemt en daaraan gekoppeld ook het eigen verdienvermogen. Omgekeerd maakt een groter eigen verdienvermogen het weer mogelijk om meer investeringen te doen in marketing (publieksbereik), ontwikkeling van aanbod en professionalisering van de organisatie.

Prestatie-indicatoren

Tentoonstellingen	Totaal
Totaal aantal bezoeken	
- activiteiten	2
- bezoekers	1073
Betalende bezoekers	470
Niet betalende bezoekers	603

Overige activiteiten interactief aanbod erfgoedpark

- Kijkdagen	
- activiteiten	19
- bezoekers	2074
- Beleefdagen	
- activiteiten	22
- bezoekers	4136
- Doe weken (mei-, zomer- en herfstvakantie)	
- activiteiten	3
- bezoekers	13.155
- Thema activiteiten	
- activiteiten	4
- bezoekers	2525
- Evenementen	
- activiteiten	3
- bezoekers	1584
- Groepsarrangementen	
- activiteiten	86
- bezoekers	4033

Overige activiteiten onderwijs

- Educatieve programma's PO	
- activiteiten	279
- bezoekers	10608
- Educatieve programma's VO	
- activiteiten	38
- bezoekers	2925

Objecten

Aantal objecten	23.000
Tentoongesteld	170
Gedigitaliseerd	7500
Verleend in bruikleen	987

Verkorte jaarrekening

Financiële verantwoording

Balans per 31 december 2015 (2014)

	31-12-2015	31-12-2014
Activa		
Vaste activa		
Materiële vaste activa	164.443	172.614
Vlottende activa		
Voorraden	11.815	11.764
Vorderingen	87.008	80.212
Liquide middelen	<u>237.230</u>	<u>109.082</u>
Totaal Activa	500.496	373.672
Passiva		
Eigen Vermogen		
Algemene reserve	3.646	-118.004
Bestemmingsreserve	22.002	22.002
Voorzieningen	217.051	339.739
Kortlopende schulden	<u>257.797</u>	<u>129.935</u>
Totaal Passiva	500.496	373.672

In 2015 is er een vrijval van de voorziening groot onderhoud ten gunste gebracht van het resultaat. Deze vrijval bedroeg € 140.000 en was bedoeld om het negatieve vermogen van de Algemene Reserve om te zetten naar een positief vermogen.

Staat van baten en lasten 2015 (2014)

	2015	2014
Baten		
Opbrengsten activiteiten	432.359	427.638
Subsidies en overige bijdragen	<u>778.925</u>	<u>1.105.916</u>
Totaal Baten	1.211.284	1.533.554
Lasten		
Personeel	817.654	776.193
Backoffice	85.378	64.019
Facilitaire dienst	-78.655	54.683
Huisvestingskosten	41.418	49.827
Promotie	22.695	30.377
Collectie	85.767	9.756
Programma's	42.774	51.116
Frontoffice	43.678	33.666
Afschrijvingen	29.601	439.097
Overige lasten	<u>-676</u>	<u>2.818</u>
Totale Lasten	1.089.634	1.511.552
Exploitatiesaldo	121.650	22.002

Het resultaat van € 121.650 is ten gunste gekomen aan de Algemene Reserve. Deze is van - € 118.004 toegenomen naar € 3.646.