

# eindhoven museum

Jaarverslag 2018



# Inhoudsopgave

<b>Voorwoord</b>	4
<b>1. Het museum – visie, beleid en organisatie</b>	5
1.1 Het museum	
1.2 Beleid in vogelvlucht	
1.3 Organisatie	
<b>2. preHistorisch Dorp</b>	17
2.1 Doorontwikkeling vaste publieksactiviteiten	
2.2 Evenementen en thema activiteiten	
<b>3. Eindhoven museum – Museum door de stad</b>	27
3.1 Collectiebeheer	
3.2 Collectiemobiliteit	
3.3 Onderzoek	
3.4 Museum door de Stad	
<b>4. Educatie</b>	35
4.1 Educatie als speerpunt	
<b>5. Cultureel en maatschappelijk ondernemerschap</b>	37
5.1 Maatschappelijk ondernemerschap	
5.2 Cultureel ondernemerschap	
5.3 Bedrijfsvoering	
3.4 Museum door de Stad	
<b>6. Marketing</b>	43
6.1 Marketingstrategie	
6.2 Marketingbereik	
<b>7. Toekomst - en vooruitblik op 2019 en verder</b>	47
Meerjarenbeleidsplan 2017-2020	
Samenvatting jaarplan 2019	
<b>8. Presentatie-indicatoren</b>	53
<b>9. Verkorte jaarrekening</b>	55

**“Laat de toekomst  
maar komen, want onze  
geschiedenis bewijst dat we  
er klaar voor zijn!”**

---



# Voorwoord

In alle opzichten was 2018 een feestjaar. Zo vierden we niet alleen het 35e lustrum van het preHistorisch Dorp, we vestigden ook een historisch record met 66.876 bezoeken en we realiseerden het hoogste bedrag aan fondsenwerving in jaren. Net zo belangrijk is wel de nieuwe koers die Eindhoven Museum (EM) in heeft geslagen met het meerjarenprogramma Museum door de Stad. Na jaren van zoeken, en uitproberen hoe we het beste onze collectie kunnen presenteren zonder vaste expositie, hebben we nu een radicaal en innovatief antwoord gevonden: we reizen de komende drie jaar als een keten van events door de stad met interactieve installaties.

We hebben daarbij geleerd dat je in Eindhoven het verleden alleen boeiend en inspirerend maakt als je het actief verbindt met het heden en de (nabije) toekomst, want Eindhoven is een stad die bezig is met de vragen van morgen. Terugkijken zit nauwelijks in ons DNA. Door te laten zien dat historische gebeurtenissen vandaag de dag nog doorwerken en ook onze toekomst voor een deel bepalen, legt EM op begrijpelijke wijze verbindingen met het verleden. Dat doen we op zo'n manier dat het aansluit bij de mentaliteit van onze stad. Museum in de Stad is het eerste in zijn soort in Nederland en hopelijk kan het een voorbeeld zijn voor andere musea met soortgelijke vraagstukken.

Museum door de Stad is meer dan een antwoord op ons collectievraagstuk; het vormt ook een brug naar de toekomst van ons museum. Nu de opschaling van EM als project is opgenomen in de voorzieningenpijler van de Regio Deal, is het zaak de blik vooruit te richten en de stad hierbij te betrekken. Museum door de Stad vormt in dit kader een driejarige activatiecampagne om Eindhovenaren te betrekken bij het verleden van hun stad en bij de toekomstige ontwikkelingen van EM. Het experimentele karakter van het programma maakt dat we alle ruimte hebben om nieuwe presentatievormen uit te proberen. Het biedt ons museum een uniek laboratorium om het cultuurhistorisch museum van de toekomst verder uit te denken en vooral te testen. Hiermee is EM een sprekend voorbeeld van de experimentele innovatiementaliteit die Eindhoven en de Brainport Regio kenmerkt.

Dat de beweging die EM maakt opvalt en vertrouwen wekt, blijkt wel uit het feit dat op de valreep van 2018 het bestuur van Brainport Development ons een bijdrage van € 100.000 toekende om een haalbaarheidsonderzoek naar de opschaling van het museum te doen.

Laat de toekomst maar komen, want onze geschiedenis bewijst dat we er klaar voor zijn!

**dr. Ward Rennen, Directeur Eindhoven Museum**

# 1. Het museum – visie, beleid en organisatie

---





## 1.1 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 een moderne industriestad 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 EM een stadshistorische collectie met circa 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 (prehistorische tijdsaanduiding vergelijkbaar met onze maanden) lang bewoond zoals destijds. Archeologen en historici van heinde en verre waren dolenthousiast over het experiment en zijn educatieve potentie. Dankzij een Europese subsidie werd het prehistorisch dorp in 2001 uitgebouwd met reconstructies uit de middeleeuwse geschiedenis van Eindhoven en ommeland en werd het Historisch OpenluchtMuseum Eindhoven (HOME).

Medio 2012 fuseerden de stichtingen HOME en Museum Kempenland Eindhoven (MKE). Zo kwam 2500 jaar geschiedenis onder één dak. De nieuwe naam was Eindhoven Museum (EM): één organisatie met twee museumdelen, die de geschiedenis, kunst en cultuur van stad en ommeland niet alleen laten zien, maar ook tastbaar en beleefbaar maken. EM groeide de laatste jaren gestaag van circa 40.000 naar 70.000 bezoekers in 2018. Circa 15.000 daarvan zijn schoolbezoeken. Hiermee zijn we een van de grotere regionale spelers op het vlak van cultuur- en erfgoededucatie.



In 2016 is de naam preHistorisch Dorp ingevoerd voor het openluchtmuseum (voormalig HOME) van EM. In Eindhoven en omgeving stond het openluchtmuseum altijd al onder die naam bekend. Door deze naam te voeren als herkenbaar bezoekersmerk wordt de bekendheid en (online) vindbaarheid van dit deel van het museum vergroot.

## 1.2 Visie

### “Je kunt alleen aan de toekomst werken als je weet waar je vandaan komt”

EM werkt vanuit de overtuiging dat werken aan de toekomst niet kan zonder begrip en kennis van het verleden. Elke ontwikkeling heeft immers een maatschappelijke bedding en wortelt in de historisch gevormde identiteit van Eindhoven en de regio.



#### Missie

Vanuit deze visie heeft EM de missie om voor een breed publiek inzichtelijk te maken hoe Eindhoven zich heeft ontwikkeld en hiermee bij te dragen aan een beter begrip van het heden en een scherpere visie op de toekomst.

#### Ambitie

EM is één organisatie met twee museumdelen 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 ontwerp denken.

## 1.3 Beleid in vogelvlucht

### Eén museumorganisatie, twee musea

EM maakt de Eindhovense stadsgeschiedenis in al haar facetten voor een breed publiek ervaarbaar en zichtbaar. Het preHistorisch Dorp is daarbij de vaste stek voor het tonen van de vroege geschiedenis van de stad. De moderne stadsgeschiedenis brengt EM met de collectie voor het eerst dit jaar onder de aandacht met het meerjarenprogramma Museum door de Stad. Dit programma brengt op steeds wisselende locaties de geschiedenis en collectie dichtbij het publiek. Hiermee beschikt EM over een mobiel museum dat als een snoer van activiteiten door de stad trekt. We benaderen het preHistorisch Dorp en de collectie ieder vanuit hun eigen identiteit en werken daarbij aan passende presentatievormen: één organisatie, twee musea.

EM heeft een rijke traditie in het op een levendige, persoonlijke en interactieve wijze beleefbaar maken van de geschiedenis. Daarmee heeft EM in het Eindhovense culturele landschap de positie verworven van een instapmuseum: een plek voor een eerste kennismaking met erfgoed, cultuur en museumbezoek; een plek waar mensen op een toegankelijke manier worden betrokken bij hun (gedeelde) verleden.



### Het museum als netwerker

EM werkt samen met uiteenlopende partijen in de stad en regio vanuit de visie dat erfgoed en geschiedenis pas tot volle betekenis kunnen komen als deze in bredere maatschappelijke samenhang ontsloten worden. Het programma Museum door de Stad is hier bij



uitstek het voorbeeld van. Voor het eerst in lange tijd is EM weer een intensieve samenwerking aangegaan met Eindhovense ontwerpers, waarvan Lucas Maassen, Jelle Mastenbroek en Chloé Rutzerveld gevestigde namen zijn en Mies Loogman en Zoë Jacobs jong talent. Op die manier vervullen we bij uitstek onze rol als opdrachtgever door bij te dragen aan de talentontwikkeling van jonge kunstenaars en ontwerpers. Naast het verder bestendigen van onze maatschappelijke netwerken met o.a. Bibliotheek Eindhoven, de Bis-instellingen, primair en voortgezet onderwijs, Fontys en TU/e hebben we de banden met de Dutch Design Week aangehaald en met meer autonome collectieven, zoals de makers Sectie C en de initiatiefnemers van het Warehouse of Innovation.



### **Gezonde financiën**

Bestuur en directie streven naar een gezonde financiële uitgangssituatie, zodat beperkte tegenvallers binnen de exploitatie opgevangen kunnen worden. EM heeft geen langlopende schulden en een groeiend positief vermogen. Bestuur en directie hebben als doel om het weerstandvermogen voldoende te laten aangroeien om onvoorziene tegenvallers in de toekomst op te kunnen vangen. Hiervoor is een risicoparagraaf opgesteld, die tweejaarlijks wordt geactualiseerd.

In 2018 hebben we de budgetten voor onderhoud, marketing en ontwikkeling en vernieuwing van aanbod mee kunnen laten groeien met de voorziene stijging in bezoek. Doordat EM de afgelopen

jaren het eigen verdienvermogen heeft weten te vergroten en op personeelskosten heeft bespaard, is er voldoende ruimte ontstaan om meer te kunnen investeren in collectie-activiteiten. EM heeft voor 2018 € 70.000 out of pocket kosten aan eigen bijdragen kunnen budgetteren voor Museum door de Stad. Voor 2019 en 2020 ruimen we eenzelfde bedrag in. Aan fondsenwerving is voor de gehele looptijd van het programma een bedrag van € 377.500 gerealiseerd. Het is daarbij fijn om te zien dat het Mondriaan Fonds, VSB Fonds en ook BKKC vertrouwen hebben in onze innovatieve opzet. Het publieksbereik is als gevolg van de investeringen in Museum door de Stad en de programmering in het preHistorisch Dorp substantieel gegroeid. In totaal werden circa 70.000 bezoeken gerealiseerd en daarmee werd het bezoekersrecord van het museum gevestigd.

In tegenstelling tot voorgaande jaren zijn de personeelslasten niet verder teruggebracht. Groei in bezoek vereist dat de vaste formatie op peil wordt gehouden en goed geleide uitbreiding van de seizoenformatie plaatsvindt. Evenwel wordt de vaste personeelsformatie zo compact mogelijk gehouden om de financiële wendbaarheid van de organisatie op het vlak van personeelslasten te behouden. Om de professionalisering van de organisatie te kunnen doorzetten is daarom niet ingezet op een toename van formatieplaatsen, maar vooral door beter gekwalificeerde en dus duurdere krachten aan te trekken. De personeelslasten zullen naar verwachting de komende jaren geleidelijk stijgen in lijn met een toename van de eigen inkomsten.

Om een verdere verhoging van het eigen verdienvermogen te kunnen realiseren is per 1 november 2018 een operationeel manager ad interim voor een periode van een half jaar aangetrokken om de logistieke, bedrijfsmatige en commerciële werkprocessen te optimaliseren. We verwachten hierdoor capaciteit op operationele zaken te kunnen besparen en daarmee de aandacht te kunnen verleggen naar het vergroten van het eigen verdienvermogen, zoals commerciële verhuur, evenementen en arrangementen. Dat vergt een verdere professionaliseringslag binnen de organisatie en zal in 2019 en 2020 stapsgewijs worden doorgevoerd.

Met het oog op het onderhoud van de historische reconstructies in het preHistorisch Dorp, heeft het bestuur besloten dat de voorziening groot onderhoud verhoogd dient te worden. De prognose is dat de komende 15 jaar aan drie tot mogelijk vier gebouwen majeure renovatie werkzaamheden zullen moeten plaatsvinden. De kosten hiervoor zijn per gebouw geraamd op € 150.000. Het huidige niveau van de voorziening groot onderhoud is ontoereikend om deze kosten te kunnen dekken. Om die reden zal de dotatie voorziening groot onderhoud vanaf 2018 € 29.500 bedragen.

In 2018 is een positief exploitatiesaldo van € 6.264 gerealiseerd. Het resultaat is naar rato van het percentage subsidie verdeeld over de bestemmingsreserve bij Cultuur Eindhoven en het aankoopfonds voor de verwerking van nieuwe collectiestukken en nieuwbouw van historische reconstructies.

## 1.4 Organisatie

### Bestuur

EM is een stichting met een ANBI-status. Het bestuur hanteert de Governance Code Cultuur en komt tweemaandelijks formeel bijeen, wat neerkomt op zes bestuursvergaderingen in 2018, waarvan een vergadering zonder de directeur. De verantwoordelijkheden van het bestuur zijn statutair vastgelegd. Er wordt gewerkt met een bestuur-directiemodel, waarbij de directeur geen lid is van het bestuur, maar conform de statuten door het bestuur een volmacht heeft voor de dagelijkse bedrijfsvoering en financiële zaken, voorbereiding en uitvoering van strategie, waaronder het artistieke en zakelijke beleid en het onderhouden van externe relaties. De directeur voorziet het bestuur proactief van beleidsvoorstellen. Besluitvorming daarover ligt bij het bestuur. De directeur legt vanuit die taakverdeling direct verantwoording af aan het bestuur en wordt jaarlijks in een functioneringsgesprek beoordeeld. Met de accountant is een protocol opgesteld voor het aangaan van financiële verplichtingen, waarbij het vier ogen principe wordt toegepast in het betalingsverkeer.



Bij de controle op de jaarrekening vindt overleg plaats tussen de penningmeester van het bestuur en de accountant.

Het bestuur voorziet dat een bestuursmodel met een directeur-bestuurder en raad van toezicht (RvT) in de toekomst beter aansluit bij de ontwikkeling van de organisatie en de groeiende verantwoordelijkheid van de directeur. Echter, in de huidige ontwikkelfase van de organisatie is actieve inzet van bestuursleden op diverse dossiers in samenwerking met de directeur gewenst en zou een RvT model nog te veel op afstand staan.

Bestuursleden ontvangen geen vaste vergoeding en krijgen alleen direct aan het bestuurslidmaatschap te relateren onkosten, zoals reiskosten, vergoed. Onkostenvergoedingen blijven ruim binnen de WNT normen. Declaraties worden door de boekhouder en de accountant op correctheid gecontroleerd. Bestuursleden hebben geen nevenfuncties die tot (de schijn van) belangenverstrengeling leiden.

### In het bestuur hadden de volgende personen in 2018 zitting:

Naam	Bestuursfunctie	Leeftijd	Professie	Nevenfuncties	Termijn
Hans Moors	Voorzitter	52	Ondernemer	Geen	3e
Merel Franke	Secretaris	38	Advocaat	Geen	3e
Robert van Vught	Penningmeester	58	Fiscalist	Geen	3e
Jean-Bernard Martens	Bestuurslid	62	Wetenschapper	Geen	1e
Karin Mastenbroek	Bestuurslid	46	Consultant	Bestuurslid Rehdo	1e
Nol van Beurden	Bestuurslid	62	Onderwijs bestuur	Bestuurslid alumni- vereniging NSO Ledenadviseur VO-raad	1e
Ward Rennen	Bestuurslid	40	Museum-directeur	Bestuurslid Het Filiaal Theatermakers Lid RvA Utrechts Ondernemersfonds Eigenaar PlaceMaker	N.V.T
	Directie (geen lid van bestuur)				

Het bestuur komt deels voort uit de besturen van de Stichting Historisch OpenluchtMuseum Eindhoven en Stichting Museum Kempenland Eindhoven. Van deze stichtingen is Stichting Museum Kempenland alleen nog actief in verband met het juridisch eigenaarschap van de collectie. Het dagelijks beheer hiervan ligt bij de Stichting Eindhoven Museum. Bestuursleden van de Stichting EM zijn daarom ook altijd lid van de Stichting Museum Kempenland Eindhoven en de directeur heeft een volledige volmacht om de dagelijkse uitvoering op zich te nemen.

Het bestuur heeft met het oog op een goede bestuurlijke balans tussen vernieuwing en continuïteit voor 2019 een rooster van aftreden in werking gesteld. In 2017 zijn drie nieuwe bestuursleden toegetreden,



die inmiddels hun rol binnen het bestuur en in de museumorganisatie hebben gevonden. Dat maakt de weg vrij voor de lang zittende leden in het bestuur, namelijk de voorzitter, secretaris en penningmeester om in 2019 af te treden. Na afronding van het haalbaarheidsonderzoek naar de opschaling van EM in het kader van de Regio-Deal, zal de voorzitter aftreden. In de tussentijd zullen opvolgers voor de secretaris en penningmeester worden gezocht.

Het bestuur heeft tijdens de bestuursvergadering van 11 december 2018 besloten om extern advies in te winnen en zich te laten adviseren over de herverdeling van bestuurdersprofielen en de werving van nieuwe bestuursleden. Daarbij stelt het bestuur zich expliciet tot doel om de culturele en gender diversiteit in de samenstelling van het bestuur te vergroten door hier gericht op te werven. Hiertoe zal begin 2019 een extern recruitmenttraject worden opgestart.



### **Verslag activiteiten Bestuur**

Het bestuur heeft naast de reguliere taken, zoals het vaststellen van het jaarplan, goedkeuren van de begroting en het volgen en controleren van de voortgang op het jaarplan, de volgende activiteiten ondernomen:

#### **Risicobeheersing**

- De risicoparagraaf die in 2017 is vastgesteld, is op verzoek van het bestuur opnieuw tegen het licht gehouden. De uitkomst na consultatie van onze accountant is dat het weerstandsvermogen de komende jaren zal moeten groeien tot maximaal 25% van de reguliere exploitatiekosten om een voldoende buffer te hebben om onvoorziene risico's te kunnen dekken.



## Governance

- Zelfevaluatie;
- Werven en inwerken van nieuwe bestuursleden en het voorbereiden op het in werking treden van het rooster van aftreden in 2019;
- Naar aanleiding van de toetreding van nieuwe bestuursleden het inhoudelijk gesprek voeren binnen het bestuur en met de directie over taken, rollen en verantwoordelijkheden;
- Uitvoeren extern onderzoek naar loongebouw organisatie;
- Het houden van een personeelsvergadering.

## Toekomstige ontwikkelingen

- Regio Deal Opdrachtverlening tot ontwikkeling toekomstschetsen en inhoudelijke conceptlijnen voor de uitbreiding van het preHistorisch Dorp en stadsmuseum.

## Organisatie

EM heeft de afgelopen jaren stapsgewijs veranderingen in de organisatiecultuur en het competentieniveau van medewerkers doorgevoerd om op professionele wijze het museumbedrijf invulling te geven. In 2016 en 2017 is daartoe een eerste basis gelegd. De harde groei in bezoekers maakt evenwel dat EM zich met een nieuwe realiteit geconfronteerd ziet, die hogere eisen aan de organisatie stelt. Verwachtingen van bezoekers stijgen en hogere standaarden dienen gerealiseerd te worden op onderhoud, schoonmaak, veiligheid en publieksbegeleiding. Dat brengt hogere kosten met zich mee, die EM vervolgens dient terug te verdienen door hogere omzetten in de museumwinkel, horeca, entree en arrangementen te boeken. Voor de organisatie betekent dit dat de operationele en marketingfuncties verder ontwikkeld moeten worden en interne processen efficiënter moeten verlopen. Hiertoe heeft EM dit jaar de volgende stappen ondernomen:

- Aan de hand van een heisessie hebben medewerkers samen met de directeur de belangrijkste aandachtspunten in de organisatie benoemd en aanknopingspunten geformuleerd voor verbetering.
- Er is een meerjarig traject gestart om rollen, taken en verantwoordelijkheden onderling beter af te stemmen.
- Hiertoe is ook een medewerkershandboek geactualiseerd, zodat alle medewerkers zich kunnen conformeren aan eenduidige afspraken, verplichtingen en rechten.
- Functieomschrijvingen voor medewerkers zijn geactualiseerd wanneer hun rol veranderde. Hierbij worden taken, rollen en verantwoordelijkheden nadrukkelijker vastgelegd.
- Meer medewerkers hebben het afgelopen jaar opleidingen gevolgd om zich verder te bekwamen in hun werkzaamheden.

Het tempo en de resultaten die gemaakt moesten worden om EM als organisatie aan te laten sluiten bij de nieuwe realiteit, waarbij hogere eisen aan het museum worden gesteld, bleven echter achter. Naast de bovengenoemde stappen zagen bestuur en directie zich dan ook genoodzaakt om enkele substantiële organisatieveranderingen door te voeren, omdat op een aantal kritieke punten in de organisatie, waaronder bedrijfsvoering, collectie en marketing, een ander competentieniveau vereist bleek te zijn.

Dat heeft ertoe geleid dat de functie van de manager bedrijfsvoering en het hoofd collectie zijn komen te vervallen en de marketingfunctie opnieuw is ingericht. Door langdurig ziekteverzuim van het hoofd collectie is de afdeling collectie opgeheven en onderdeel geworden van de afdeling presentatie, die wordt geleid door het hoofd presentatie. Om majeure veranderprocessen op het vlak van bedrijfsvoering te kunnen inzetten is een operationeel manager ad interim aangesteld voor de periode van een half jaar. Deze heeft de taak om werkprocessen opnieuw in te richten. Dat geeft het bestuur en de directie de ruimte om een structurele invulling op het gebied van bedrijfsvoering zorgvuldig te kunnen onderzoeken. Voor de marketingfunctie zijn stappen ondernomen om in 2019 de focus te verleggen naar online. Hiertoe is eind 2018 een nieuwe online marketeer geworven. De organisatieverandering heeft geleid tot het vertrek van drie medewerkers. De daaruitvoortkomende frictiekosten vallen binnen de exploitatie van boekjaar 2018.





## 2. preHistorisch Dorp

---





## 2.1 Doorontwikkeling vaste publieksactiviteiten

Het preHistorisch Dorp heeft in 2018 54.456 bezoekers ontvangen. Daarvan was 35.104 regulier publiek, 3.279 in arrangementenverband en 16.073 educatief bezoek in (school)verband. Het totale bezoekersaantal (recreatief, arrangementen en educatief bezoek samen) is met 3,5% gestegen ten opzichte van 2017.

Educatie staat centraal in alle activiteiten en programma's van EM. Daarbij positioneert EM het preHistorisch Dorp 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 weekenden en vakantieweken. Tijdens de schoolweken was in 2018 gedurende de weekdays één Tijdgids actief die zich speciaal bezig hield met de gewone bezoekers, terwijl de Groepsbegeleiders zich volledig concentreerden op de schoolklassen. De dienstdoende Tijdgids verzorgde een rondleiding en bood activiteiten aan als kanovaren, boogschieten en hout kloven.

2018 stond in het teken van een vernieuwingsimpuls van het bemande aanbod in het preHistorisch Dorp. Betere gidsen hebben ervoor gezorgd dat de nadruk meer kwam te liggen op beleven en ervaren en minder op het 'uitvoeren van activiteiten'. Zo maak je als bezoeker onderdeel uit van het verleden en krijg je meer een totaalindruk. Persoonlijke interactie met de Tijdgidsen is daarin het sleutelwoord.





In navolging van 'De Tijd kijker' is 'De Tijdspeurder' ontwikkeld. Een toevoeging aan de App die zeer succesvol blijkt. In feite is het een traditionele speurtocht, maar dan in augmented reality vorm waardoor er ook mogelijkheid tot interactie is – zonder tussenkomst van een Tijdgids in dit geval. Op drie plaatsen in het park kun je hiermee selfies maken en op zes plaatsen kun je een archeologisch object vinden, waarmee vervolgens een opdrachtje uitgevoerd moet worden door middel van een scancode. Het speur-aspect maakt dat je deze app goed samen kunt doen. We zien dan ook dat families veelvuldig samen met één telefoon aan de gang gaan. Dat is een positieve ontwikkeling dat de identiteit van het preHistorisch Dorp als samen-doen-museum versterkt.

Naast het vaste aanbod zijn ook vaste publieksactiviteiten dit jaar vernieuwd en/of uitgebreid:

- Ambachtenlab: het woensdagmiddagprogramma is omgevormd tot een 'historische knutselclub'. Hoewel het aantal vaste deelnemers nog bescheiden is, zien we wel dat dit concept voedingsbodem heeft. In het ambachtenlab is namelijk tijd (twee uur) om aan grotere werkstukken te werken dan bij de normale activiteiten die we aanbieden. Onder de onderwerpen viel het bakken van brood, smeden van een beitel, snorrebot maken, gewei-amuletten maken en meer.
- Naast het pennen slaan bieden we, in navolging van een verandering in de educatieve programma's, ook 'hout kloven' aan. Dit is een erg groot succes. Het is veilig, eenvoudig en snel en levert zelfs kleine bezoekertjes een voldaan gevoel op.
- Er is ook geëxperimenteerd met een vaste dagafsluiting om bezoekers aan het einde van de dag naar het plein te lokken. Soms trok een Tijdgids als een rattenvanger van Hamelen door het dorp met alle kinderen achter zich aan in een optocht vol muziek. Andere keren (speciaal op evenementen) was er een poppenkast. Het afsluiten op het plein zorgt ervoor dat de bezoekers ruim op tijd naar de horeca en winkel gebracht worden, zodat zij daar de dag positief af kunnen sluiten.

## 2.2 Evenementen en thema activiteiten

Het preHistorisch Dorp is een laagdrempelig openluchtmuseum gericht op een hoge belevingswaarde, waarbij we tegelijkertijd bij een deel van het publiek een grote behoefte aan inhoudelijke verdieping zien. Dat vergt in de programmering een uitgekende mix van edutainment en verdieping. Dit jaar hebben we dat voor het eerst gedaan door ook exposities in het preHistorisch Dorp te houden, namelijk naar aanleiding van de filmopnames over 'Redbad' en de rondreizende expo 'Zonder Boer Geen Voer'. Hoewel de historische



gebouwen niet direct geschikt zijn voor museale tentoonstellingen, hebben we een werkwijze gevonden waarbij dit toch mogelijk is. Hiermee hebben we meer verdieping kunnen aanbrenge in het aanbod. Tegelijkertijd hebben we met o.a. het Riddertoernooi en het Vikingfestival meer ingezet op grootschalig en spectaculair entertainment om het publiekssegment te bedienen dat het museum vooral als een historisch uitje bezoekt. Hierdoor vergroten we onze naamsbekendheid en versterken we het laagdrempelige karakter van het preHistorisch Dorp als instapmuseum.

Hieronder geven we beknopt een weergave van alle activiteiten die in 2018 in het preHistorisch Dorp hebben plaatsgevonden.

### **Opschaling evenementen**

Bijna alle weekenden en vakanties is er aanvullend entertainment geweest naast de Tijdgidsen. Dit gaf de mogelijkheid om de Tijdgidsen efficiënter in te zetten en een aantrekkelijker totaalaanbod te realiseren. De Levende Geschiedenis-groepen die ons bezoeken zijn

iets meer op scherp gezet, omdat zij de laatste jaren hun authenticiteit wat hadden laten versloffen. Zij zijn hier op aangesproken en eigenlijk is de kritiek bij allen met enthousiasme ontvangen, omdat zij het gevoel hebben gekregen dat hun bijdrage serieus genomen wordt.

De grote evenementen waren het Vikingfestival, het Riddevenement en de herfstvakantie, maar ook in de zomervakantie hebben we een breed aanbod gehad.

Hieronder volgt een kort overzicht van alle extra invulling, dat naast het standaardaanbod van de Tijdgidsen is gerealiseerd.

### **Pasen**

Nadruk lag op Feest! Het rijke verleden van het Paasfeest maakt het bij uitstek iets dat we in het preHistorisch Dorp graag vieren! Pasen viel samen met ons openingsweekend en wij vierden het dus als een frisse, vrolijke start. In samenwerking met Heerlijk Anders werd een Paasbrunch georganiseerd inclusief eierzoektocht.

### **Meivakantie: Romeinen**

De meivakantie en de Romeinenweek vielen samen en daarom hebben we ons vooral op het Romeinse thema gericht. Er was extern entertainment in de vorm van Baroen en Legio Augusta Secunda.



### **Hemelvaart: 450 jaar 80-jarige oorlog**

Ook met Hemelvaart was Baroen aanwezig, ondersteund door de Compagnie van Grolle.

### **Lustrum/midzomer**

In dit weekend vierden we op zaterdagavond ons lustrum met een reünie van oud-vrijwilligers en medewerkers. Het was goed bezocht en er was een fijne sfeer door middel van een potluck-buffet.

### **Herfstvakantie: Dutch Design Origins**

De herfstvakantie sloot dit jaar precies aan op de Eindhovense Dutch Design Week. De hele week stond daarom in het teken van



ambachten waaraan de kinderen deel konden nemen: smeden, vilten, tin gieten, leer bewerken, been bewerken, weven, spinnen en zo meer. Kinderen gingen met volle handen naar huis!

### **Pinksteren: Vikingfestival**

Het Vikingfestival was met bijna 4000 bezoekers een groot succes. Op zaterdagavond was er een groot Vikingdiner in de herberg, verzorgd door Heerlijk Anders.



### **Ridders en jonkvrouwen**

Het grote ridderfestival werd verzorgd door Stichting Hei en de Hospitaalridders. Ridders te paard gaven gewaagde demonstraties en een gezelschap burgers liet het dagelijks leven zien. Op zaterdag was er een demonstratie-banket, waarvoor de hele dag uitgebreid gekookt werd. Op zondag was er een middeleeuwse beautysalon.



### **Zomervakantie**

Het thema van de zomer was Reizen door de tijd. De hitte zorgde ervoor dat de verwachte bezoekersaantallen niet helemaal gehaald werden, maar waterspelletjes en activiteiten in de schaduw zorgden wel voor zeer tevreden bezoekers. Bastiaan de Zwitser kwam enkele dagen vertellen.

### Food festival

In het jaar van het Brabantse 'We are food' zijn we een nieuwe traditie gestart met de organisatie van een foodfestival. De 2018 editie is nog erg gericht geweest op het verleden maar we hopen dit in de toekomst uit te kunnen bouwen naar heden en toekomst. Er zijn verschillende demonstraties koken gegeven door het hele park en vrijwel overal was er gelegenheid tot proeven. In de Runderhoeve was bovendien een tentoonstelling te bezoeken met hetzelfde thema.



### All Hallows Eve

Lekker griezelen! In het laatste weekend van het seizoen vierden wij Halloween, of, zoals het vroeger heette All Hallows Eve. Ons griezelfeest (in de vorm van een Vossenjacht) was speciaal op kinderen van de basisschoolleeftijd gericht. Met een spannende, maar niet angstaanjagende speurtocht gingen we het hele museum door. Omdat het tegen de duisternis steeds spannender werd, bleven we wat langer open. Het evenement werd in samenwerking met vrijwilligers georganiseerd die aansluitend het slotfeest hadden omdat het de laatste zaterdag van het seizoen was.



## Terugkerende en kleinere evenementen

### Vrijwilligers

Tijdgidsen efficiënter in te zetten Ieder eerste weekend van de maand waren onze publieksvrijwilligers aanwezig. Er is dit jaar veel in hen geïnvesteerd (door middel van gesprekken) om het niveau van authenticiteit en publieksbereik omhoog te brengen. In de toekomst hopen we ze meer over het seizoen te kunnen verspreiden.



### Ambachtsgroepen: pottenbakkers, smeden, textielgroepen

Onze ambachtsgroepen hebben op diverse momenten demonstraties gegeven. Vaak is dat een aanvulling op een evenement geweest, maar in enkele gevallen waren zij zelf de hoofdattractie van een weekend.

### Levende Geschiedenis groepen: Ghemertse Luyden, Sonderlinghe Lieden, de Blauwe Swaen, Walfyrd, Hospitaalridders, Gilde van St Thomas

Diverse groepen hebben ook dit jaar weer een of meerdere keren ons dorpje bezocht. Zij zijn een belangrijke aanvulling op ons aanbod.

### Koningsschieten

Een jaarlijks terugkerend evenement met het Gilde wat de bezoekers zeker aanspreekt. Op zaterdag schoten zij met publiek, op zondag hielden ze een wedstrijd. Zij leggen het publiek dan uit wat er te zien is, hoe de puntentelling in zijn werk gaat etc.

### Open Monumenten Dag, Nationale Archeologiedagen, Maand van de Geschiedenis

De historisch getinte nationale dagen/weken nemen we vooral mee in onze PR uitingen. Wel waren er extra rondleidingen waarin de betreffende thema's meer aandacht kregen.

### Jomsborg en andere Vikingen:

Regelmatig streken er Vikingvechters in ons dorpje neer om te oefenen. Zij verzorgden dan meteen demonstraties en organiseerden kiddy-battles.



### Tentoonstelling n.a.v. filmopnames Redbad

Direct na de première van de film hebben we in de Adellijke Hoeve een tentoonstelling van de belangrijkste filmprops georganiseerd. Te zien waren onder andere de kostuums van de hoofdpersonen, het zwaard van Redbad, de troon, haarwerken en een origineel script. Daarnaast was de Adellijke Hoeve flink aangekleed waardoor hij eens in volle glorie te bewonderen was. In het achterdeel van de Hoeve waren verschillende collages van sfeerbeelden te zien: foto's van tijdens en na de opnames, met daarop ook veel van onze medewerkers en vrijwilligers die zich ingezet hebben voor de film. In het park waren verder diverse bordjes gemonteerd, die wezen op aanwinsten die we hebben dankzij Redbad, zoals de poort en enkele beelden. In de Smidse waren kunstwerken van figuranten te bewonderen en draaide de 'making of'. Tot slot hebben we speciale aandacht besteed aan het verschil tussen de film en wat archeologen denken en hebben we in de tentoonstelling en op Social Media uitgebreid toegelicht waarom het preHistorisch Dorp meedoet aan een epos dat niet helemaal historisch correct wordt verfilmd.



## **Tentoonstelling n.a.v. We are Food-jaar Noord-Brabant**

Tijdens het Foodfestival is er in de Runderhoeve een tentoonstelling geplaatst over de geschiedenis van de boeren. Deze tentoonstelling is onderdeel van het project Zonder Boer Geen Voer dat van 2012 tot 2019 door heel Brabant reist. De tentoonstelling Gedekte tafels van toen tot nu is hiervan een spin-off, speciaal georganiseerd in het kader van We Are Food, het themajaar van de Provincie Noord-Brabant. De tentoonstelling is gemaakt in opdracht van de gemeente Oss en was beschikbaar tijdens ons Foodfestival, zodat we hem in bruikleen konden krijgen. De tentoonstelling vertoont 8 gedekte tafels, gevuld en aangekleed met archeologische objecten en replica's, die 8 fasen in de geschiedenis van de mens representeerden: jagers/verzamelaars, eerste boeren, Romeinse tijd, vroege middeleeuwen, late middeleeuwen, nieuwe tijd, moderne tijd en heden.



# 3. Eindhoven Museum - Museum door de stad

---

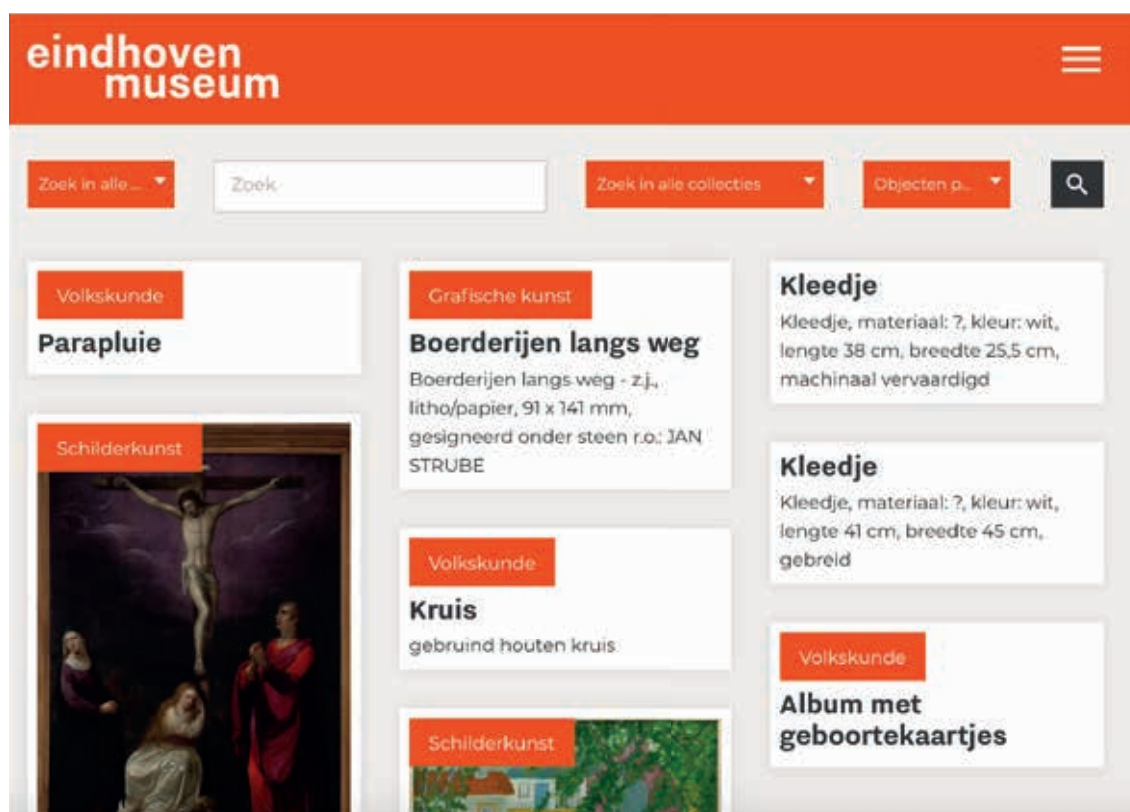


## 3.1 Collectiebeheer

Door langdurig ziekteverzuim van het hoofd collectie, heeft het collectiebeheer in de uitvoering minder aandacht gekregen dan gewenst. We hebben deze situatie echter aangegrepen om een interimier in te schakelen om een zelfevaluatie voor het museumregister te laten uitvoeren. We hebben weliswaar in de uitvoering even pas op de plaats gemaakt, maar hebben hierdoor tegelijkertijd de gelegenheid ter baat genomen om de staat van het collectiebeheer grondig te analyseren en hierop een plan van aanpak te ontwikkelen dat in 2019 en de jaren daarna uitgevoerd kan worden.

### Registratie en ontsluiting

EM is een stichting met een ANBI-status. Het bestuur hanteert de Governance Code Cultuur en komt tweemaandelijks formeel bijeen, wat neerkomt op zes bestuursvergaderingen in 2018, waarvan een vergadering zonder de directe



## 3.2 Collectiemobiliteit

### Bruiklenen

Bij gebrek aan een eigen vaste expositieruimte stelt EM zich proactief op in het bruikleenverkeer vanuit onze collectie. EM faciliteert initiatiefnemers van tentoonstellingen actief in het gebruik van collectiestukken en is in staat om snel en flexibel in te springen



op bruikleenverzoeken. Hierdoor kunnen ook kleinere musea en initiatiefnemers van exposities met een korte aanlooptijd in de meeste gevallen goed bediend worden. Op deze wijze kunnen werken uit de collectie elders voor het publiek ontsloten worden. EM communiceert hier ook actief over, zodat liefhebbers van de collectie worden geattendeerd op welke plekken collectiestukken zichtbaar zijn.

Naast een langdurige bruikleenovereenkomsten met de afdeling archeologie van de gemeente Eindhoven, Museum Slager in 's-Hertogenbosch, Vincentre in Nuenen en het Van Abbe Museum heeft EM dit jaar weer ruimhartig objecten tijdelijk uitgeleend. De collectiemobiliteit heeft daarmee een regionale reikwijdte. Net als voorgaande jaren is de plezierige samenwerking met Eindhoven in Beeld gecontinueerd met EM als vaste 'leverancier' van objecten voor hun wisselexposities.



### **3.3 Onderzoek**

EM heeft dit jaar op twee vlakken ingezet op onderzoek. Op de eerste plaats is vanuit de afdeling collectie voorbereidend onderzoek gedaan voor Museum door de Stad en in het bijzonder voor de thema's verleden, heden en toekomst van ons eten en ons vervoer. In de verdere uitwerking van deze thema's hebben we onze samenwerking met de faculteit Industrial design van de TU/e verder geïntensiveerd. Studenten zijn met de historische gegevens, objecten en verhaallijnen aan de gang gegaan en hebben deze verwerkt in prototypen voor nieuwe installaties voor Museum door de Stad.

Daarnaast is EM de samenwerking met Fontys aangegaan om het cultuurhistorisch museum van de toekomst te onderzoeken. Vanuit het themagebied Creative Economy is een 'research explorer' met een groot internationaal kennisnetwerk aan EM verbonden. Hierdoor zijn we in korte tijd in staat geweest om de wereldwijde museumtrends in kaart te brengen. Vervolgens hebben we samen met Fontys gekeken welke internationale trends het beste aansluiten op de mentaliteit en wensen van de Brainport Eindhoven regio. Hieruit hebben we uitgangspunten voor de toekomstige opschaling van EM kunnen formuleren, die een belangrijk en onmisbaar vertrekpunt vormen voor het haalbaarheidsonderzoek dat we in het kader van de Regio Deal in 2019 gaan uitvoeren.

### 3.4 Museum door de Stad

Wat doe je als museum met een historische collectie als je geen expositieruimte hebt? Hoe interesseer je dan het publiek voor je collectie en het verleden? Eindhoven heeft een groot aantal organisaties en initiatieven die zich toeleggen op de geschiedenis van de stad, maar het publieksbereik is gering en de afzonderlijke slagkracht beperkt. Eindhoven Museum neemt in het cultuurhistorische veld dit hiaat waar. Met het meerjarenprogramma Museum door de Stad brengt EM hier verandering aan. Dat doen we door de geschiedenis van de stad actief naar een breed publiek toe te brengen.



De komende jaren zetten we EM neer als een programmamaken van evenementen en kleinschalige publieksinteracties op vier verschillende domeinen, namelijk de stad (grote evenementen), het werk, de wijk en de school. We reizen door Eindhoven met een verzameling interactieve installaties in de openbare ruimte, die door designers zijn ontwikkeld op basis van actuele thema's. In grotere en kleinere combinaties strijken we neer in de stadsdelen van Eindhoven en realiseren we daar tot de verbeelding sprekende opstellingen. Met elke halte bereiken we een ander publiek. Museum door de Stad bestaat uit vijf thematische ketens die elkaar opvolgen, namelijk food (2018), mobiliteit (2019), 75 jaar bevrijd (2019), 100 jaar Groot Eindhoven (2020) en Bouwen aan de Toekomst (2020). In 2018 traptten we af met een grote themapresentatie 'verleden, heden en toekomst van ons eten' tijdens

de Dutch Design Week (DDW) op Sectie C met een groot paviljoen en een zestal interactieve installaties en workshops. We hebben gevestigde ontwerpers Chloé Rutzerveld, Jelle Mastenbroek en Lucas Maassen gevraagd om deze interactieve installaties te ontwikkelen. In het kader van talentontwikkeling hebben we de jonge ontwerpers Mies Loogman en Zoë Jacobs gevraagd eveneens bij te dragen. We ontvingen in negen dagen 5.000 bezoekers tijdens de eerste aftrap van Museum door de Stad.



Met Museum door de Stad zoeken we actief naar verbindingen met het heden en de nabije toekomst. Het publiek kan objecten uit de collectie bekijken en het verleden beleven en wordt tegelijkertijd uitgenodigd zelf bij te dragen en data achter te laten. Zo vroegen we bijvoorbeeld met behulp van de 'Coöperatie Installatie' van Mies Loogman hoeveel zuivel je consumeert, terwijl je spelenderwijs ook iets te weten kwam over de geschiedenis van zuivelproductie in Eindhoven en Campina en de coöperatiegedachte in het bijzonder. Ontwerper Zoë Jacobs vroeg bezoekers op haar beurt weer of we je lichaamsomvang mochten vastleggen. Daarbij prikkelden we bezoekers om na te denken over de toekomst. Zo liet Zoë Jacobs tijdens de slot expo van dit thema op ludieke wijze zien dat Eindhovenaren in de toekomst steeds groter zullen worden als we de historische trends van vroeger en nu naar de toekomst zouden doortrekken. Na de DDW hebben we middels kleinschalige interventies doelgroepen bereikt die anders niet zo snel met cultuur en erfgoed in aanraking zouden komen. Zo stonden we op de Woenselse markt met de 'Coöperatie Installatie' en organiseerde food designer Chloé Rutzerveld een workshop surrogatkoffie 2.0 maken voor ouderen



in een verzorgingsinstelling van Vitalis. In de Bibliotheek Eindhoven organiseerden we een workshop over de subjectieve canon van Eindhoven, waarin we deelnemers vroegen om hun avondeten te tekenen. Deze subjectieve data gebruiken we later om een nieuwe canon van Eindhoven te schrijven. In dit kader maakten we ook een 30 meter lange kruitwand bij de Heuvelgalerie en vroegen we voorbijgangers om hun gedachten over eten te delen.



Gaandeweg verrijken en nuanceren we zo het huidige beeld van Eindhoven, de blik op het verleden én op de toekomst. We verrijken de geschiedenis niet alleen met onze activiteiten, maar ook online. We openen een virtueel Eindhoven Museum, waar we objecten en verhalen uitlichten rondom de thema's die centraal staan in de installaties.

Aan de hand van de data die we tijdens de DDW hebben opgehaald deden we prikkelende uitspraken over de toekomst van Eindhoven in de afsluitende eindmanifestatie van het thema verleden, heden en toekomst van ons eten. Deze eerste keer kreeg dit de vorm van een interactieve pop-up expo in het Warehouse of Innovation (voormalige V&D) tijdens het Fijne Feestdagen Festival. In totaal bezochten ruim 6.600 mensen deze expo.



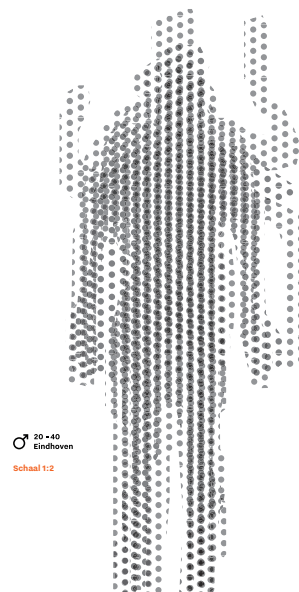


Wij zijn er trots op de eerste editie van Museum door de Stad samen te hebben ontwikkeld met Eindhovense culturele instellingen, erfgoedpartners en de ontwerpers. In totaal bereikten we met Museum door de Stad 15.090 bezoekers. De enthousiaste reacties van het publiek en het substantiële publieksbereik sterkt ons in onze overtuiging dat we op de goede weg zijn en dat de radicale nieuwe manier waarop we invulling geven aan wat een museum kan zijn, de juiste snaar richting de toekomst raakt.

Digitalisering van omtrek bezoekers bij installatie Zoë Jacobs.  
Compilatie van omtrek bezoekers bij installatie Zoë Jacobs.



Compilatie van afdruk bezoekers bij installatie Zoë Jacobs





## 4. Educatie

---



## 4.1 Educatie als speerpunt

EM heeft in 2018 ruim 16.073 educatieve schoolbezoeken gerealiseerd. Daarmee handhaaft EM haar positie als één van de grotere cultuureducatie aanbieders van de regio.

EM opereert vanuit de visie dat het verleden voor kinderen pas relevant wordt als zij dat zelf kunnen ervaren door 'geschiedenis te doen' en zich daarover te verwonderen. Verwondering krijgt letterlijk een plek in de bijzondere leeromgeving van het preHistorisch Dorp. De educatieve schoolprogramma's richten zich voornamelijk op de midden- en bovenbouw van het primair onderwijs en de onderbouw van het voorgezet onderwijs en sluiten aan bij de doorlopende leerlijnen Erfgoededucatie en Geschiedenis en passen daarnaast binnen de kerndoelen Oriëntatie op jezelf en de wereld en Kunstzinnige Oriëntatie. Daarbij geven we invulling aan het receptief, creërend, reflectieve en analyserend vermogen door de nadruk te leggen op ervaren leren, het stimuleren van het oplossend en creatief vermogen en samenwerking. De programma's van EM lenen zich daarom uitstekend voor verdere didactische inbedding van 21st century skills.

We hebben dit jaar vooral de nadruk gelegd op het op gang brengen van een mentaliteitsverandering bij onze groepsbegeleiders. De afgelopen jaren hebben we veel input opgehaald door samen met scholen te werken aan contouren voor de doorontwikkeling van onze educatieve programma's. Daaruit bleek dat de huidige activiteiten in de programma's in de kern heel goed aansluiten bij de bewegingen die het onderwijs maakt, namelijk meer nadruk op creativiteitsontwikkeling, oplossend vermogen, samenwerken en reflectie. Een cruciale schakel daarin vormt de wijze waarop de groepsbegeleider het leerproces inhoud en vorm geeft. Uit de terugkoppeling van scholen en onze zelfevaluaties komt naar voren dat onze groepsbegeleiders meer nadruk mogen leggen op het bevragen, reflecteren en leerlingen zelf laten onderzoeken en minder op zenden. Dat vergt in de eerste plaats een aanpassing van de mindset van onze groepsbegeleiders.

Daarom hebben we in 2018 vooral geïnvesteerd in het coachen van de groepsbegeleiders en capaciteit vrijgemaakt, zodat zij ook op regelmatige basis met elkaar konden werken en reflecteren op deze nieuwe vaardigheden. Dat heeft een gunstig effect gehad op de teamgeest en het vermogen tussen medewerkers onderling om elkaar feedback te geven en daarvan te leren. 2018 stond in educatief opzicht daarmee in het teken van uitproberen en zoeken naar een nieuwe werkmentaliteit als tussenstap om in 2019 de educatieve programma's inhoudelijk te vernieuwen.



## 5. Cultureel en maatschappelijk ondernemerschap

---



## 5.1. Maatschappelijk ondernemerschap

EM bevordert met haar collectie en het preHistorisch Dorp maatschappelijke verbindingen. Dat doen we vanuit de overtuiging dat een museum in essentie gaat over ontmoeten in de dubbele betekenis van het woord. Het museum is een plek van onthaasting (ont-moeten) waar mensen zich los kunnen maken en kennis, ervaringen en inspiratie op kunnen doen. Reflectie en inspiratie nodigen uit tot uitwisseling van ideeën en verhalen. EM wil bovenal een plek zijn waar ontmoetingen plaatsvinden en waar mensen zich maatschappelijk nuttig kunnen maken en voelen. Vrijwilligerswerk geeft hier in belangrijke mate vorm aan, waarbij we actief inzetten op talentontwikkeling van onze vrijwilligers. Daarnaast bieden we stageplaatsen aan voor uiteenlopende opleidingen van vmbo tot wo niveau.

### Vrijwilligerswerk en maatschappelijke activatie

EM biedt een breed pallet aan vrijwilligerswerk, variërend van registratie en documentatie in het collectiedepot, receptie, historisch kledingatelier tot dierversorgung, groenbeheer en onderhoudswerkzaamheden. In totaal zijn circa 160 vrijwilligers bij EM actief. We hebben net als vorig jaar een stijging gezien in het aantal vrijwilligers dat zich op dagelijkse en wekelijkse basis inzet voor het museum, vooral bij onze facilitaire dienst. Zonder de inzet van deze vrijwilligers kan het museum haar taken niet vervullen. De toenemende betrokkenheid van vrijwilligers maakt dat EM met dezelfde middelen steeds meer kan doen.

Een groot deel van onze vrijwilligers zet zich in, omdat zij naast hun andere werkzaamheden een maatschappelijke bijdrage willen leveren of hun hobby willen beoefenen. EM biedt daarbij ook plek aan vrijwilligers, die al dan niet tijdelijk, moeilijk meekomen in de maatschappij. EM is voor hen een plek waar zij zich naar vermogen kunnen inzetten en even los kunnen komen van hun dagelijkse vaak zeer ingrijpende zorgen. Het is mooi om te zien dat sommige van deze vrijwilligers het museum na verloop ook weer verlaten, omdat ze weer een baan vinden. Door het vrijwilligerswerk bij EM zijn zij maatschappelijk actief gebleven en hebben zij certificaten behaald in bijvoorbeeld BHV en gastvrijheidsbeleving, waardoor de kansen op herintreding op de arbeidsmarkt zijn vergroot.

We hebben dit jaar ook onze samenwerkingen gecontinueerd met zorginstellingen Severinus en De Seizoenen. Iedere dinsdagmiddag helpen cliënten van Severinus mee in het groenonderhoud. Vanuit Severinus gaat een vaste begeleider mee, waardoor de onderlinge communicatie vlot verloopt en de cliënten op professionele wijze worden aangestuurd. De Seizoenen voert met zorgcliënten die

werkzaam zijn bij De Genneper Hoeve, op regelmatige basis groenklussen in en rondom het preHistorisch Dorp uit.

### **Stages**

EM biedt stageplaatsen op alle opleidingsniveaus en draagt in de breedte bij aan talentontwikkeling van jongeren en jongvolwassenen. Omgekeerd stellen stageplaatsen het museum in staat om betaalbaar onderzoek te laten doen naar uiteenlopende onderwerpen, die bijdragen aan de kennisontwikkeling van de organisatie. Stageplaatsen zijn daarmee van groot belang en stellen EM in staat om de benodigde data en inzichten te vergaren voor voornamelijk collectie activiteiten en marketing. In 2018 hebben in totaal vijf studenten, variërend van MBO tot WO niveau stage gelopen verdeeld op afdelingen presentatie, marketing en facilitaire dienst. Daarnaast hebben er nog snuffelstages van een dag tot een week vanuit het middelbaaronderwijs plaatsgevonden.



## **5.2. Cultureel ondernemerschap**

EM heeft de ambitie om het eigen verdienvermogen de komende jaren te vergroten. Dat doen we op de eerste plaats door de omzetten van kaartverkoop, educatieve programma's, de museumwinkel en horeca en arrangementen te vergroten. In 2018 zijn in de bedrijfsvoering diverse stappen gezet om het eigen verdienvermogen te vergroten, namelijk:

- Verandering van het winkelassortiment met meer kleine-hebben-dingetjes die koopgedrag uitlokken.



- Inzetten op \ marketing van arrangementen en huwelijken en het aanbod hier beter op aanpassen.
- Verhogen van de prijzen van slaapgroepen in het preHistorisch Dorp.

Deze stappen hebben geresulteerd in omzetsijgingen in de museumwinkel (9 %), herberg (12 %) en in arrangementen (33 %).

Op het vlak van fondsenwerving heeft EM ook substantieel vooruitgang geboekt. Voor Museum door de Stad is voor de periode 2018-2020 in totaal € 377.500 aan bijdragen bij het Mondriaan Fonds, VSB Fonds, BKKC (Kunstloc) en de Stichting Vrienden van Eindhoven Museum opgehaald. Voor EM is dat de succesvolste fondsenwerving ooit.







## 5.3 Bedrijfsvoering

### Slimmer werken

De doelen die in 2018 waren gesteld om werkprocessen op het gebied van sales, boekingen, inroostering, urenregistratie en facturatie slimmer aan elkaar te koppelen zijn dit jaar onvoldoende gerealiseerd. Het competentieniveau dat in de organisatie aanwezig is, schiet tekort om dergelijke complexe processen goed van de grond te krijgen. Dat heeft bestuur en directie er toe genoopt om veranderingen in de organisatie door te voeren en per november een interim operationeel manager in te schakelen.

Deze interim heeft eind 2018 de eerste stappen gezet om het proces naar slimmer werken richting te geven door te onderzoeken in hoeverre de huidige digitale systemen aansluiten op de ambities. Hieruit kwam naar voren dat met modulaire aanpassingen vanuit de bestaande basis verder gewerkt kan worden. Dat is een belangrijke eerste conclusie, want dat betekent dat EM niet hoeft te investeren in nieuwe softwaresystemen. In plaats daarvan kan budget aangewend worden om medewerkers gericht te trainen in het anders inrichten en gebruiken van de bestaande systemen. De lijn die daarbij is ingezet is die van kennisdeling, zodat informatie tussen de verschillende afdelingen en medewerkers eerder en beter wordt gedeeld en medewerkers hierdoor adequater handelen.

## **Uitbesteding niet-primaire bedrijfsfuncties**

Om groei in bezoekers en daarmee samenhangende inkomsten te faciliteren zijn niet-primaire bedrijfsfuncties uitbesteed, zoals de museumhoreca, het kledingatelier, ICT-dienstverlening, loonadministratie en ziekteverzuimbegeleiding. Tevens is dit jaar voor het eerst een externe personeelsadviseur ingezet om complexe personeelsdossiers en organisatieveranderingen te begeleiden. Hierdoor is een aanmerkelijke tijdsbesparing gerealiseerd voor de directie en kan personele capaciteit maximaal worden ingezet op museale activiteiten.

## 6. Marketing

---



## 6.1 Marketingstrategie

EM is dit jaar een nieuwe weg ingeslagen door naast het merk preHistorisch Dorp ook het merk Eindhoven Museum – Museum door de Stad te positioneren. Vanuit merkstrategisch oogpunt gezien voert Stichting Eindhoven Museum (we refereren hieraan met de afkorting EM) twee merken; namelijk preHistorisch Dorp en Eindhoven Museum met het programmaproduct Museum door de Stad. Hiertoe is voor Eindhoven Museum een aparte merkidentiteit ontwikkeld door bureau Soeps in samenwerking met vormgever Dolf Robertus. De merkidentiteit en de bijbehorende huisstijl bouwen voort op de citymarketingidentiteit van Eindhoven, zoals die nu door EHV 365 wordt gevoerd. Op die manier verbinden we ook op merkniveau het verleden met het heden en benadrukken we dat Eindhoven Museum vanuit de cultuurhistorie ook een bijdrage levert aan de citymarketing van de stad.



Voor het preHistorisch Dorp leverde de film Redbad de nodige extra publiciteit op. Teleurstellend was het in dit opzicht wel dat de film niet het verwachte succes werd, waardoor de publiciteitswaarde helaas niet maximaal benut kon worden. Dit is echter een factor buiten de invloedssfeer van het museum.

Waar de marketing van het nieuwe merk Eindhoven Museum in samenhang met Museum door de Stad een vliegende start doormaakte, groeide het marketingbereik voor het preHistorisch Dorp minder snel mee. In dit opzicht, lijkt 2018 een tussenjaar te zijn, waarin EM zich opnieuw moest beraden op de marketingstrategie.



De bestaande aanpak, die sterk gestoeld is op abri-campagnes, lokale persbewerking en like-campagnes op Facebook, dient opnieuw tegen het licht gehouden te worden. Met name het vergroten van de conversie op de website verdient aandacht. Eind 2018 is daarom door bestuur en directie besloten om de marketingfunctie opnieuw in te richten. Daarbij zal het zwaartepunt verschuiven van print naar onlinemarketing. Hiervoor is een online marketeer aangetrokken en zal samenwerking met een onlinemarketingbureau worden gezocht.

Op het vlak van actieve educatie- en arrangementenmarketing heeft EM nieuwe stappen gezet. Via landelijke databases zijn vaker educatieve nieuwsbrieven verspreid die gericht aansluiten op het curriculum dat op dat moment op scholen wordt gegeven. Tevens is er geadverteerd in specifieke media. Deze marketinginspanningen zijn gekoppeld aan een proactieve belronde vanuit de sales en boekingenafdeling naar bestaande klanten, waarbij ook een speciale arrangementenfolder is verspreid en secretariaten van MKB-ondernemingen in de regio zijn aangeschreven.

## 6.2 Marketingbereik

Over de gehele linie is het online marketingbereik van het preHistorisch Dorp in aantallen sterk gestegen, maar zien we wel een afname in de groei van het aantal betaalde bezoekers in het preHistorisch Dorp. Het is zaak om de correlatie tussen het vergroten van de zichtbaarheid en daadwerkelijke conversie te versterken. Voor Eindhoven Museum geldt juist dat er vooruitgang is geboekt.

	2017	2018	%Verschil
Website bezoek Aantal gebruikers	112.381	285.764	154.28%
Paginaweergaven	422.981	1.130.992	167.39 %
Facebook volgers	9.355	11.291	20.69 %
Twitter volgers	1.228	1.223	-0.41%
Instagram volgers	888	1.009	13.63 %

Ook het aantal artikelen en uitzendingen in de media is toegenomen ten opzichte van vorig jaar. Hieronder staat het overzicht van Prehistorisch Dorp en Eindhoven Museum samen.

Medium	Datum	Titel
Eindhovens Dagblad		
	10 nov	Prehistorisch Dorp Eindhoven hét kidsproof museum van Brabant
	3 okt	Eindhoven zoekt naar een nieuw museum
	12 aug	Ivanhoe spelen in preHistorisch Dorp in Eindhoven
	21 mei	Vikingfestival preHistorisch Dorp overlopen door Noordse Volksstammen
	2 april	Drukke seizoensopening preHistorisch Dorp in Eindhov
Omroep Brabant		
	24 juli	Redband' geen succes in de bioscoop, maar preHistorich Dorp blijft tóch supertrots op spektakelfilm
	17 mei	Dinosaurus te vondeling gelegd bij preHistorisch Dorp Eindhoven
	1 april	De prehistorie in een app: knielende onderdanen aan je voeten
Studio 040		
	7 sept	Festival van vergeten voedsel
	13 aug	Riddertoernooi in preHistorisch Dorp
	30 mrt	Selfies in de middeleeuwen in het preHistorisch Dorp
	11 jan	SpaSense en preHistorisch Dorp bij de leukste uitjes van Brabant
Groot Eindhoven		
	21 dec	Kinderen kiezen: vijf 'kidsproof' musea
	25 april	Volle agenda preHistorisch dorp
Indebuurt Eindhoven		
	11 april	Goeiemorgen pre-historische kano!
	28 feb	Steentijdmensen en middeleeuwers

De opnames van het historisch filmepos Redbad genereerde ook in 2018 nog de nodige aandacht, zeker rondom de première van de fil

## 7. Toekomst - en vooruitblik op 2019 en verder

---



## Meerjarenbeleidsplan 2017-2020

EM wil als stedelijk cultuurhistorisch museum organisaties, initiatieven en individuen verbinden op het gebied van cultuurgeschiedenis en erfgoed met als doel het erfgoed en de cultuurhistorie van Eindhoven voor inwoners en bezoekers toegankelijk en relevant te maken. Dit hoofddoel hebben we geconcretiseerd in vier ambities voor de periode 2017-2020. Deze doelen hebben bestuur en directie, rekening houdend met veranderingen in het Umfeld van het museum en binnen de organisatie zelf, tussentijds aangescherpt of bijgesteld.

1. *Eenduidigheid positie en profiel.* EM ontwikkelt zich als dé plek voor het Geheugen van Eindhoven en kiest hiermee voor een centrale positie in het Eindhovense erfgoedveld. We zetten hierbij vooral in op innovatie in de presentatie van het verleden door actief verbindingen met het heden en de (nabije) toekomst te leggen.
2. *Verbreiding publiek.* EM wil een breed publiek bedienen: ervaren en onervaren cultuurdeelnemers; gezinnen met kinderen, tijdelijke inwoners (expats en internationale studenten) en cultuurtoeristen. We mikken daarbij zowel op bezoekersgroei in het preHistorisch Dorp als vergroting van publieksdiversiteit via Museum door de Stad.
3. *Herkenbare signatuur.* EM ontwikkelt een herkenbare signatuur voor alle activiteiten. De eenduidigheid van het profiel hebben we vertaald naar twee leidende concepten, namelijk het doe-museum en het instapmuseum, die in alle activiteiten terug te herleiden zijn.
4. *Grotere maatschappelijke impact.* EM vergroot het publieksbereik en de maatschappelijke impact door zich de komende jaren op drie podia te manifesteren: in het preHistorisch Dorp, met Museum door de Stad en met een online museum. Samenwerking met andere partijen in en buiten het erfgoedveld vormt daarin de sleutel.

EM kijkt ook verder vooruit dan 2020. We zien dat een vaste plek mist waar het verleden, heden en nabije toekomst van Eindhoven en de Brainport Regio op een toegankelijke manier getoond wordt aan inwoners, internationals en bezoekers. Een plek waar mensen de historische ontwikkelingen in regio en stad Eindhoven kunnen duiden en zich daarmee kunnen identificeren. Het bestuur en directie ijveren voor zo'n plek en zien voor EM als stedelijk cultuurhistorisch museum binnen de culturele basisinfrastructuur van Eindhoven een natuurlijk leidende rol weggelegd. Met de Regio Deal is deze ambitie onderkend en heeft EM in december 2018 een bijdrage van € 100.000 gekregen van het Brainport Development bestuur om in 2019 een haalbaarheidsonderzoek te doen naar de opschaling van het museum.



## Samenvatting jaarplan 2019

In 2019 werken we nadrukkelijk aan onze toekomst. Dit jaar optimaliseren we niet alleen onze huidige activiteiten, maar we voeren ook een haalbaarheidsonderzoek uit in het kader van de Regio Deal. De uitkomsten van dit haalbaarheidsonderzoek bepalen in hoge mate hoe de toekomst van EM er uit komt te zien. Niet alleen vormt dit onderzoek de inhoudelijke onderbouwing voor de uitbreiding en opschaling van EM, het zal tevens een belangrijke basis vormen voor het schrijven van de aanvraag die EM begin 2020 zal doen voor de nieuwe cultuurperiode 2021-2024. Van de organisatie en, in het bijzonder, directie en management vraagt dit enerzijds een scherp oog te houden voor de dagelijkse operatie en anderzijds een visie op de toekomst te ontwikkelen samen met bestuur en stakeholders. Vanuit het bestuur vraagt dit om reflectie op rollen en verantwoordelijkheden binnen het bestuur en in de relatie met de directeur. EM staat dit jaar namelijk op een vertrekpunt voor een schaa sprong. Zowel bestuurlijk als organisatorisch zullen dit jaar verkennende en voorbereidende stappen genomen moeten worden om ons museum voor te bereiden op die nieuwe toekomst.

### Inhoudelijke programmering

De lijn naar vergroting en differentiatie in het publieksbereik zetten we ook dit jaar door. De inhoudelijke pijlers voor dit beleid vormen de programmering in het preHistorisch Dorp en Museum door de Stad. Museum door de Stad staat in 2019 in het teken van twee thema-edities, namelijk verleden, heden en toekomst van ons vervoer en onze vrijheid. Dit laatste thema betreft de markering van 75 jaar bevrijding, waarin we vooral centraal zetten wat vrijheid vroeger betekende en wat het nu en voor onze toekomst zal betekenen. We zoeken naar nieuwe manieren om de bevrijding en de verschrikkingen van WOII te herdenken, nu de generatie die de oorlog heeft meegemaakt er (bijna) niet meer is om deze geschiedenis door te geven.

In het preHistorisch Dorp investeren we dit jaar fors in de uitbreiding van het aantal gidsen met als doel een nog rijker en gevarieerder aanbod te bieden. De kwaliteit van de interactie tussen bezoekers en onze gidsen bepaalt de inhoud en de ervaring. Daarnaast verbreden we ook ons niet bemande aanbod door de Augmented Reality speurtocht, De Tijdspeurder, van nieuwe scènes te voorzien en door een audiotour toe te voegen aan de preHistorisch Dorp app. Hiermee willen we ook een ouder publiek aanspreken dat doorgaans een andere inhoudelijke behoefte heeft dan gezinnen met kinderen, die zich meer richten op activiteiten en workshop

## **Gastvrijheidsbeleving**

Dit jaar zetten we nog nadrukkelijker in op de gastvrijheidsbeleving in het preHistorisch Dorp. Dat doen we op de eerste plaats door onze medewerkers en gidsen hier extra op te trainen. Op de tweede plaats door te investeren in bezoekersfaciliteiten. De receptie, annex museumwinkel, zal verbouwd worden om doorstroom te verbeteren, waardoor bezoekers op drukke dagen niet buiten in de rij hoeven te wachten. Daarnaast zal, mits de liquiditeitspositie van het museum dit toelaat, de herberg aangepast worden om de wachtrijen op drukke dagen te verminderen en de doorloopsnelheid te vergroten. De aanpassingen aan zowel de receptie en herberg hebben eveneens tot doel om het verdienvermogen van het museum te vergroten. Het assortiment zal hier tevens op worden aangepast.

## **Marketing**

Om het publieksbereik te vergroten en meer boekingen en omzet te genereren met onze educatieve programma's, schoolreisjes en arrangementen, zal het zwaartepunt van de marketing worden verlegd naar online. Hiertoe is een online marketeer aangetrokken en zal samenwerking worden gezocht met een online marketingbureau. Hierdoor wordt de uitvoering minder kwetsbaar en beter geborgd. Het doel is om de beschikbare marketingbudgetten gericht in te zetten en de bekendheid van het preHistorisch Dorp bovenregionaal op te schalen. Daarbij sturen we ook aan op het verhogen van de conversie, onder andere door een verhoging van het aantal e-tickets dat via de museumwebsite verkocht wordt. Voor de marketing van Museum door de Stad richten we ons nadrukkelijk op lokale doelgroepen en combineren we interventies in de stad met een stevige online aanwezigheid.

## **Educatie**

De afgelopen jaren heeft EM meerdere malen samen met scholen gewerkt aan nieuwe uitgangspunten voor vernieuwing van de educatieve programma's. Waar we in 2017 en 2018 vooral hebben ingezet op een mentaliteitsverandering bij onze groepsbegeleiders van 'zenden', naar 'bevragen en uitnodigen tot reflectie', zullen dit jaar wijzigingen in de programma's zelf op fundamenteeler niveau worden doorgevoerd. Een deel van de bestaande activiteiten zal plaatsmaken voor nieuwe invullingen, die beter aansluiten op het curriculum en 21st century skills

## **Collectiebeheer en onderzoek**

De collectie heeft te kampen met een grote achterstand in de digitalisering van objecten. Daarbij zijn veel registraties van objecten incompleet en alleen op papier vastgelegd. Om deze achterstanden in te halen zal een extern projectteam op tijdelijke basis worden

ingehuurd. Het streven is om in de maanden mei en juni 80% van de achterstanden weg te werken. Hierdoor wordt de collectie online beter vindbaar en kan veel tijd bespaard worden in het doen naar onderzoek over de collectie voor Museum door de Stad en bruiklenen.

Tevens kampt EM met een inhoudelijk kennishiaat over de collectie. Als gevolg van de fusie tussen Historisch Openlucht Museum Eindhoven (H.O.M.E.) en Museum Kempenland Eindhoven (MKE) is veel waardevolle kennis over de ontwikkeling van de collectie en de meest aansprekende objecten niet goed overgedragen. EM laat in 2019 onderzoek doen naar de ontwikkeling van de collectie en de meest aansprekende objecten om dit kennishiaat op te vullen.





## 8. Presentatie-indicatoren

---



EM heeft als taakstelling om een bijdrage te leveren aan het zichtbaar en beleefbaar maken van de geschiedenis van Eindhoven (prehistorie, middeleeuwen en moderne tijd) met de nadruk op de specifieke karakteristiek van Eindhoven en haar directe omgeving door het bieden van educatieve, recreatieve en cultuurhistorische activiteiten en het ontsluiten en presenteren van de collectie van MK&E.

Om aan deze taakstelling te voldoen, heeft EM in 2018, de volgende prestaties geleverd:

**Prestatieoverzicht 2018:** Voor musea  
**Naam instelling:** Eindhoven Museum

Subsidieverlening 2018			Resultaat 2	
	Bereik	Aanbod	Aanbod	Bereik
Activiteiten en Bezoeken aan tentoonstellingen totaal	386	48.779	594	66.867
Reguliere bezoeken	n.v.t.	1.200	n.v.t.	
Specificatie bezoeken PO	n.v.t.	150	n.v.t.	
Specificatie bezoeken VO	n.v.t.	100	n.v.t.	
Specificatie bezoeken MBO/HO	n.v.t.	50	n.v.t.	
Totaal tijdelijke tentoonstellingen	3	1.500	3	15.690
Totaal overige activiteiten	383	47.279	592	51.177
Schoolgebonden activiteiten	361	13.586	541	16.073
Specificatie bezoeken PO			460	13.302
Specificatie bezoeken VO			81	2.771
Specificatie bezoeken MBO/HO	44	33.693	51	35.104
Verhuringen / niet-culturele activiteiten	26	n.v.t.	173	3.279
Gratis Bezoeken		2.459		2.445
Betaalde Bezoekers		44.820		52.011
Bezoeken website		n.v.t.		120.710
Talentontwikkeling <6 maanden				
Talentontwikkeling >6 maanden		1 per 2 jaar		2
Totaal fte		15		15
Aantal vrijwilligers		n.v.t.		125

## 9. Verkorte jaarrekening

---



## Balans per 31 december 2018 (2017)

<b>Activa</b>	<b>31-12-2018</b>	<b>31-12-2017</b>
<b>Vaste activa</b>		
Materiële vaste activa	151.564	183.171
<b>Vlottende activa</b>		
Vorraden	10.542	7.694
Vorderingen	133.982	125.433
Liquide middelen	355.139	213.943
<b>Totaal activa</b>	<b>651.227</b>	<b>530.241</b>
<b>Passiva</b>		
<b>Eigen Vermogen</b>		
Algemene reserve	70.000	70.000
Bestemmingsfonds- Cultuur Eindhoven	58.255	55.214
<b>Aankoopfonds</b>	44.436	43.244
<b>Voorzieningen</b>	203.687	209.262
<b>Kortlopende schulden</b>	274.849	152.521
<b>Totaal passiva</b>	<b>651.227</b>	<b>530.241</b>



**Staat van baten en lasten**

	<b>2018</b>	<b>2017</b>
<b>Baten</b>		
Opbrengsten activiteiten museum	635.741	605.836
Projectsubsidies en sponsoring	155.648	68.199
<hr/>		
Opbrengsten museum	791.389	674.035
Subsidies	746.605	735.571
<b>Totaal baten</b>	<b>1.537.994</b>	<b>1.409.606</b>
Salarissen en sociale lasten	676.070	660.908
Overige personeelskosten	69.408	66.269
Backoffice	54.026	58.962
Kosten automatisering	44.837	37.531
Facilitaire dienst	72.300	50.800
Huisvestingskosten	39.753	39.146
Promotie	62.679	55.613
Collectie	84.719	8.688
Programma's	87.792	78.405
Frontoffice	141.941	117.668
Projecten	162.981	94.037
Afschrijvingen	34.277	32.687
Overige lasten	947	3.083
<hr/>		
<b>Totaal lasten</b>	<b>1.531.730</b>	<b>1.303.797</b>
<b>Exploitatiesaldo</b>	<b>6.264</b>	<b>105.809</b>

**Het resultaat van € 6.264 is als volgt bestemd:**

<b>Toegevoegd aan algemene reserve</b>	<b>0</b>
<b>Toegevoegd aan aankoopfonds</b>	<b>3.223</b>
<b>Toegevoegd aan bestemmingsfonds</b>	<b>3.041</b>
	<hr/>
	<b>6.264</b>