

MUSEUM IN TRANSFORMATIE

Eindhoven Museum – Activiteitenplan 2021-2024

Tinker Imagineers



eindhoven
museum

Museum in transformatie

Historici duiden het verleden vanuit het perspectief van het heden. Eindhoven Museum vertelt als stedelijk cultuurhistorisch museum het verhaal van onze stad en regio. Een succesverhaal dat ons nationaal en internationaal op de kaart heeft gezet. Dat in hoge mate onze identiteit bepaalt en waar we trots op zijn. Waar komt dat vandaan? Hoe is dat zo gegroeid?

Om het volledige verhaal voor het voetlicht te kunnen brengen, werkt Eindhoven Museum de komende jaren toe naar een volstrekt nieuw museumconcept. Uiteraard blijven we met het preHistorisch Dorp en Museum door de Stad onze taak met onverminderd enthousiasme invullen. Maar ons kompas – en daarmee de rode draad in dit Activiteitenplan – is de ontwikkeling van VONK, *knetterend museumpark*.

INHOUD

1	Over Eindhoven Museum	4
	Visie – het verleden verbindt	5
	Missie – Geschiedenis meemaken	5
	Positionering	5
	Ambitie – VONK, knetterend museumpark	6
2	Artistieke visie, publiek en programmering	7
	Thematische verhaallijnen als leidraad	7
	Programmering	9
	Publieksbereik	9
	Activiteiten en evenementen	10
	Museum door de Stad	11
	Samenwerkingen	12
3	Erfgoededucatie en cultuurparticipatie	14
	Differentiatie	14
	Leeftijd en opleidingsniveau	15
	Educatieve doelstelling	15
4	Collectie	16
	Huidige context	16
	Naar een nieuw collectieplan	16
5	Marketing	18
	Continuering en verdere professionalisering	18
	Marketingmix	18
	Allocatie marketingmiddelen	19
	Marktonderzoek	19
	Herpositionering EM tot VONK	19
6	Organisatie	20
	Cultureel ondernemerschap	20
	Bedrijfsvoering	21
	Personeel	22
	MVO	22
7	Financieel	24

1

Over Eindhoven Museum

Eindhoven Museum (EM) is het cultuurhistorisch museum van Eindhoven, in 2012 ontstaan uit een fusie tussen het Historisch Openlucht Museum Eindhoven (HOME) en Museum Kempenland Eindhoven (MKE). Het bestaat uit het openluchtmuseum preHistorisch Dorp en een cultuurhistorische collectie die we de afgelopen jaren via het programma Museum door de Stad onder de aandacht hebben gebracht.

In het preHistorisch Dorp beleven bezoekers de vroege geschiedenis van jagers en verzamelaars tot aan de Tachtigjarige Oorlog. Hier brengen we ons lokale en regionale verleden tot leven middels 'levende geschiedenis', waarbij authenticiteit en interactiviteit voorop staan. Bezoekers ontdekken samen met onze 'bewoners' de geschiedenis door zelf vuur te maken met een vuursteen, boog te schieten of te kanoën in een holle boomstam. Jaarlijks trekt het preHistorisch Dorp circa 55.000 bezoekers, waarvan het merendeel in familie- en schoolverband. Op het vlak van erfgoededucatie is ons openluchtmuseum binnen Noord-Brabant een grote speler met een bereik van ruim 16.000 leerlingen.

De cultuurhistorische collectie, die bijna 23.000 objecten omvat, vertelt het verhaal over de moderne stadsgeschiedenis van Eindhoven en omgeving. Omdat we op dit moment geen expositieruimte voor de collectie hebben, reizen we met het meerjarenprogramma Museum door de Stad rond in Eindhoven. Met wisselende thema-edities brengen we met interactieve installaties op een speelse en laagdrempelige manier onderwerpen als voedsel, vrijheid, stadsontwikkeling en mobiliteit onder de aandacht. Op festivals en markten, in winkelcentra en op het vliegveld brengen we de geschiedenis naar de mensen toe. Op deze manier bereiken we jaarlijks circa 16.000 inwoners en bezoekers van Eindhoven.

EM is met het preHistorisch Dorp en Museum door de Stad bij uitstek een *instapmuseum*; laagdrempelig en sterk gericht op een publiek dat niet vanzelfsprekend een kunstmuseum, theater of klassiek concert bezoekt, zonder de meer ervaren cultuurbezoeker uit te sluiten.

Het verleden verbindt

Je kunt de hedendaagse ontwikkelingen in Eindhoven en omgeving niet begrijpen, als je de historisch gevormde identiteit van de stad en regio niet kent. Onze snel-veranderende samenleving heeft gedeelde geschiedenissen nodig om mensen te verbinden en betekenis te geven aan plekken, objecten en verhalen over de stad en regio Eindhoven. Dat vereist dat ons (im)materiële erfgoed en de cultuurhistorie op een begrijpelijke manier toegankelijk worden gemaakt, zodat het publiek het heden vanuit het verleden kan duiden. Vanuit gedeelde kennis en begrip over het verleden ontstaan verbindingen tussen mensen in het heden. Belangrijk daarbij is het besef dat er niet zoiets als één geschiedenis bestaat. Juist door het tonen van verschillende perspectieven op het verleden, inclusief de ongemakkelijke en zwarte bladzijden, doen we recht aan onze huidige pluriforme samenleving en maken we inzichtelijk waar die vandaan komt.

Geschiedenis meemaken

EM wil de geschiedenis van Eindhoven en omgeving op een begrijpelijke manier voor het brede publiek ontsluiten; van prehistorie tot nu. Inhoudelijk ligt ons speerpunt op het 'maken': op het verbinden van ambacht en vakman(vrouw)schap en omgeving door de eeuwen heen. Dat doen we op een laagdrempelige, interactieve en betekenisvolle manier, zodat ons museum toegankelijk is voor alle geledingen in de samenleving en in het bijzonder voor mensen voor wie cultuurbezoek doorgaans geen vanzelfsprekendheid is.

Positionering

Onze positie binnen de Eindhovense culturele infrastructuur is bij de beoordeling van ons vorige activiteitenplan 2017-2020 treffend verwoord door de Cultuurraad. *“EM is een sterk onderscheidende aanvulling op de overige BIS-organisaties in Eindhoven. Het heeft in Eindhoven een positie als instapmuseum: een plek voor de eerste kennismaking met erfgoed, cultuur en museumbezoek. Binnen Eindhoven is het museum de enige BIS-instelling die zich richt op de geschiedenis en ontwikkeling van Eindhoven”.*

De afgelopen drie jaar hebben we onze positie versterkt door onder meer Museum door de Stad, het duovoorzitterschap van het BIS-overleg, diverse samenwerkingen binnen en buiten de culturele sector en vergroting van ons publieksbereik. Op regionaal niveau zijn we het grootste openluchtmuseum van Noord-Brabant, waarbij we ook de Noordoostelijke delen van Vlaanderen bereiken. Landelijk zijn we het enige openluchtmuseum dat de vroege geschiedenis van jagers en verzamelaars tot aan de vroegmoderne tijd toont. Vergeleken met Archeon, NOMA en het Zuiderzee Museum, is onze omvang bescheiden. Maar met specifieke evenementen als het Vikingfestival en het Internationaal IJzersymposium weten we ons (inter)nationaal publieksbereik gestaag te vergroten. En met Museum door de Stad hebben we een

uniek programma ontwikkeld dat gezien wordt als voorbeeld van innovatie voor de museumsector.

Ambitie

VONK, knetterend museumpark

Eindhoven Museum is een ambitieuze organisatie met een scherp oog voor wat er speelt in de samenleving. Onze succesvolle stad, die nationaal en internationaal aandacht (en bezoekers) trekt, mist één plek waar haar gehele geschiedenis op een aansprekende manier toegankelijk wordt gemaakt. De Brainport-regio onderkent die leemte eveneens; binnen de Regiodeal tussen Rijk en Brainport Eindhoven is opschaling van EM met € 6,73 miljoen als project opgenomen. Het College van B&W heeft het Brainport-bestuur positief geadviseerd over de aanvraag van EM voor de volgende uitwerkingsfase van een nieuw museumconcept. Het bestuur heeft hier gehoor aan gegeven en € 310.000 (binnen het projectbudget van € 6,73 miljoen) toegekend.

We hebben een haalbaarheidsonderzoek uitgevoerd om het preHistorisch Dorp en Museum door de Stad op te laten gaan in één vernieuwend museumconcept: VONK. Naast onze huidige museale activiteiten werken we de komende cultuurperiode aan de ontwikkeling van VONK. Eind 2024/begin 2025 gaat het nieuwe museumpark open. Een museumpark dat jaarlijks meer dan 100.000 bezoekers trekt en dat geen zeven, maar twaalf maanden per jaar open is. Dat betekent een belangrijke versterking van het culturele en recreatieve voorzieningenniveau van Eindhoven!

Laten we een sprong in de tijd maken van pakweg vijf jaar. Het huidige preHistorisch Dorp is opgegaan in het nieuwe, 'knetterende' museumpark. VONK kent drie hoofdonderdelen. Allereerst een *entreegebouw* met de openbaar toegankelijke historische collectie en een 'experience'-introfilm. Ten tweede een *bouwschuur* waar ontwerpers, makers en studenten van lager tot hoger vakonderwijs samen met bezoekers werken aan installaties. Geïnspireerd door de Brabantse carnavalswagentradië en de Brabantse Dag in Heeze, verbinden we met deze installaties heden en verleden aan de hand van thema's die deze regio kenmerken. Denk aan technische vooruitgang, maken en vakmanschap, migratie en cultuurveranderingen en samenwerking, maar ook landschappelijke en stedenbouwkundige ontwikkeling. Tot slot kent het museumpark *vonken*; installaties die momenten van transformatie in de Eindhovense geschiedenis verbeelden.

Jawel, we zijn ambitieus en hebben een flinke weg te gaan. We zijn ons bewust van de risico's; omstandigheden kunnen tussentijds veranderen. We hebben onze plannen voor de periode 2021-2024 daarom solide gebaseerd op de realiteit van het bestaande museum. Binnen die context is er voldoende ruimte om ons aan te passen aan wijzigende situaties.

2

Artistieke visie, publiek en programmering

Thematische verhaallijnen als leidraad

Zoals gezegd, VONK is niet alleen een perspectief op de toekomst van EM. Het plan is de komende cultuurplanperiode tevens onze leidraad voor de artistieke invulling en programmering van het preHistorisch Dorp en Museum door de Stad. We vertrekken vanuit de hoofdvraag: hoe is de Brainportregio, en Eindhoven in het bijzonder, uitgegroeid tot de bijzondere stedelijke regio die zij momenteel is? Zes thematische verhaallijnen geven ieder antwoord op deze vraag, door één of meerdere facetten van de stedelijke en regionale bestaansgeschiedenis uit te lichten.

Hoe is de Brainportregio, en Eindhoven in het bijzonder, uitgegroeid tot de bijzondere stedelijke regio die zij momenteel is?

De ontwikkeling van het landschap

Eindhoven is ontstaan uit een samenvoeging van de oorspronkelijke middeleeuwse stad en omliggende dorpskernen. Maar verder terug in de tijd was het landschap onbebouwd en liepen hier alleen wat jagers en verzamelaars. Binnen dit thema gaan we in op de invloed van demografische processen op de vorming van het landschap en bekijken we hoe de stedelijke inrichting van de Brainportregio, en Eindhoven in het bijzonder, is ontstaan. Met speciale aandacht voor onze eigen directe omgeving: het historisch cultuurlandschap van de Genneper Parken. Dat is vooral voor lokale bewoners en gebruikers van het gebied interessant. We nemen ze mee naar de oorsprong van hun directe woonomgeving.

Technische vooruitgang en hoe Eindhoven het licht zag

De luciferindustrie, Philips' gloeilamp, onze huidige wereldwijde koppositie op het gebied van geïntegreerde fotonica ... Het thema *Technische vooruitgang* biedt tal van mogelijkheden om het bijzondere karakter van onze regio uit te lichten. De bezoeker krijgt een inkijkje in de menselijke vindingrijkheid en in de bijzondere omstandigheden die een uitstekende voedingsbodem voor technologische

ontwikkeling blijken te vormen.

Maken en vakmanschap door de eeuwen heen

Ook in vakmanschap komt innovatie tot uiting. Zo'n 3000 jaar geleden ontdekte men in onze regio dat ijzer uit de lokale bodem kon worden gewonnen. Het bewerken van metaal vereist kracht, kunde én finesse. Het belang van het ambacht verdient in dit thema dan ook bijzondere aandacht. Te denken valt aan onderwerpen als de omgang met lokale grondstoffen en hoe innovaties in zowel het ambacht als materialen nieuwe technologieën en toepassingen mogelijk maakten. Waar een paar slimme koppen de uitvindingen deden, waren het de gouden handen die hieraan uitvoering gaven. Een industrie kwam tot bloei op de schouders van het vakmanschap. In de jaren '90 hebben we echter ook gezien dat we de band met de grote bedrijven verloren of dreigden te verliezen. Even later herstelde dit zich weer. Ook daar zal binnen dit thema aandacht voor zijn.

De sociale geschiedenis van de migratie

Onze regio heeft altijd nieuwkomers getrokken. Jagers, boeren, Drentenaren, gastarbeiders, kennisimmigranten ... culturele verschillen werden overwonnen en taalbarrières geslecht. Dit thema gaat in op cultuurveranderingen ten gevolge van migratie en onderzoekt verschillen en overeenkomsten in de manieren waarop migratie onze samenleving vroeger en nu beïnvloedt. Onderwerpen die het hart raken, komen daarbij aan bod. Denk aan religie, begrafenisrituelen, feestdagen en groepsvorming. Wellicht kunnen we inspiratie putten uit oplossingen en overwegingen van vroegere generaties als het gaat om hedendaagse migratievraagstukken. Dit thema zet de bezoeker aan het denken over zijn/haar eigen identiteit en persoonlijke verbinding met de stad en regio.

De evolutie van de coöperatiementaliteit

Op deschralezandgronden in onze regio moest men tot aan het begin van de twintigste eeuw hard vechten voor het bestaan. De combinatie met andere factoren, zoals een katholieke cultuur en een gemarginaliseerde positie als Generaliteitsland binnen het Koninkrijk der Nederlanden, resulteerde in een unieke samenwerkingsmentaliteit. Die mentaliteit mondde uit in coöperaties als Campina, Dela en de Rabobank en werkt tot op de dag van vandaag door in de triple helix samenwerking tussen gemeentes, kennis- en onderwijsinstellingen en bedrijfsleven binnen Brainport Eindhoven. Gezamenlijk zocht en zoekt men naar verbindingen tussen technologie, design en sociale innovatie. Juist daarin schuilde de afgelopen decennia onze kracht. Technologische innovatie blijkt telkens gestoeld te zijn op slimme samenwerking. Waar onze samenwerkingsmentaliteit vandaan komt en hoe die evolueert, lichten we binnen dit thema uit.

Eindhoven verbeeldt

Met de publicatie van zijn Florarium Temporum zette de monnik Nicolaus Clopper Eindhoven in één keer op de middeleeuwse wereldkaart. Het leek het startsein voor een thema dat later in de regio een belangrijke rol zou gaan spelen: het vastleggen van kennis, herinneringen en gedachtegoed, zowel kunstzinnig als gericht op data. Vluchtige zaken die alleen door ze vast te leggen aan volgende generaties kunnen worden doorgegeven; via steendruk, cassettebandje, CD, DVD, chipmachine ... Maar ook in schilderijen en tekeningen. Dit thema leent zich dan ook uitstekend om aangrenzende gebieden te onderzoeken, zoals het overdragen en vastleggen van

gevoelens in de kunst, (langeafstands-)communicatie en toegang en ontsluiting van kennis via moderne technieken.

Programmering

De programmering voor het preHistorisch Dorp staat de komende jaren vooral in het teken van het toegroeien naar het nieuwe museumconcept VONK. Anders dan in voorgaande jaren behandelen we bij activiteiten steeds vaker de héle geschiedenis en maken we nadrukkelijker een brug naar het heden. We stoppen dus niet bij de Tachtigjarige Oorlog, maar geven ook aandacht aan de laatste drie eeuwen. Daarbij is zeker ook de band met het heden belangrijk, om bezoekers te verrassen met overeenkomsten of juist te verbazen door verschillen uit te lichten. Binnen de programmering geven we ook de collectie een plaats om het verhaal te vertellen. Te denken valt aan installaties die eerder voor Museum door de Stad gebouwd werden. Daarnaast is er ruimte voor inspirerende initiatieven die oud en nieuw combineren, zoals lokale bierbrouwers en ambachtelijke ijsmakers. Steeds meer zoeken we daarin de eigenheid van de Brainportregio op.

De programmering staat de komende jaren vooral in het teken van het toegroeien naar het nieuwe museumconcept VONK.

Publieksbereik

Met VONK zullen we op termijn onze maatschappelijk impact vergroten door jaarrond meer bezoekers te verwelkomen. Dat is een meerjarentraject; de komende vier jaar richten we ons nog op verbreding en differentiatie van het publieksbereik in het preHistorisch Dorp en Museum door de Stad.

Breed en divers publiek

Het preHistorisch Dorp kent al jaren een trouwe doelgroep: gezinnen met kinderen, geïnteresseerden in cultuurhistorie en levende geschiedenis, leerlingen in het p.o. en onderbouw v.o. en (inter)nationale toeristen. Museum door de Stad richt zich in het bijzonder op inwoners van Eindhoven, in alle lagen van de bevolking. Het is daarom qua opzet meer georiënteerd op de wijken, waardoor we een nog specifiekere doelgroep bereiken.

We vergroten ons publieksbereik langs vier routes:

1. *versterking van de lokale verbondenheid (samenwerken met lokale partijen en activiteiten voor de directe omgeving).*
2. *aantrekken van thema-specifieke doelgroepen (rond ambachten of thema's als food, mode en kleding etc.).*
3. *aantrekken van bovenregionale doelgroepen (evenementen).*
4. *aanbieden activiteiten voor het kernpubliek.*

We zetten dus zowel in op lokale verbondenheid als op nichegroepen en het bovenregionale, brede publiek. Op de dagen dat we niets extra's organiseren, zorgen we voor een stevig basisaanbod, waardoor ieder bezoek aan het museum verrassend is, maar ook iets vertrouwds heeft.

Inclusiviteit

Onze doelgroep is divers, maar we bereiken nog niet alle lagen van de samenleving. De komende jaren besteden we daar gericht aandacht aan. Zo nemen we de toegankelijkheid kritisch onder de loep en zorgen we ervoor dat rolstoelen nog gemakkelijker toegang hebben tot alle activiteiten in het museumpark. Daarnaast ontwikkelen we een speciale speurtocht voor mensen met een visuele en/of auditieve beperking. Ons aanbod leent zich daar uitstekend voor: alle andere zintuigen worden immers in overvloed aangesproken en alles mag worden aangeraakt.

Ook voor verstandelijk beperkten is een nieuw programma in ontwikkeling, waarbij alle zintuigen worden aangesproken. We bieden hun een bijzondere beleving door de inzet van natuurlijke materialen, rook, zand, klei, aardewerk en metaal. De al bestaande samenwerking met Stichting Meneer Rick om leerlingen en ouders uit krachtwijken de kans te bieden ons te bezoeken, breiden we uit naar publiekelijk toegankelijke evenementen. Tot slot werken we via onze schoolbezoeken aan het vergroten van culturele diversiteit onder onze bezoekers. Het gaat hierbij om doelgroepen die maar zeer beperkt het museum bezoeken. Met onze schoolbezoeken zien we kansen om begeleidende ouders zo enthousiast te krijgen dat ze later met hun gezin nog eens terugkeren.

Activiteiten en evenementen

Het nieuwe museumpark richt zich straks dus niet alleen op de huidige, maar ook op nieuwe doelgroepen. Het bereiken van die verschillende doelgroepen is leidend in de programmering. Die programmering koppelen we aan de thema's die we in de toekomst in VONK uitlichten. De komende jaren passeert een aantal van die thema's alvast de revue. Zo kunnen we de bezoeker nu al meenemen in het verhaal dat we straks gaan vertellen. Én het geeft ons de gelegenheid de thematische verhaallijnen uit te testen en te zien wat meer en wat mogelijk minder aanspreekt. Doordeweeks en in de 'gewone' weekenden hebben we een basisaanbod van activiteiten. Daarnaast onthalen we bezoekers op thematische weekenden, vakantieweken en grootschalige evenementen. Voor dat laatste borduren we voort op de bestaande succesverhalen waarmee we al jaren een groot publiek bereiken: het Vikingfestival, een ridderweekend en het nieuwe festival Heksia.

Enkele voorbeelden van programmaonderdelen:

De ontwikkeling van het landschap

Het onderwerp landschap past binnen veel thematische verhaallijnen. In het kader van route 1 willen we in samenwerking met onze 'buren' een verlengde rondleiding vanuit het preHistorisch Dorp organiseren; een wandeling door de Genneper Parken, waarbij de Watermolen, het Clarissenklooster en de Genneper Hoeve worden aangedaan. Om niche-doelgroepen te enthousiasmeren (route 2) komen binnen

dit thema onderwerpen als wildplukken, cultuurgewassen en natuurbeheer aan de orde. Ook een evenement als Heksia (route 3) leent zich voor dit thema, omdat ook hekserij gaat over verbondenheid met de natuur en de natuurlijke omgeving. Tot slot heeft het landschap een vaste plek in ons basisaanbod (route 4). We laten immers zien hoe het landschap door de mens werd veranderd en ingericht.

Technische vooruitgang en vakmanschap

Technische ontwikkelingen en ambachten hebben traditiegetrouw een vaste plaats binnen onze programmering. Vuur maken, boogschieten, brood bakken ... Deze specialismen lenen zich bij uitstek voor niche doelgroepen, zoals houtbewerkers, textielmakers, smeden en pottenbakkers (route 2). We hebben hier een goed netwerk in opgebouwd en breiden dit steeds verder uit. Steeds vaker koppelen we deze thema's aan (moderne) lokale partijen (route 1), zodat we er een Eindhovens accent aan kunnen geven én de link naar het heden kunnen leggen. Denk aan de vele metaalspecialisten in de regio en lokale Vmbo's en Mbo's.

Migratie en samenwerkingsmentaliteit

Deze thema's lenen zich bijzonder goed om het heden aan het verleden te binden. Ze sluiten bovendien goed aan bij onze meer traditionele manier van presenteren: themaweekenden en weken die een bepaalde periode in de geschiedenis uitlichten. Door een Vikingevenement, Romeinenweek of een weekend 80-jarige oorlog te verbinden aan de komst van internationals naar Eindhoven (route 1) en bij deze evenementen meer in te zetten op culturele diversiteit in het verleden, bieden vertrouwde en bewezen activiteiten een rijkere historische context aan hedendaagse maatschappelijke migratievraagstukken.

De geschiedenis van de communicatie en het vastleggen van kennis

Schrijven, communiceren en verhalen vertellen zijn vertrouwde onderwerpen voor het preHistorisch Dorp. Het blijft ook in de toekomst een belangrijk onderdeel van het basisaanbod (route 4). We gaan actief op zoek naar samenwerkingen met lokale partners (route 1) en specialisten (route 2): samenwerking met het Nederlands Steendrukmuseum en het Philips Museum ligt bijvoorbeeld voor de hand. Daarnaast zetten we in het basisaanbod in op een meer theatrale benadering, met poppenkast, verhalenvertellers en kluchten als belangrijke onderdelen van het dagprogramma. Door onderliggende universele thema's als liefde, duurzaamheid, ziekte, geloof, strijd en overleven, verbinden we het verleden voor jonge en oude bezoekers met hun eigen leven in het heden.

Museum door de Stad buiten en binnen het preHistorisch Dorp

De komende jaren verspreidt VONK zich door de regio als een lopend vuur, dat wordt aangewakkerd door het rondreizende Museum door de Stad. De bouwschuur, waarin een eerste Vonk wordt gebouwd, geven we met Museum door de Stad al doende invulling. Die bouwschuur zal vanwege het rondreizende concept maar beperkt van omvang zijn. Daarom realiseren we naast de bouwschuur binnen Museum door de Stad alvast een kleine bouwschuur in het preHistorisch Dorp (in de Romeinse schuur). Kleinere onderdelen uit het rondreizend concept worden daar geassembleerd en er wordt gewerkt aan grotere onderdelen.

De doorontwikkeling van het huidige Museum door de Stad naar versie 2.0 hebben we door de coronacrisis helaas moeten uitstellen. In 2021 denken we het concept verder uit en betrekken we de scholen in de plannen, vooruitlopend op hun rol in de uiteindelijke bouwschuur van VONK. Ook leggen we een verbinding naar de Ontdekkfabriek als beoogd samenwerkingspartner.

Met Museum door de Stad als reizend vlaggenschip, thematische en evenementgerelateerde moderne objecten en installaties in het preHistorisch Dorp en uitwerking van het bouwschuur-concept realiseren we de komende jaren een voedingsbodemp voor VONK. Bezoekers, vrijwilligers en medewerkers zullen daarmee steeds meer in hun rol groeien en zich steeds beter verhouden tot de veranderingen en aanpassingen. Zo creëren we een gedragen concept voor en met bezoekers.

Grote stappen

Eindhoven Museum heeft de afgelopen jaren grote stappen gezet:

- drie jaar opeenvolgend winnaar van Kidsproof Award van Noord-Brabant
- stijging van 40.000 naar 56.000 bezoekers preHistorisch Dorp
- aantal bezoekers Museum door de Stad oversteeg alle verwachtingen
- afnemend aantal schoolbezoeken omgebogen naar stijging
- stijging gemiddelde bezoekersbeoordeling naar 8,5; museumjeugdinspecteurs geven zelfs een 8,9
- succesvolle toepassing van virtual en augmented reality in preHistorisch Dorp (Tijd kijker-app)
- ombuiging van een zwakke financiële positie naar een gezonde financiële bedrijfsvoering
- vergaande professionalisering van de organisatie

We hebben de afgelopen jaren concreet ingezet op het verhogen van synergie binnen het Eindhovense erfgoedveld. Andere partijen benaderen ons steeds vaker voor samenwerking en wij vinden het omgekeerd ook beter. Zo is bijvoorbeeld Eindhoven in Beeld onze vaste 'hofleverancier' voor historische fotomateriaal en stellen wij omgekeerd regelmatig bruiklenen ter beschikking voor hun tentoonstellingen. Vaak zijn het echter kleinere initiatieven die volledig afhankelijk zijn van vrijwilligers. EM is weliswaar een professionele instelling, maar onze organisatiecapaciteit is beperkt en iedereen meenemen blijkt in de praktijk vaak lastig. Een belangrijke uitdaging voor de komende jaren blijft dan ook het tot stand brengen van structurele synergie, die verder gaat dan samenwerking op projectbasis.

Samenwerkingen

Om onze voortrekkersrol in het stedelijk erfgoedveld goed te kunnen vervullen, hebben we de afgelopen jaren een groot aantal samenwerkingsverbanden opgebouwd, binnen en buiten de culturele sector. Om bestaande en nieuwe publieksgroepen via de eerdergenoemde routes te bereiken, gaan we op zoek naar nieuwe banden met lokale partijen, zoals sportverenigingen, makers en scoutinggroepen. Maar ook met nieuwe ambachtslieden, levende geschiedenisgroepen, muzikanten en

handelaren en vaklieden uit (inter)nationale netwerken. We verkennen ook volledig nieuwe terreinen, zoals de moderne hekserijgemeenschap in Nederland en haken in op actuele thema's rondom spiritualiteit en zingeving. Door ons netwerk steeds verder uit te breiden, bereiken we verschillende achterbannen en verhogen we onze bezoekersaantallen.

Voor de versteviging van het basisaanbod richten we ons vooral op het aantrekken van een ander type seizoenmedewerkers. Mensen met een theatrale of ambachtelijke achtergrond, zodat het vaste aanbod een meer realistische afspiegeling van de maatschappij geeft (meer verschil in leeftijden) en ook gevarieerder is; afhankelijk van wie je treft op een dag, krijg je andere verhalen en ambachten te zien.

3

Erfgoededucatie en cultuurparticipatie

Differentiatie

EM is binnen de BIS de enige aanbieder van erfgoededucatie binnen het algemenere cultuureducatieaanbod. Dat schept een belangrijke verantwoordelijkheid. Het onderwijs vraagt steeds nadrukkelijker om ondersteuning en heeft vooral behoefte aan hulp bij het zelf uitvoeren van programma's. Daarmee worden wij meer begeleider binnen de bestaande leerlijnen, dan aanbieder van een losstaand product. We gaan dan ook door met het passend maken van ons educatieve aanbod binnen doorgaande leerlijnen. Daarbij dienen we wel rekening te houden met onzekerheid rondom schoolbezoeken, als gevolg van de coronacrisis. Mogelijk moeten we een deel van onze educatieve activiteiten verschuiven van het museum naar de scholen toe. De organisatorische en financiële consequenties daarvan zijn nu nog niet goed te overzien.

We volgen ontwikkelingen in het onderwijs op de voet door onder meer te participeren in bijeenkomsten van Cultuur Station en via een klankbordgroep van mensen uit het onderwijs. We passen ons aanbod aan op ontwikkelingen in en wensen van het onderwijs en trainen onze groepsbegeleiders in dat kader via Cultuur&ik. We zoeken doelbewust naar de aanvulling die wij kunnen leveren in kennis en vaardigheden, bijvoorbeeld op het gebied van ambachten en historische kennis. Door erfgoededucatie levend te maken via demonstraties van bijzondere materialen, technieken, textiel of voedsel, bieden we aanvullende leerervaringen naast het reguliere curriculum.

We beantwoorden niet alleen vragen van scholen, maar zien ook kansen om actief een bijdrage te leveren aan brede erfgoededucatie en participatie. Die kansen liggen in het verlengde van onze plannen met VONK, met specifieke aandacht voor de 'gouden handen' in de regio: de ontwikkeling van het landschapsgebruik, de geschiedenis en ontwikkeling van de maakindustrie, respect voor het historische ambacht en vooral het in stand houden van kennis op dat gebied.

Om de kansen op succes voor ons educatief aanbod te spreiden, differentiëren we op leeftijd en opleidingsniveau en op doelstelling.

Leeftijd en opleidingsniveau

We hebben al een ruim aanbod van educatieve programma's voor de onderbouw en bovenbouw van primair en secundair onderwijs. We gaan ons nu ook richten op het volwassenenonderwijs. De komende jaren zal het aantal overtallige arbeidskrachten door nieuwe technologieën stijgen en daarmee ook de vraag naar omscholing. Tegelijk bestaat een nijpend tekort aan goede vaklieden. De recent gelanceerde Ambachtenacademie speelt daarop in. Ook voor ons museum zien wij een rol weggelegd; we kunnen de mogelijkheid aanbieden ambachten te leren, uit te voeren en weer door te geven aan een nieuwe generatie, met nadruk op de historische ontwikkeling van lokale processen. Denk aan bijen houden en honing verwerken, leerlooien, ijzer winnen en smeden, staal maken, textiel maken, pottenbakken met lokale klei met oude technieken, zandgronden bewerken en oude gewassen telen. Een eerste stap hierin is verkenning van mogelijke samenwerking met de Ambachtenacademie; vanwege de coronacrisis hebben we dat nog niet kunnen doen. Vervolgens zoeken we samenwerking op met professionals in de betreffende branches en betrekken we bijvoorbeeld gepensioneerde ambachtslieden. Vrijwilligers in deze sectoren hebben vaak een groot hart voor hun ambacht en zijn daarvoor de beste ambassadeurs.

Educatieve doelstelling

Erfgoed en geschiedenis lenen zich voor het benaderen van vrijwel alle onderwerpen die het onderwijs wil behandelen. De historische samenleving was immers net zo veelzijdig als de moderne maatschappij nu. Onderwerpen als duurzaamheid, onderzoekend leren, samenwerken, zelfredzaamheid en accentverschuivingen binnen de Canon van Nederland hebben dan ook een plek binnen onze programma's. Daarbij variëren we in diepgang, aansluitend op de verschillende doelgroepen en leerniveaus. Dat leidt tot differentiatie binnen ons aanbod:

- licht edutainment: een schoolreis waarbij kinderen worden ondergedompeld in het verleden, zoals bij een regulier bezoek, met optioneel een verdiepende speurtocht (zoals nu Museumschatjes). Een schoolreisje met een smakelijke educatieve invulling dus.
- de 'buitenles', in aanvulling op de leerlijnen, aangeboden in klasverband. Dit is een verdieping van de lesstof, die door ervaring en beleving beter zal beklijven. We kunnen hierbij eventueel bij meer lessen samenwerken. Nadruk ligt op geschiedenis, erfgoed en archeologie, alle drie als verdieping van het algemenere cultuuronderwijs.

4

Collectie

Huidige context

Bij de fusie in 2012 heeft EM het beheer van de collectie van Museum Kempenland Eindhoven (MKE) overgenomen. We hebben de afgelopen jaren aanzienlijke stappen gezet op het vlak van digitale ontsluiting van de collectie via de website; de registratie is grotendeels op orde en met de ingebruikname van een nieuw depot in 2017 beschikken we over de juiste klimaatinstallaties voor conservering van objecten. Probleem is echter dat de sluiting van MKE en het ontslag van de inhoudelijke staf hebben geleid tot een abrupte breuk in beleid, beheer en kennis van de collectie. Onze collectiemedewerker bouwt vakkundig de kennisbasis uit, maar kan niet steunen op degelijk gedocumenteerde kennisoverdracht uit het verleden. Daardoor ontbreekt een goed inhoudelijk overzicht op de collectie en dat bemoeilijkt de ontwikkeling van een coherente visie. Gelukkig hebben we Peter Thoben, de laatste directeur van MKE, bereid gevonden een collectiebiografie te schrijven, om meer zicht te krijgen op de totstandkoming van de collectie. Eerder al heeft Thoben het MKE-archief, ondergebracht bij het Regionaal Historisch Centrum Eindhoven, geïndexeerd en gecategoriseerd, waarmee belangrijke informatie makkelijker te vinden is.

In januari verscheen de masterscriptie van Petra Robben, projectleider collectie & presentatie van het stadsmuseum Tilburg (net als EM een museum zonder vaste expositielocatie). Haar conclusies sluiten aan bij onze eigen bevindingen.

- Al voor de sluiting van MKE werd de collectie ervaren als te breed en te omvangrijk. Er is destijds vooral verzameld op het gebied van regionale kunst en nijverheid met het zwaartepunt op de 19e en begin 20e eeuw en te weinig nadruk op het industriële verleden. Objecten uit eerdere en latere historische periodes zijn onvoldoende vertegenwoordigd.
- Door het brede verzamelbeleid drukte de collectie te zwaar op de bedrijfsvoering, wat ontwikkeling van MKE en aansluiting bij maatschappelijke behoeften in de weg stond.

Naar een nieuw collectieplan

De afgelopen jaren hebben we om bovenstaande redenen (en door beperkte middelen; we gaven in de budgettaire afweging prioriteit aan presentatievernieuwing, publieksverbreding en cultureel ondernemerschap) geworsteld met de ontwikkeling van een langetermijnvisie op de collectie. Met de uitbreidingsplannen in het verschiet,

moet deze situatie worden doorbroken. De collectie moet op inhoud en relevantie meegroeien met onze ambities. Daarom stellen we in 2021 een nieuw collectieplan op, waarbij de zes thematische verhaallijnen leidend zijn. In het collectieplan focussen we op zowel ontzamelen als verwerven.

Bij het *verwerven* leggen we de focus op het industriële verleden in de periode 1940-2010. Met bijzondere aandacht voor objecten die betrekking hebben op de culturele, sociaaleconomische, stedenbouwkundige, technologische en industriële ontwikkeling van stad en regio in de wederopbouwperiode, het technologisch/futurologisch vooruitgangdenken van de jaren '60 en '70, de crisisjaren '90 en de wederopstanding tot Brainport Eindhoven vanaf 2000. Voor de vroege geschiedenis willen we sleutelstukken verwerven, als bruiklenen niet beschikbaar zijn en objecten geen aanvullende conserveringsmaatregelen vereisen.

Bij het verwerven van nieuwe objecten voor de collectie leggen we de focus op het industriële verleden in de periode 1940-2010.

We zullen ook ontzamelen, om meer coherente lijnen aan te brengen in de collectie. Breedte en omvang worden daardoor beter hanteerbaar en er ontstaat meer inhoudelijke samenhang. Door afscheid te nemen van bepaalde stukken, komt bovendien depotruimte vrij voor nieuwe objecten.

Tot slot voeren we de komende cultuurperiode met ons nieuwe collectieplan de volgende operationele verbeteringen door:

- Opnieuw categoriseren van de collectie, zodat de zoekfunctie extern verbetert.
- Borgen van de reeds ingezette digitalisering van de collectie, beheer- en behoudtaken.
- Verkennen van onderzoekssamenwerking met andere erfgoedorganisaties. Het delen van kosten en capaciteitsinzet, maakt langlopend historisch onderzoek mogelijk.
- Aanstellen van een onderzoekcoördinator, die samen met onderzoeksvrijwilligers de collectie verder onderzoekt en kennis verdiept.

¹ 'Daar in onze stad deze tak van industrie beoefend werd', *De betekenisgeving aan de lokale industrie in gemeentelijke museumcollecties in Eindhoven, Helmond en Tilburg, 1916-2018*, Robben, P. (2020), Tilburg University.

5

Marketing

Ook op het gebied van marketing heeft EM de afgelopen jaren een enorme professionaliseringslag gemaakt. We namen afscheid van een deel van het bestaand personeel, om nieuwe medewerkers met hoogwaardige competenties aan te kunnen trekken. Met een kleiner, maar beter gekwalificeerd team op o.a. marketing, sales, en presentatie & educatie halen we betere resultaten. En we gaan door. Onze marketingstrategie is enerzijds gericht op verdere professionalisering van de reeds ingezette koers. Daarbij focussen we op online marketing en het vergroten van de merkherkenning en binding met de bestaande museummerken preHistorisch Dorp en Museum door de Stad. Anderzijds bereiden we ons voor op de naamswijziging van Eindhoven Museum in VONK.

Continuering en verdere professionalisering ingezette koers

Onze marketingstrategie is afgestemd op de vier routes (zie hoofdstuk 2, onderdeel Publieksbereik) waarlangs we ons bezoekersbereik verbreden en differentiëren. We werken toe naar een steeds verfijndere afstemming van voor doelgroepen relevante inhoud op de online media waarop zij zich begeven. Aandacht van die doelgroepen bouwen we op door onze relevantie te vergroten; daarom zetten we vol in op content-creatie.

Marketingmix

Via online marketing zetten we de middelen gericht en meetbaar in. We ontwikkelen per doelgroep een uitgekiende mix van cross-mediale uitingen, waarbij online leidend is en offline ondersteunend. Daarbij leiden we doelgroepen zoveel mogelijk naar de nieuwe website (gereed zomer 2020). Die heeft verschillende landingspagina's, zodat doelgroepen veel gericht uitkomen bij voor hen relevante informatie. We zetten in op conversieverhoging door de online kaartverkoop en boekingen gebruiksvriendelijker in te richten, bijvoorbeeld door de beschikbaarheid voor boekingen *real time* zichtbaar te maken. Ook verwijzen webpagina's actiever door naar de salespagina.

Voor de algemene lokale en regionale zichtbaarheid zetten we aanvullend in op abricampagnes. Internationaal publiek en bestemmingstoeristen in de regio Eindhoven bereiken we o.a. door samenwerking met marketingorganisaties als Eindhoven 247 en Visit Brabant. Tot slot blijven we investeren in ons persnetwerk, om via free publicity onze zichtbaarheid bij lokale en niche doelgroepen landelijk te

vergroten. Voor de interne communicatie continueren we onze digitale nieuwsbrief, die medewerkers en vrijwilligers informeert over de actuele ontwikkelingen.

Allocatie marketingmiddelen

Bij de verdeling van het marketingbudget laten we ons leiden door de vraag welke activiteiten het grootste bezoekerspotentieel hebben en bijdragen aan onze merkbekendheid. Hoe meer impact, hoe hoger de marketinginspanningen. Jaarlijks evalueren we in hoeverre de allocatie van marketingmiddelen correspondeert met het gerealiseerde publieksbereik en zichtbaarheid.

Marktonderzoek

Effectieve marketing vergt continue bijstelling. Online werken we hiervoor samen met Yellow Hawk. Door de respons en het bereik van online uitingen constant te monitoren, kunnen we advertentiebudget steeds efficiënter inzetten. Daarnaast verdiepen we onze kennis over onze (potentiële) bezoekers door:

- doorlopend kwantitatief publieksonderzoek
- het meten van bezoeken en gedrag op de website via Google Analytics
- vergelijkend onderzoek met andere musea via Museana
- registratie van postcodes van bezoekers aan de museumkassa vanaf 2020

Herpositionering EM tot VONK

De komende jaren richten we ons op het vergroten van de merkbinding, -herkenning en bereik van de bestaande merken preHistorisch Dorp en Museum door de Stad, omdat ons publieksbereik en verdienvermogen hier rechtstreeks mee samenhangt. Eindhoven Museum is afzender, maar we investeren niet in deze naam, omdat deze vervangen gaat worden door VONK. VONK gaat volgens planning pas eind 2024 open, maar de naamswijziging vraagt zorgvuldige voorbereiding. We introduceren VONK geleidelijk in de uitingen van activiteiten van het preHistorisch Dorp en Museum door de Stad en laden de naam via de vele co-creatieve sessies met makers, bewoners, studenten en bedrijfsleven. Zo ook in onze contacten met fondsen, sponsors, politiek en media. Op termijn nemen we dus afscheid van de merknamen Eindhoven Museum en preHistorisch Dorp. Museum door de Stad kan geheel of gedeeltelijk -bijvoorbeeld als ondertitel -gehandhaafd blijven voor extramurale activiteiten.

6

Organisatie

De komende jaren bereiden we de schaa sprong naar VONK voor op vier samenhangende gebieden: bezoekerscapaciteit, dienstverlening, personeel en verdienvermogen.

Cultureel ondernemerschap

Door de coronacrisis moeten we ons de eerste twee jaar richten op herstel van onze financiële positie. Vraagt deze situatie om majeure aanpassingen aan de bedrijfsvoering, dan anticiperen we daarbij op de toekomstige exploitatie van VONK. Dat doen we op de volgende manieren:

- Inzetten op recreatieve en educatieve bezoekersgroei, met focus op het vergroten van omzet per bezoeker. 2021 en 2022 zullen i.v.m. de coronacrisis overgangsjaren zijn, waarbij we rekening moeten houden met stagnatie of zelfs krimp. Het is daarom op dit moment moeilijk om uitspraken te doen over bezoekersgroei. Onder normale omstandigheden zouden we voor het preHistorisch Dorp en Museum door de Stad samen willen doorgroeien naar 70.000 bezoeken jaarlijks per 2024, waarvan 60.000 tot 65.000 bezoeken aan het preHistorisch Dorp.
- Verder toepassen van prijsdifferentiatie en verkennen van mogelijkheden voor *dynamic pricing* op verschillende activiteiten. In de marketing zullen we nog meer inzetten op *early bird* acties en aantrekkelijke combinaties.
- Vergroten van het aandeel e-tickets, waardoor we de keuze om het museum te bezoeken zoveel mogelijk vervroegen. Met de nieuwsbrief en gerichte acties versterken we de *aftersales* om herhaalbezoek te stimuleren.
- Verhoging van de horecaomzet i.s.m. onze nieuwe horecapartner Bij Puur. Onder meer door de menukaart beter aan te laten sluiten op koopimpulsen bij bezoekers.
- Beperken van omzetverlies op arrangementen door formules voor de anderhalvemetersamenleving te actualiseren en nog gericht in te spelen op maatschappelijke trends. Onze sales afdeling zet nadrukkelijker in op *up selling*.
- Omzetverhoging van de museumwinkel door:
 - producten uit te lichten die direct betrekking hebben op museumactiviteiten
 - frequentere verkoopenalyses om het assortiment verder te optimaliseren op omloopsnelheid en tijd- en weergebondenheid

VONK biedt fondsen, bedrijven en particulieren een wenkend perspectief om een bijdrage te leveren. We anticiperen hierop met de doorontwikkeling van Museum door de Stad tot een mobiele Bouwschuur-pilot voor fondsenwerving en bedrijfssponsoring. Museum door de Stad 2.0 biedt een geschikt projectformat om een bedrijvensnetwerk op te bouwen en ervaring op te doen in sponsoring. We onderzoeken tevens de mogelijkheden om particulieren als donateurs of via *crowdfunding* te laten bijdragen aan de eerste vonk die we met Museum door de Stad 2.0 gaan bouwen.

Bedrijfsvoering

Voor de lange termijn bereiden we ons voor op een toename in bezoek en bezoekersverwachtingen. Uitbesteding van de museumhoreca aan Bij Puur is hierin een belangrijke stap, omdat het museum zo capaciteit en middelen vrijmaakt voor museale taken.

De anderhalvemetersamenleving werpt capaciteitsvraagstukken op die ook in 2021 en 2022 zullen doorwerken. Nu al anticiperend op VONK, werken we aan slimmere spreiding van bezoekerspieken en minimalisering van wachtrijen. We leren daarbij van ons lokale netwerk en onze contacten bij de Efteling, het Spoorwegmuseum en Archeon.

ICT en automatisering

We werken toe naar sturingsinformatiesystemen, die inzicht geven in geboekte resultaten, live momentopnames en voorspellende data. Zo kunnen we adequater bijsturen op bedrijfsprocessen en service door:

- het integreren van het reserveringssysteem in de website, zodat klanten met de juiste informatie ter plekke zelf kunnen boeken.
- live overzichten uit het kassasysteem beschikbaar te maken voor de floormanager, dagcoördinatoren en marketing en salesmedewerkers, zodat zij hun werkwijze kunnen aanpassen naar gelang de bezoekersdrukke.
- maandelijks automatisch verkoopprognoses uit het boekingsstelsel uit te draaien.
- volledige digitalisering van het rooster en koppeling met de personeelsadministratie, zodat ureninzet en beschikbaarheid van medewerkers beter inzichtelijker wordt.
- onderzoek naar de inzet van projectmanagementtools m.b.t. planning, budgetbeheer en taak- en rolverdeling.

ARBO en veiligheid

Toenemende maatschappelijke eisen ten aanzien van veiligheid vergen extra aandacht in de naleving van de Arbowetgeving. We hebben de afgelopen twee jaar hierin veel geïnvesteerd. Door expliciete voorlichting en onverwachte calamiteitenoefeningen zullen we het veiligheidsbewustzijn onder onze medewerkers blijven borgen.

AVG

We werken al met een routemap AVG. Begin 2021 verwachten we ons AVG-plan volledig te hebben geïmplementeerd, om het vervolgens consequent bij te houden. Bij nieuwe dataverzameling kijken we eerst welke data we echt nodig hebben en hoe we die vervolgens zorgvuldig verwerken. Coördinatie van de AVG hebben we belegd

bij onze marketeer, omdat zij het meest met privacygevoelige externe data werkt.

Personeel

We vinden het erg belangrijk dat onze medewerkers en vrijwilligers betrokken zijn bij de uitwerking van de plannen voor VONK. Dat staat dan ook elke twee maanden op de agenda van het teamoverleg. Ontwikkelplannen van medewerkers geven we adaptief invulling, zoveel mogelijk aansluitend bij hun competenties en expertise. We laten ons hierin extern adviseren en ruimen budget in voor bij- of omscholing.

Op dit moment hebben we behoefte aan extra capaciteit en expertise om de zes inhoudelijke thema's en lijnen voor de huidige educatie- en publieksactiviteiten uit te werken. En óók voor de artistiek-inhoudelijke uitwerking van de plannen voor VONK. Daarom breiden we de komende periode de personeelsformatie uit met vier functies, mits de financiële situatie dat toelaat:

- Publiek en educatie: senior medewerker publiek en educatie
- Collectie: coördinator onderzoek en collectie
- Directie: projectleider bedrijfsvoering
- Marketing: contentmarketeer en actiemarketeer

Sommige activiteiten, zoals actiemarketing, kunnen we uitbesteden, omdat de benodigde capaciteit geen (deel)tijdfunctie omvat. De hierboven genoemde afdelingen moeten intern structureel worden versterkt met tenminste 0,5 fte per afdeling. Gezien de verzwaren van de huidige takenpakketten van het hoofd presentatie & educatie en de directeur met het oog op de museumuitbreiding, hebben de eerste twee functies prioriteit om de programmering en bedrijfsvoering te borgen. Daarnaast is een coördinerende functie voor onderzoek en collectie van vitaal belang om de komende jaren voldoende inhoudelijke basis onder VONK te kunnen leggen.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen

Wij kunnen onze inhoudelijke rol als cultuurhistorisch museum alleen goed vervullen, als we een brede maatschappelijke meerwaarde hebben en bijdragen aan een duurzamere en inclusievere wereld. Dat is ook wat veel van onze vrijwilligers aanspreekt. Ons museum biedt plek voor mensen om betekenisvol te kunnen zijn. Dat geldt zowel voor mensen die prima op eigen kracht meekomen in de maatschappij, als voor diegenen die lastiger aansluiting vinden op de reguliere arbeidsmarkt en in sociale relaties. Zo verzorgt welzijnsinstelling Severinus met moeilijk opvoedbare jongeren iedere maandagochtend het groen. We hebben vanuit Lumens al jarenlang iemand met beperkt mentaal vermogen die als dagbesteding meehelpt in schoonmaak en groen. Daarnaast fungeren we regelmatig als plek waar mensen vanuit een burn-out of ander langdurig ziekteverzuim weer integreren in het arbeidsproces. De groene omgeving, de geborgenheid van het preHistorisch Dorp en onze informele en toegankelijke omgangscultuur zijn daar uitermate voor geëgend.

Ons museum biedt plek voor mensen om betekenisvol te kunnen zijn.

Duurzaamheid heeft niet alleen te maken met menselijke relaties, maar ook met onze verbinding met de natuurlijke omgeving. De historische reconstructies op het preHistorisch Dorp hebben niet bepaald een A-energielabel. We werken echter wel degelijk aan vermindering van ons energie- en waterverbruik, door slimme thermostaten en kranen en door minder houtverbruik voor ovens en vuren. We scheiden vanzelfsprekend onze afvalstromen en kopen zoveel mogelijk lokaal in. Biologisch graan van de Genneper Hoeve bijvoorbeeld, dat in de Genneper watermolen wordt gemalen. Tot slot blijven we extensief landschapsbeheer uitvoeren, gericht op het versterken van inheemse soorten.

7

Financieel

EM heeft de afgelopen jaren hard gewerkt om financieel weerbaarder te worden. We vergrootten ons eigen verdienvermogen en voerden kostenbesparingen door waar dat kon. Het is zuur om te zien dat de coronacrisis de financiële resultaten waar zo hard aan gewerkt is, doet verdampen. Het toont tegelijk de noodzaak om in een maatschappelijke context, waarin van culturele instellingen meer ondernemerschap wordt gevraagd, te blijven werken aan voldoende weerstandsvermogen. We continueren dan ook de eerder ingezette lijn, maar verwachten pas in 2023 aan herstel van ons weerstandsvermogen te kunnen werken. Als de anderhalvemetersamenleving aanhoudt, moeten we voor 2021 rekening houden met een forse negatieve exploitatie. Natuurlijk passen we ons inkomsten- en uitgavenmodel hierop zoveel mogelijk aan, maar we sluiten niet uit dat we voor 2021 aanvullende steun nodig hebben.

Aanpassingen die we nu doorvoeren:

- temporiseren van niet noodzakelijke investeringen.
- uitstel doorontwikkeling Museum door de Stad met één jaar en in plaats daarvan ruimen we een bescheiden bedrag in voor conceptontwikkeling en fondsenwerving voor Museum door de Stad 2.0 in 2021 en begin 2022.
- slechts zeer bescheiden presentatie van de moderne geschiedenis van Eindhoven in 2021 en deel 2022 (niet kostendekkend) i.v.m. uitstel doorontwikkeling Museum door de Stad.

Alle pijlen zijn gericht op het herstellen en vergroten van het bezoek aan het preHistorisch Dorp; daar immers ligt ons verdienvermogen. Pas daarna vinden we het verantwoord om financieel niet dekkende activiteiten, zoals Museum door de Stad, weer op te starten. Hiervoor zullen we ook fondsen en sponsoring werven. Fondsenwerfers hebben al laten weten dat fondsen in 2021 sterk zullen worden overvraagd. In dat licht bezien is het wellicht verstandig dat we met Museum door de Stad inzetten op 2022 en afhankelijk van de situatie bij de fondsen pas begin 2022 aanvragen doen.

De noodzakelijke uitbreiding van de personeelsformatie bekostigen we deels uit de projectsubsidies voor VONK en deels door alle tijdelijke aanstellingen goed tegen het licht te houden. In de praktijk komt het erop neer dat de uitbreiding voor 2021-2022 vooral een inbreiding zal zijn, waarbij we nieuwe competenties toevoegen aan de organisatie.