

**Beleidsplan Museum de Locht
periode 2017 - 2021**

Inhoudsopgave	2
Waarom dit beleidsplan	3
De missie waarvoor we staan	3
De visie waarvoor we gaan	3
De SWOT-analyse, een inventarisatie van elementen	4
Welk beeld van het museum roept de SWOT-analyse op?	4
Organisatie en bestuurlijke structuur	6
Besluitvormingsstructuur	7
Te realiseren plannen in deze beleidsperiode	9
Speerpunten van beleid en doelgroepen	10
Belevingswerelden	11
De centrale plaats van beleving	12
Digitalisering	13
Binding met bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties	13
Inrichting van terrein en aanpassing c.q. uitbreiding van gebouwen	14
De Collectie	14
Collectiemanagement	16
Werken met vrijwilligers	17
Vrijwilligersbeleid	18
Financiën en begroting	18

Waarom dit beleidsplan?

Museum de Locht is in 1990 officieel geopend. Het jaar 2015 was een jubileum jaar. Niet alleen bestond het museum 25 jaar, maar tegelijk vond het masterplan van 2011 zijn voltooiing. Alle geplande bouwwerken waren klaar. Ter gelegenheid daarvan werd het museum op 5 juni 2016 opnieuw officieel geopend.

Een nieuw tijdperk is aangebroken. Na de voltooiing van de nieuwbouw van: “De Hoeve”, Champignon en Asperge- paviljoen, de nieuwe tuinbouwkassen, de nieuwe parkeerplaats, de bierbrouwerij en last but not least de kapel, moet er nagedacht worden over de organisatie en de toekomst van het museum. De eerste stap is het plan tot herziening van de organisatorische structuur van de Locht. De uitwerking wordt door de medewerkers besproken en goed bevonden. De nieuwe structuur kan dan ook bij de hernieuwde opening bekrachtigd en ingevoerd worden.

Nu wordt aandacht voor de toekomst van het museum urgent. De vraag is: Hoe het museum de jaren 2020 in te loodsen? De werkgroep “Quo Vadis”, bestaande uit bestuur, enkele leden van het Management Team en deskundigen van “buiten”, krijgt de opdracht een meerjarenplan te ontwerpen en vorm te geven. Besloten is dat nog dit jaar het beleidsplan geschreven moet zijn.

De missie waarvoor we staan

Het museum de Locht stelt zich ten doel:

Het verzamelen, onderzoeken, bewaren, archiveren en exposeren, zowel statisch als dynamisch, van gebouwen, werktuigen, technieken en teelten in de tuinbouw, inzonderheid de teelt van de asperge- en champignon in de traditioneel agrarische sector op de Noord-Limburgse zandgrond. Bijzondere aandacht wordt besteed aan het verzamelen, bewaren en archiveren van kennis over en het uitbeelden van vroegere leefwijzen, gebruiken, beroepen en ambachten en de volkscultuur, kortom het Noord-Limburg van vroeger, Het Noord-Limburg van nu met een blik naar de toekomst.

Ook de vele streekproducten worden voor het voetlicht gebracht door ze in te kaderen in de wereld van het maatschappelijk verantwoord ondernemen met het oogmerk de bekendheid met en de consumptie er van te vergroten.

In verschillende presentaties wordt de interactie tussen Noord-Limburg en haar omgeving, regionaal en zelfs euregionaal zichtbaar gemaakt. Zij wekken niet alleen belangstelling voor het verleden en heden, maar roepen ook hier vragen op over waar we naar toe gaan, onze toekomst.

De visie waarvoor we gaan

Erfgoed is een belangrijk onderdeel van onze identiteit. Erfgoed is ons cultureel paspoort. (DNA). We zijn er zelf onderdeel van. Erfgoed heeft aantrekkingskracht en wil gezien worden. Erfgoed moet dus ook de ruimte krijgen om zich te tonen in een omgeving waar het zich lekker voelt.

Het museum wil een ontmoetingsplek zijn waar mensen het Noord-Limburgse erfgoed kunnen beleven en delen en om nieuwe generaties te binden aan dat Noord-Limburgse erfgoed.

Dat is waarvoor we gaan: gedeeld verleden zichtbaar maken, streekgenoten zich weer verbonden laten voelen met hun omgeving, met hun verleden en niet te vergeten: met elkaar, jong dan wel oud. Terug in de tijd om het vandaag te snappen, de eigen identiteit te doorgronden, duurzame ervaringen op te doen, om te kunnen investeren in de toekomst.

De SWOT-analyse, een inventarisatie van elementen

We zien het gebeuren: onze samenleving wordt complexer, vluchtiger, minder zeker en minder voorspelbaar. In snel tempo verschijnen nieuwe ideeën, ontstaan uit demografische en technologische ontwikkelingen, het bestaan van internet en de social media, de opkomst van de belevings- en vrijetijdsindustrie. Digitalisering heeft onze samenleving in zijn greep. Iedereen kan nu al de nodige kennis en beelden in huis halen via iPad, iPhone, Facebook en Twitter. Nieuwe manieren van werken en organiseren zijn in opmars.

Om al die veranderingen te kunnen adopteren en de continuïteit van het museum te waarborgen, zullen we wel moeten nadenken over wat de toekomst kan brengen en wat er zich al aftekent. Daarvoor moeten we eerst weten hoe het museum er voor staat, hoe het museum nu functioneert en de organisatie er nu uitziet.

De SWOT-analyse is daartoe een goed hulpmiddel. Zij geeft een uitgebreide analyse van de organisatie door niet alleen haar sterke en zwakke kanten, maar ook haar kansen en bedreigingen in kaart te brengen.

Het museum krijgt dan een beeld van de situatie en omstandigheden waarin het verkeert of terecht zal kunnen komen; een hulpmiddel ook om wegen te vinden voor verbetering en verduurzaming van de organisatie.

In bijlage 1 is de analyse van sterke en zwakke kanten, alsook de bedreigingen en kansen, verder gespecificeerd, weergegeven.

Welk beeld van het museum roept de SWOT-analyse op?

De SWOT-analyse laat zien dat alle sterke kanten samen geen garantie vormen voor de continuïteit van het museum. De zwakke kanten overheersen dermate dat zij echte bedreigingen worden, wanneer de komende jaren daar geen beleid op wordt gemaakt. Wat moet er gebeuren om de zwakke kanten van het museum op te heffen of om te buigen in sterke kanten m.a.w. welk beleid moet opgestart worden om het museum duurzaam te maken? De SWOT-analyse maakt duidelijk dat een aantal elementaire veranderingen nodig zijn. Het museum van nu kan zijn continuïteit behouden door processen op gang te brengen die het museum een vorm en inhoud geven, die is aangepast aan de vraag van de huidige samenleving en meer is afgestemd op behoeften en wensen van de gebruikers van het museum.

Van daling naar toename bezoekersaantallen

De waargenomen daling van het aantal bezoekers tenminste tot stilstand brengen en veranderen in perspectieven en projecten gericht op een toename van bezoekers.

Van passiviteit naar interactie met bezoekers en maatschappelijke instellingen

Passiviteit naar bezoekers en maatschappelijke instellen inwisselen voor een interactieve benadering van bezoekers en samenwerkende instellingen.

Van aanbod gestuurd naar meer vraag gestuurd

Het museum zal een transitie op gang moeten brengen van een aanbod gestuurde naar een vraag gestuurde instelling d.w.z. door communicatie met bezoekers, doelgroepen van bezoekers die informatie en beleving realiseren, die tegemoet komt aan hun verwachtingen en wensen, maar ook voldoet aan professionele standaarden. Inspelen dus op wat bezoekers en instellingen van samenwerking willen en belangrijk vinden.

Van kennis naar beleving

Het huidige kennis en informatie instituut transformeren in een instituut waarin beleving en emotie, gevoel normaal zijn zonder er een pretpark van te maken.

Naar verjonging en meer training en opleiding van het vrijwilligerscorps

De instroom van nieuwe en jongere vrijwilligers actief bevorderen. Deze zullen veelal “opgeleid” moeten worden om verhalen te vertellen, oude ambachten te leren kennen en de samenhang te leren zien tussen het verleden, het moment van nu en onze visie op de toekomst. Immers zij kunnen niet meer putten uit eigen ervaringen en herinneringen uit het verleden van henzelf.

Van rondleiders en suppoosten naar begeleiders van activiteiten

Een transitie van de rondleiders en suppoosten naar uitvoerders en begeleiders van activiteiten. Wat geldt voor de vrijwilligers in het algemeen, geldt in hoge mate voor de rondleiders en suppoosten.

Van financiële zelfstandigheid naar partiële fondsenwerving en subsidiëring

De sponsorcontracten lopen in 2018 af met mogelijk negatieve gevolgen voor de financiering van het museum. Het bestuur is zich daar bewust van en heeft zich voorgenomen systematisch en actief in samenspraak en samenwerking met de Stichting Vrienden van de Locht op zoek te gaan naar meerjarige sponsorcontracten en financiële ondersteuning door fondsenwerving. Daarnaast zal gezocht worden naar mogelijkheden van subsidiëring, structureel en op basis van projecten, door plaatselijke dan wel provinciale overheid.

Van Monoloog naar Dialoog

Museum de Locht is een organisatie, die bestaat uit vele zelfstandige entiteiten. Het gevaar bestaat dat deze entiteiten koninkrijkjes worden die zich tegen beïnvloeding door derden zullen verzetten. Wederzijdse beïnvloeding is van groot belang. Het beleid is dan ook gericht op een open communicatie en beïnvloeding van elkaar op alle niveaus.

Organisatie en bestuurlijke structuur

Statutair is het museum een stichting met de officiële naam: “Stichting Museum de Locht” en is gevestigd in Melderslo, gemeente Horst aan de Maas.

Het Bestuur

Het bestuur van de stichting bestaat uit minimaal 5 en maximaal 7 leden.

Per 1 januari 2017 bestaat het bestuur uit de volgende personen:

Jan Hulsen, voorzitter

Henk Steenbekkers, algemeen secretaris

Frans van Dijk, penningmeester

Peter Christiaens, agro-deskundige

Mari van der Sterren, marketingdeskundige

Lei Heldens, regiodeskundige

Vacature, museumdeskundige

Het bestuur is verantwoordelijk voor het vaststellen van het beleid en houdt toezicht op de uitvoering daarvan. Het bestuur is bevoegd tot het benoemen, schorsen en ontslaan van de directeur.

De directeur neemt deel aan de bestuursvergadering, doch is geen lid van het bestuur.

Het bestuur komt minimaal 6 x per jaar in vergadering bijeen.

Raad van Advies

De Raad van Advies bestaat per 1 januari 2017 uit 6 leden.

Ton Besouw, aspergesector

Patrick van der Broeck, semioverheid

Eric Houben, champignonsector

Jos de Kunder, museumsector

Jos Peeters, museum sector

Vacature voor gedeputeerde, provinciale overheid

De Raad van Advies adviseert het bestuur ten aanzien van het algemene beleid van de Stichting overeenkomstig de bepalingen in de Statuten en het Huishoudelijk Reglement. De Raad van Advies pleegt drie maal per jaar overleg met het bestuur en de directeur.

De leden van de Raad van Advies worden benoemd door het bestuur op basis van hun kennis van en ervaring met de regio en de deelcollecties van het museum: plattelandsleven, champignons, asperges, textiel en kleding.

Directeur

De directeur is verantwoordelijk voor de dagelijkse gang van zaken. Hij is het eerste aanspreekpunt voor bestuur en vrijwilligers.

De directeur bereidt de stukken voor het bestuur en managementteam voor. Hij geeft direct leiding aan de staffunctionarissen (i.c. de vrijwilligerscoördinator, het secretariaat, de medewerker boekingen, de ICT-specialisten en de boekhouding).

Het Management Team

Het management team (MT) bestaat uit de directeur en de voorzitters van de commissies. Op 1 januari 2017 zijn dat:

Henk Kemperman, directeur en voorzitter
 Jos Boots, commissie asperges en tuinbouw
 Jo Rutjens, commissie champignons
 Jan Huys, commissie activiteiten en landbouw
 Maj Keijsers, commissie tentoonstellingen
 Chris Thijssen, commissie onderhoud
 Will Thijssen, commissie ontvangst
 Jan-Hein de Wit, Public Relations
 Henk Steenbekkers, toegevoegd notulist

Het managementteam is verantwoordelijk voor de uitvoering van het beleid en voor de beleidsvoorbereiding en advisering aan het bestuur. Het MT vergadert in principe eenmaal per maand.

Besluitvormingsstructuur

Er is een regeling vastgesteld met betrekking tot de besluitvorming binnen het Management Team, alsmede afstemming van de functies tussen Bestuur, Directie en Management Team.

Algemeen

1. Het bestuur formuleert op basis van consensus de hoofdlijnen van beleid.
2. Deze zijn voor het Management Team uitgangspunt voor het maken van het concept beleidsplan, gebaseerd op de aangeleverde plannen van de commissies.
2. Het concept beleidsplan van het Management Team wordt door het bestuur beoordeeld.
3. Bij goedkeuring maakt het Management Team op basis van het beleidsplan in concept het inhoudelijke jaarplan
4. Het Management Team maakt een raming van de kosten voor de jaarplannen en legt die ter goedkeuring voor aan het bestuur.
5. Het Management Team is bij goedkeuring door het bestuur gemachtigd om binnen de goedgekeurde kaders zelfstandig afwegingen te maken en uit te voeren
6. De directie rapporteert de stand van zaken elke drie maanden aan het bestuur.
7. Het bestuur stelt de notulen van de vergadering van het bestuur niet ter beschikking aan het Management Team.
8. De directeur doet in het Management Team mededelingen uit het verslag van de bestuursvergadering, tenzij in de bestuursvergadering geheimhouding is afgesproken.

Besluitvorming Management Team

1. Het Management Team beslist in principe op basis van consensus
2. Is er geen consensus dan wordt besloten bij gewone meerderheid
3. Staken de stemmen, dan is de stem van de voorzitter doorslaggevend
4. Heeft de directie gegronde redenen om een in meerderheid genomen besluit af te wijzen, dan wordt de uitvoering daarvan opgeschort en verschoven naar de eerstvolgende vergadering.

5. De opschorting dient voor overleg en consultatie van bestuur, directeur en de indieners van het voorstel om toch te komen tot overeenstemming
6. Is overeenstemming niet te bereiken, dan neemt het bestuur de eindbeslissing, die voor alle partijen bindend is.
7. Principieel onjuist is dat de indiener van het afgewezen voorstel rechtstreeks zijn gelijk gaat halen bij de voorzitter van het bestuur
8. De directie heeft geen recht van veto.
9. De notulen en verslagen worden alleen naar de bovenliggende organisatorische laag gezonden en niet naar de organisatorisch onderliggende laag.

De Commissies

De commissies zijn eveneens onderdeel van de organisatie van de Locht. Zij functioneren onder verantwoordelijkheid van de directeur.

- Commissie Asperges en tuinbouw
- Commissie Champignons
- Commissie Activiteiten en Landbouw
- Commissie Tentoonstellingen
- Commissie Onderhoud
- Commissie Ontvangst
- Commissie Public Relations

De voorzitters van de commissies zijn q.q. lid van het managementteam.

De commissies voeren het vastgesteld beleid uit op werkniveau. Alle commissies hebben een taakomschrijving. Daarin staan de verantwoordelijkheden en bevoegdheden beschreven. De commissies komen regelmatig afzonderlijk bijeen, adviseren de directeur en het managementteam en ontwikkelen concepten van jaarplannen, die vervolgens worden voorgelegd aan het Management Team.

Vertrouwenscommissie

Er is een vertrouwenscommissie, waar een vrijwilliger zijn/haar probleem/klacht aan kan voorleggen. De commissie bestaat uit twee personen. De vertrouwenscommissie rapporteert aan het bestuur.

Als er meerdere klachten aan de commissie zijn voorgelegd, maakt het bestuur daar melding van in de jaarvergadering.

Werkgroepen

Het bestuur kan besluiten tot het instellen van tijdelijke dan wel permanente werkgroepen. Zij krijgen de opdracht een of meerdere taken uit te voeren.

Momenteel zijn de volgende groepen actief:

Werkgroep Beleving

Werkgroep Digitalisering

Werkgroep Marketing

Werkgroep Veiligheid

Werkgroep Financiën

Stichting Vrienden van museum de Locht

Al vanaf de oprichting van het museum is er contact gezocht met het bedrijfsleven in de regio. De vrijwilligers van het museum waren er zich heel goed van bewust dat zij niet ver zouden komen zonder de steun van het bedrijfsleven. Begin 2011 is de Stichting Vrienden van de Locht opgericht teneinde die jarenlange binding met en ondersteuning door het bedrijfsleven een eigen statuut te geven. De stichting heeft eigen statuten en is ingeschreven in de Kamer van Koophandel. Afsproken is dat een bestuurder van de Stichting Museum de Locht een plaats inneemt in het bestuur van de Stichting Vrienden van de Locht. De Stichting Vrienden van de Locht levert telkenjare een substantiële bijdrage aan de financiering van het museum. De Stichting Vrienden van de Locht heeft leden "vrienden" genoemd. Per 1 januari 2017 heeft deze stichting 220 vrienden. Die zijn verdeeld in drie groepen: 27 stervrienden, 54 MKB vrienden en 139 particuliere vrienden plus 7 gezinnen. De ster vrienden zijn grote bedrijven die al jarenlang een relatie hebben met het Museum. De MKB vrienden zijn bedrijven uit allerlei sectoren in de regio die vanaf 2011 aan de ondersteuning van het Museum meedoen. De particuliere vrienden zijn die mensen die regelmatig het museum bezoeken en door een vriendenkaart het museum willen ondersteunen en de eigen kosten willen drukken. In 2017 willen de besturen van de Locht en Vrienden van de Locht komen tot uitwisseling van gedachten om de doelstelling van de samenwerking in een concreet programma te vertalen.

Te realiseren plannen in deze beleidsperiode

Bezoekersaantallen

Alle musea, uitgezonderd de hele grote, hebben te maken met een terugloop van het aantal bezoekers met name de kleinere musea en de streekmusea. Ook de Locht neemt een beperkte daling van bezoekers waar. In 2015 telde het museum 27.740 bezoekers, in 2016 bedraagt het aantal bezoekers 26.768 bezoekers.

Het streefgetal voor de beleidsperiode 2017 – 2021 blijft gehandhaafd op 30.000 bezoekers.

Het TOP-onderzoek

Het bestuur heeft aan het bedrijf TOP-onderzoek uit Horst de opdracht gegeven te onderzoeken waar de bezoekers vandaan komen; hoe oud ze zijn en welke verwachtingen ze hebben bij een bezoek aan de Locht. In de periode van juli 2016 tot en met november 2016 zijn bezoekers en potentiële bezoekers geënuquêteerd. Enkele cijfermatige gegevens uit dat onderzoek worden in de plan gebruikt.

Welke is de "thuismarkt" van de Locht?

Het onderzoek wijst uit dat meer dan de helft van de bezoekers afkomstig is uit plaatsen die in een straal van 40 tot 45 kilometer van het museum wonen.

De regio met een straal van 40 tot 45 km, rond de plaats van het museum met als belangrijkste plaatsen Venlo, Roermond, Leudal, Peel en Maas, Someren, Helmond en Gemert-Bakel en de regio's

Noord-Rijnland Westfalen en Belgisch Limburg noemen we de "thuismarkt" van museum de Locht.

Redenen van bezoek, belangrijke verwijzers en gebruik van social media

Aan de bezoekers van het museum is gevraagd naar de reden van hun bezoek. In volgorde worden de volgende redenen genoemd:

- Ik ben gewoon een dagje er op uit
- Vroeger/geschiedenis/oude tijd
- Gezellig en interessant
- Om iets te leren over de streekproducten
- Asperges en champignons en tuinbouw

Een onmiddellijke link naar de Locht als asperge en champignonmuseum wordt niet gelegd.

De meeste bezoekers komen op eigen initiatief naar het museum. De regionale VVV-kantoren, de vakantieparken en hotels spelen evenwel een rol van belang evenals de mond op mond reclame door vrienden, familie en kennissen, zo blijkt uit het onderzoek. De rol van de regionale VVV-kantoren, de vakantieparken en hotels zal zeker in het relatiebeheerbeleid geconcretiseerd worden.

Aanbevolen door bezoekers wordt de promotie van museum de Locht door middel van redactionele krantenartikelen, flyers en informatieve folders.

Andere suggesties uit het onderzoek:

Het museum beter profileren, een beter verhaal naar buiten brengen, de rode draad van het museum duidelijker maken, waarin de eenheid van verleden, heden en de toekomst meer uitdrukkelijk tot uiting komt. Momenteel is het museum een mix van een historisch openluchtmuseum met moderne deelcollecties van champignons, asperges en glastuinbouw.

Proactief relatiebeheer, laat zien wie je bent. Folders, flyers, advertenties, het is dood materiaal. Roep als museum de Locht het ambassadeurschap in het leven, zoek vrijwilligers daarvoor en biedt hen scholing aan. Stel ambassadeurs aan als de voorposten in het veld waar (concurrentie)slag geleverd moet worden. Laat hen netwerken bouwen en hun voelsprietten ontwikkelen door training en kennis van gebieden waarvoor ze gekozen hebben en waarvoor ze staan.

Meer aandacht voor doe-activiteiten voor kinderen en volwassenen in de verschillende sectoren: boter karnen, eieren schouwen, champignons plukken, schoffelen. Vrijwilligers die op de Locht werken, zoals in het buitenwerk, vragen dit te doen op dagen dat er bezoekers zijn. Laat ze in gesprek gaan met bezoekers en uitleggen waar ze mee bezig zijn.

Draagvlak verdiepen in Melderslo en de regio door het organiseren van open dagen voor jong en oud, vooral te richten op jonge gezinnen met kinderen. Zoek contact met verenigingen die een binding hebben met de agrarische omgeving, intensiveer de samenwerking met de agrarische opleidingen als de Has of de Mas

Geen antwoord is gegeven op de vraag hoe als museum het publiek te bereiken en te verlokken de Locht te bezoeken. Alleen een handvol suggesties zijn gedaan en hier rudimentair beschreven. Een klus voor de komende planperiode: onderzoek en probeer uit te vinden welke van de social media passend is voor de Locht: internet, de eigen website, Facebook en You Tube.

Speerpunten van beleid en doelgroepen

1. De ouderen van 60 plus

Het Top-onderzoek laat zien dat de ouderen vanaf 60 jaar de grootste groep vormt van het totaal aantal bezoekers. Te verwachten is dat deze groep alleen maar zal toenemen en belangrijker zal worden voor musea, ook voor ons museum. Er komen niet alleen steeds meer ouderen, ze leven langer en zijn vitaler

om volop mee te doen in de samenleving. Zij willen nog genieten, beleven en zichzelf ontplooiën en zijn bij machte hun portemonnee te trekken.

Tegen deze achtergrond is het logisch dat de Locht de ouderen van boven de 60 jaar maakt tot een speerpunt van beleid voor de komende drie jaar, op te nemen en te concretiseren in de jaarplannen.

2. Kinderen en jongeren

Kinderen en jongeren bezoeken in geringe mate het museum. Toch zijn zij de toekomstige beheerders van het Noord-Limburgse erfgoed. De continuïteit van het museum komt hoe dan ook in hun handen. Het museum heeft er alle belang bij hen als doelgroep te bereiken en hen te leren hun eigen geschiedenis en identiteit te ontdekken. Dit wetende is de vraag: hoe dat te doen? Hoe krijgen we meer kinderen naar het museum? Welke groepen van kinderen kunnen we onderscheiden? Kinderen in schoolverband en kinderen in gezinsverband is dat een goede onderscheiding? Beide groepen vragen een andere wijze en andere tools van benaderen. Welke zijn dat? Welke rol krijgt het onderwijs toebedeeld? Hoe de ouders in gezinsverband te bereiken? Het zijn vragen die nu gesteld worden en in een relatief korte tijd om een antwoord vragen. Daarom is het terecht dat het bestuur kinderen en jongeren tot speerpunt van beleid maakt in de jaren tot 2021.

3. Jonge gezinnen

Een relatief kleine groep die algemeen geldt als een moeilijk te bereiken doelgroep. Misschien via de basisscholen of een bijzondere actie, te organiseren door het museum

4. Mensen in verzorgings- en verpleeghuizen

Alert zijn op ontwikkelingen van de vraag in het museum en algemeen in deze sectoren; kan best belangrijk worden.

5. Opa's en Oma's met kleinkinderen

De gegevens uit het onderzoek komen niet overeen met de indruk die we eigenlijk hebben. De indruk is dat er veel meer opa's en oma's met kleinkinderen het museum bezoeken dan wat de cijfers weergegeven.

Belevingswerelden

Een andere methode om grip te krijgen op bezoekersaantallen en deze enigszins te sturen zijn de afzonderlijke belevingswerelden. Als voorbeeld kan dienen het pilot project in het champignonpaviljoen dat nu uitgevoerd wordt. Verleden, heden en toekomst van de champignonteelt zijn daarin gekoppeld. Een ander voorbeeld is de lopende tentoonstelling "een juweeltje van textiel".

Mogelijke belevingswerelden...

- ✚ Besteed aandacht aan actuele onderwerpen in land- en tuinbouw en veeteelt bijvoorbeeld de huidige mestproblematiek die nog jaren zal aanhouden ondanks de drastische inkrimping van de veestapel.
- ✚ Gevolgen van de schaalvergroting voor de plattelandsbevolking, ontvolking van de dorpen, emigratie, ontstaan van monoculturen, de wereldwijde afzet van

streekproducten, specialisatie binnen de landbouwsectoren (melkhouders/kalvermesters), differentiatie in de tuinbouw tomaten, komkommers, paprika, bloemen en rozen in de kas

- ✚ Hoe ziet de structuur van de dorpsgemeenschap er nu uit in vergelijking met het jaar 1900 naar beroepen, naar industriële ontwikkeling, naar onderwijs, naar kerkelijke gezindten. Behulpzaam daarvoor kan zijn de op stapel staande bewegwijzering. Daarin gaat schuil de idee van “herstel” van de oude dorpsgemeenschap. De bewegwijzering in combinatie met de herinrichting van het terrein geeft een nieuwe en andere aanblik aan het museum. Misschien moeten de kruidenier, de bakker en de slager dan wel van de zolder gehaald worden!
- ✚ Het succes uitbeelden van emigranten en bedrijven die samenhangen dan wel voortkomen uit de vroegere land en tuinbouw. Welke factoren hebben daartoe bijgedragen. Opzetten in samenwerking met succesvolle bedrijven en emigranten families.
- ✚ Het gezinsleven vanaf 1900 tot 2017.
Dan gaat het niet om apparaten maar om de culturele elementen als de alles beheersende godsdienst tot in de geitenfokvereniging nog aan toe. Godsdienst en politiek bepalen de grootte van een gezin. De bevolkingspolitiek, het soort onderwijs,
- ✚ Beeldt de hoek van de turfwinning eens uit. Een beeld van zwoegende en stapelende mannen. Die inderdaad in het zweet hun aanschijns hun magere kostje verdienden. De heide en woeste gronden van vroeger gebruikt voor de schapenteelt, niet alleen voor wol en mest maar ook voor vleesproductie. De grootschalige handel in schapen in deze streken...de lange tochten van de schaapskudde naar de haven van Parijs op transport naar Argentinië om geslacht te worden. Familie namen en namen van schaapskooien zijn bekende resten van de toenmaals bloeiende handel.
- ✚ Zo is ook een verhaal te vertellen over de teelt en verwerking van vlas, toch lang een kenmerk van de regio.

Het zijn slechts suggesties, maar kunnen wel gezien worden als aparte belevingswerelden, die zich bovendien lenen voor ict toepassingen.

Belangrijk daarbij is het bepalen van de doelgroep, welke middelen in gezet worden om de doelgroep te bereiken en ze te overtuigen dat ze dit “moeten zien en beleven”.

De Centrale Plaats van Beleving

De beleving van een object of (deel)collectie heeft betrekking op de mate waarin het sensaties, emoties en associaties oproept bij de beschouwer. Beleving gaat om een individuele ervaring die een collectief karakter krijgt doordat die gedeeld wordt door een grote groep mensen. Dit is een gangbare definitie in museumland.

In het al genoemde jubileumboek staat te lezen dat Museum de Locht meer en meer een plaats wil zijn waar beleving een belangrijke waarde is. Het gaat om beleving van de tijd, beleving van de seizoenen en beleving van onze herkomst met een blik op de toekomst. Wat we met beleving bedoelen, is goed beschreven door Jan-Hein de Wit in zijn memorandum “Beleving” en

vervolgens heel concreet vertaald door externe deskundigen in hun notitie “Champignonmuseum de Locht, van informatie naar beleving”. Beide stukken zijn waardevol voor beleidsontwikkeling. Zowel het memorandum als de notitie wijzen de richting aan voor een werkwijze die wel eens medebepalend kan worden voor de aantrekkelijkheid van het museum voor het publiek

De informatieve en kennis opdracht van het museum komt daarmee niet in het gedrang. Beleving geeft juist meer diepgang aan de informatie en kennis die de bezoeker tot zich neemt. De werkgroep Beleving is belast met de ontwikkeling en toepassing van beleving voor het gehele museum. Het Pilot Project in het champignonpaviljoen is in dit kader belangrijk en dient als experiment voor het gehele museum, want “al doende leert men”. In de gehele beleidsperiode zal beleving een belangrijke plaats innemen in de dagelijkse gang van zaken binnen het museum. In 2017 wordt voort gewerkt aan de concretisering van het beleving en wel per commissie. Aan de verschillende commissies is gevraagd de ontwikkelde voorstellen tot beleving, ontworpen per commissie door de werkgroep beleving, in de diverse commissies te bespreken, en te concretiseren, eventueel van alternatieve te voorzien. Het doel is een ontwerp van een inhoudelijk jaarplan, vertaald in een te controleren tijdspad.

Digitalisering

Volgens de SWOT-analyse is de digitale structuur van het museum nog onvoldoende ontwikkeld. Wil het museum bij de tijd blijven zal het de digitalisering voortvarend moeten aanpakken. Het bestuur heeft de intentie daartoe opgenomen in het jubileumboek van 2015. “De komende beleidsperiode zal gewerkt worden aan een toekomst-bestendige ict-structuur en digitalisering van beeld en geluidsdragers, ook voor bezoekers”, staat daarin.

Digitalisering is een niet meer weg te denken fenomeen in ons dagelijkse leven, maakt deel uit van onze cultuur. Museum de Locht met zijn vrijwilligers zal zich een digitaliseringscultuur moeten eigen maken, die bij het museum past en die een digitale ontsluiting van collecties en projecten mogelijk maakt. De ontwikkeling daarvan is in handen gegeven van de commissie Public Relations en de werkgroep Digitalisering

Binding met bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties

Wil het museum een duurzame toekomst hebben, dan zal meer dan tot nog toe gezocht moeten worden naar vergroting van draagvlak binnen de gemeenschap waarin de Locht functioneert. En dat is niet alleen de dorpsgemeenschap, maar de gemeenschap van heel de gemeente, alsook de lokale en regionale omgeving d.w.z. bedrijfsleven, het onderwijsveld, de maatschappelijke organisaties, de media en de politiek.

Het bestuur heeft reeds besloten hoge prioriteit te geven aan het zoeken naar duurzame samenwerkingsverbanden met het bedrijfsleven. Het museum en de Stichting Vrienden van de Locht trekken daarin gezamenlijk op.

Afhankelijk van de onderscheiden doelgroepen en belevingswerelden, die prioriteit krijgen, wordt samenwerking gezocht. Wordt er beleid gemaakt voor kinderen in de schoolleeftijd, zal samenwerking gezocht worden met het onderwijsveld, met name de basisscholen. Dat kan, als aansluiting te vinden is bij de doelen en inhoud van het onderwijs en behoeften van scholen,

de regionale educatieve instellingen d.w.z. de verschillende soorten onderwijs tot en met de hogere agrarische opleidingen en de Fontys Hogeschool met de toenemende opleidingen in de foodsector.

Projecten voor ouderen in verpleeg en verzorgingshuizen, zieken en mindervaliden, Alzheimer en dementiepatiënten nemen in aantal toe. Mensen uit verzorgings- en verpleeghuizen bezoeken ook nu wel ons museum. Het initiatief ligt altijd bij de instelling en niet bij het museum. Interactief deze instellingen benaderen en een aanbod samen met hen samenstellen zal zeker draagvlak opleveren.

Museum de Locht doet er goed aan bezoekersgroepen op te zoeken en in contact met hen activiteiten te organiseren en tentoonstellingen samen te stellen of hen te betrekken bij de waardering van de collecties.

Inrichting van terrein en aanpassing c.q. uitbreiding van gebouwen

Er staan nog enige plannen op stapel. Gesprekken met de gemeente Horst aan de Maas over de exacte plaats van de werkplaats op het terrein van het museum; de verleende bouwvergunning, de bouw van de nieuwe werkplaats en de ontruiming van het pand aan de Koppertweg vinden nu plaats. De bouw van de werkplaats heeft hoge prioriteit.

Een nog hogere prioriteit heeft de opbouw van de Kiosk op het middenterrein van het museum. Gepland is de ingebruikname per 1 april 2017 bij de opening van het nieuwe seizoen.

De afbouw van de historische boerderij en de herinrichting van het binnenterrein worden in concept voorbereid.

Voor de aanpassing van de bewegwijzering van het gehele museum is advies gevraagd aan Imagro.

Algemeen is men binnen het museum er over eens dat de huidige ruimte voor de wisseltentoonstellingen niet voldoet. De ruimte is te klein, heeft geen of nauwelijks daglicht, is niet erg uitnodigend, ligt ergens verscholen op de zolder en roept geen beleving op. De huidige ruimte doet afbreuk aan de kwaliteit van de tentoonstelling. Er is geen wegwijzer naar de wisseltentoonstelling in de gebouwen aanwezig. De wisseltentoonstellingen verdienen meer, dan ze tot nu toe krijgen.

Hoewel in principe het hele museum beschikbaar is als decor voor wisseltentoonstellingen, zal voor de in één ruimte noodzakelijk geconcentreerde tentoonstelling(en) de meest geschikte ruimte gezocht worden.

De Collectie

Aard en samenstelling

Museum de Locht heeft een collectie die betrekking heeft op het agrarische plattelandleven in al zijn facetten op de Noord-Limburgse zandgrond over de periode 1850 tot 1950. Niet alleen het boerenleven wordt uitgebeeld, ook de volkscultuur, de oude ambachten van een agrarische dorpsgemeenschap van bakker, tot slager, van kapper tot schoenmaker, van dagloner tot timmerman, van schaapherder tot smid en nog meer.

Bijzondere aandacht wordt besteed aan de historische ontwikkeling van de aspergeteelt, de champignonteelt, de glastuinbouw en textiel en kleding. Zij zijn uitgegroeid tot zelfstandige deelcollecties.

Deelcollecties

Museum de Locht heeft momenteel vijf deelcollecties:

- a. Plattelandsleven
- b. Champignonpaviljoen
- c. Aspergepaviljoen
- d. Glastuinbouw
- e. Kleding en textiel

Het champignonpaviljoen, het aspergepaviljoen en de glastuinbouw zijn nieuwe gebouwen. Plattelandsleven bevindt zich in de langgevelboerderij, textiel en kleding in de verbouwde oude herberg.

De hele collectie van het museum is beschreven en fotografisch vastgelegd (Adlib), maar nog niet via internet voor het publiek. Dat is een ernstig manco, dat alleen in goed overleg met de provincie, als bewaarder van het cultureel erfgoed opgelost kan worden.

Plattelandsleven

Deze collectie laat zien hoe de mensen leefden, woonden en werkten op het platteland tussen 1850 en 1950. In een authentieke Noord-Limburgse langgevelboerderij is de indeling en inrichting van het woonhuis te zien. In het bedrijfsgedeelte van de boerderij, de deel, hangen diverse gereedschappen en staan de werktuigen. Op de voormalige hooizolder zijn tentoongesteld de ambachten en de middenstand van een vroegere dorpsgemeenschap.

Champignonpaviljoen

In beeld en geluid beleeft de bezoeker de ontstaansgeschiedenis, de teelt, het plukken, de bewerking tot aan de veiling van de paddenstoel, die we champignon noemen. Andere geteelde eetbare en giftige paddenstoelen komen in beeld. Het museum is ondergebracht in een uniek koepelgebouw, vormgegeven als een verticaal doorgesneden champignon.

Aspergepaviljoen

Het aspergepaviljoen is uniek voor Limburg en Nederland. Het is ondergebracht in een nieuw gebouwd traditionele boerderijgebouw. Hier krijgt de bezoeker een helder beeld van de geschiedenis en de teelt van de asperge, als ook van de gereedschappen die daarbij gebruikt zijn.

Het oogsten, verwerken, de consumptie en de handel vormen een wezenlijk onderdeel van de expositie.

Op enkele meters van de boerderij staat de aspergetunnel, gebruikt tijdens de Floriade in 2012. De tunnel is feitelijk een uitvergroott aspergebed. In de tunnel is de levenscyclus van de asperge verbeeld: van ontkiemen tot aan het afsterven van de plant. Opvallend aan de buitenzijde is de print, gelijkend een echt aspergebed met schaduwwerken van de aspergestekers.

De bezoeker kan de teelt en het oogsten op een aangelegd aspergeveld in werkelijkheid volgen. Zelf steken van de asperge wordt toegestaan. Het proeven en eten in het aanwezige restaurant wordt zonder twijfel aangemoedigd.

Glastuinbouwpaviljoen

De glastuinbouw in de regio Noord-Limburg is meer dan honderd jaar oud. De eerste kas is gebouwd in 1911. Deze kas van 400 vierkante meter, werd gebouwd door een spoorwegambtenaar (een voorvader van Twan Huys). In de loop van de tijd zijn de factoren ontdekt die invloed hebben op de groei van de gewassen. Beheersing van licht, voeding, water en kooldioxide verhoogde de productiviteit enorm. De “hightech” doet zijn intrede in de glastuinbouw. Klimaat computers en automatische systemen hebben de glastuinbouw een ander gezicht gegeven, letterlijk en figuurlijk. De kassen zijn steeds hoger geworden tot wel zeven meter hoog. De bezoeker wordt uitgenodigd de kas in te lopen, de planten aan te raken, de temperatuur te voelen en de geuren op te snuiven. Bijna altijd is er wel iets te proeven van de groenten die geteeld worden.

Kleding en textielpaviljoen

Op 1 mei 2016 is een paviljoen ingericht over kleding. De collectie geeft een overzicht van de Noord-Limburgse plattelandskleding uit de periode van 1850 tot 1950. Dagelijkse werkkleding, chique mode voor het uitgaansleven, trouwjurken en kleding voor de rouwperiode. Te zien is een uitgebreide collectie kinderkleding voor pasgeborenen tot schoolverlaters. Topper van de collectie is een zuiver wollen Kasjmier Omslagdoek vanwege uitzonderlijke grootte, intense kleuren en ontwerp met Buta-motief.

Collectiemanagement

Collectieplan

Onze collecties zijn het fundament van het museum. We willen ze bewaren en er goed voor zorgen. We kunnen er alleen goed voor zorgen als we weten welke objecten we in huis hebben, waar ze zijn, in welke staat ze verkeren en welke informatie we hebben over die objecten. Een collectieplan is bedoeld om inzicht te krijgen in de samenstelling en om beleid uit te stippelen. Het collectieplan is hulpmiddel in het totale collectiebeheer en vormt de basis voor registratie, documentatie, conservering, digitalisering, afstoting en restauratie. In 2017 zal een werkgroep zich buigen over het collectiebeleid.

Objectregistratie

Museum de Locht werkt met het software programma Adlib. Een nogal kostbaar programma. Op dit moment zijn er in het museum als geheel ongeveer 15.000 objecten. In het een systeem wordt vastgelegd waarom een object in bewaring wordt genomen, wat de aard van het aangeboden materiaal is en de daarbij behorende documentatie. Hetzelfde geldt voor het geval men objecten wil afstoten. Op dit moment is van geregistreerd afstoten nauwelijks sprake. Ook in bruikleen geven komt niet vaak voor. Het Adlib programma heeft alle elementen in zich die

van belang zijn voor een goed collectiebeheer, van in bewaring nemen tot aan verkoop dan wel afstoten van objecten uit collectie.

De Rijksdienst voor het cultureel erfgoed van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap heeft in mei 2013 een modelmatig instrument gepubliceerd met de titel “Op de museale weegschaal, collectie waardering in zes stappen.” Heel veel elementen van een goed collectiemanagement en beleidsplanning krijgen daarin handen en voeten.

Digitalisering

Inventarisatie van bestaand beeldmateriaal van objecten is de taakstelling. Het opmaken van een fotoarchief is gestart. Er is het voornemen om een aantal objecten kwalitatief goed te digitaliseren en online te tonen in een beeldbank.

Nog overwogen wordt dit te doen in samenwerking met een fotovakschool in de regio.

Upgrading

In 2016 is een eerste aanzet gegeven voor het toekomst bestendig maken van de collecties. Het voorstel is gedaan om de collectie niet verder uit te breiden en daaraan gekoppeld het voorstel de collectie nog eens te bekijken en te onderzoeken of sanering van de collectie niet eerder gewenst zou zijn. Het aantal dubbel aanwezige objecten is groot. De diversiteit in beroepen en ambachten is aanzienlijk. Ruimte voor “nieuwe” oude ambachten en beroepen is er nauwelijks. Het bekende ambachtenstraatje is vol. Afstoten van objecten is nodig om de depots van het museum op te schonen.

Algemeen

Besloten is om een werkgroep in te stellen die het gehele vraagstuk van sanering en de noodzaak daartoe gaat onderzoeken en een advies uitbrengt aan het MT c.q. het bestuur. Het is gewenst de werkgroep aan te haken aan de werkgroep. Op korte termijn zal de commissie aan de slag gaan.

Museum de Locht is opgenomen in het Museumregister en is daardoor gebonden aan gedragsregels en voorschriften die zijn vastgelegd in de Ethische Code voor Musea. Feit is dat de Leidraad Afstoten Museale Objecten (LAMO) een aantal richtlijnen en criteria bevat die voor het museum relevant zijn.

Werken met vrijwilligers

Vrijwilligerswerk is niet meer weg te denken uit onze samenleving. Het is individueel, maatschappelijk en economisch van belang. Vrijwilligerswerk is een teken van solidariteit en betrokkenheid op de ander en de samenleving.

Voor museum de Locht zijn vrijwilligers niet alleen van individueel, maatschappelijk en economisch belang, maar van levensbelang, zij vormen het hart van de organisatie. Opnieuw **“gedragen door vrijwilligers”** wil het museum de Locht de volgende 25 jaar ingaan. Museum de Locht vindt het belangrijk dat de vrijwilligers tevreden, goed geïnformeerd en gemotiveerd het werk kunnen doen waarvoor zij gekozen hebben.

De vrijwilligers van de Locht onderschrijven dit uitgangspunt. Volgens de rapportage van het TOP-onderzoek gaan mensen vrijwilligerswerk bij de Locht doen omdat ze het werk leuk vinden en omdat ze graag onder de mensen zijn. Sommigen doen het omdat ze een binding hebben met de streekproducten, anderen willen hun ervaring en kennis dienstbaar maken of willen hun beroep of vak nog op een prettige manier en in een prettige sfeer blijven uitoefenen.

“Zij komen met een glimlach binnen en gaan met een glimlach weer de deur uit”.

Het museum heeft een vrijwilligers-coördinator die zich als staffunctionaris bezig houdt met personeel en organisatie.

Vrijwilligersbeleid

Het museum heeft een vrijwilligersgids, waarin regelingen en afspraken tussen museum en vrijwilligers zijn opgenomen. Maar deze gids is nog geen formulering van het vrijwilligersbeleid. In deze beleidsperiode zal (door de staffunctionaris) het vrijwilligersbeleid worden beschreven, besproken met het managementteam en worden vastgesteld door het bestuur.

In die omschrijving zullen o.a. de volgende onderdelen (de 6 “B’s”) aan de orde komen:

- het beschrijven van de taken en werkzaamheden (Beschrijven)
- hoe de vrijwilligers worden geworven (Binnenhalen)
- hoe de vrijwilligers worden ondersteund (Begeleiden)
- wat zijn de kaders voor de vrijwilligers (Basisvoorwaarden)
- hoe zorgen we er voor dat de vrijwilligers blijven (Behouden)
- wat doen we als vrijwilligers stoppen (Beëindigen)

Financiën en begroting

Het museum verwerft zijn inkomsten voor een groot deel uit de entreegelden en bestedingen van de bezoekers, aangevuld met doelgerichte sponsorgelden van de sectoren asperges, champignons en subsidiëring uit het Europese Fonds en de provincie Limburg.

Uitgangspunt is een gezonde financiële huishouding: een sluitende begroting met een reserveringscapaciteit voor het treffen van voorzieningen en voor het doen van (vervanging)investeringen.

Rekening wordt gehouden met het eindigen in 2018 van de sponsorcontracten van de sponsoren uit de asperge-, champignon- en tuinbouwsector.

Getracht wordt de contracten met de huidige sponsoren te verlengen voor meerdere jaren en het aantal sponsoren uit te breiden. Daarnaast wordt onderzocht welke mogelijkheden er zijn binnen de gemeentelijke en provinciale subsidiëring. En ook zullen diverse fondsen worden benaderd voor de financiering van projecten.

Bijlage 1

De SWOT-analyse van het museum de Locht, oktober 2016

De sterke kanten:

- De Stichting Museum de Locht is een erkende museuminstelling
- Is lid van de Nederlandse Museum Vereniging en als geregistreerd lid opgenomen in het museum register
- Is in het bezit van de ANBI status
- Gratis toegankelijk met museumkaart
- Is de komende jaren financieel gezond en niet afhankelijk van subsidiëring door de overheid
- Is voortgekomen uit en wordt gedragen door de dorpsgemeenschap van Melderslo
- Museum de Locht heeft een goede naam vanwege haar gastvrijheid en vriendelijkheid
- Wordt gedreven en beheerd door een meer dan 200 deskundige vrijwilligers
- Het gastheerschap wordt mede gevormd door rondleiders en suppoosten die over veel kennis en ervaring beschikken met het leven op het agrarisch platteland
- Het gastenboek en enquêtes laten een hoge waardering zien voor het museum
- Het museum is rolstoeltoegankelijk en beschikt over een invalidenlift en invaliden toilet. Enkele rolstoelen staan gereed voor gebruik door bezoekers
- Heeft goed en voldoende restaurant- en hygiënische voorzieningen
- De Locht beschikt over een replica van een Romaanse kapel, die door de gemeente Horst aan de Maas is erkend als trouwlocatie
- Kent zeer ruime openingstijden: april t/m oktober elke dag van 10.00 tot 17.00 uur. Van november t/m maart, geopend op woensdag, zaterdag en zondag van 10.00 tot 17.00 uur.
- Hanteert een laagdrempelig prijsbeleid
- Heeft voldoende gratis parkeergelegenheid
- Heeft een oplaadpunt e-bikes
- Gratis wifi, huisdieren toegestaan
- Het museum heeft zich verplicht uitvoering te geven aan een te formuleren vrijwilligersbeleid
- Het museum heeft Bedrijfshulpverlening (BHV) tijdens openingstijden voor bezoekers. Een bijscholingscursus wordt elk jaar gevolgd.
- Er is voldoende speelgelegenheid en oude spellen voor kinderen
- Het museum heeft een eigen werkplaats voor onderhoud, herstel en recycling
- De collectie van het museum bestaat uit een vijftal sectorale collecties: Plattelandsleven, Champignons, Asperges en Glastuinbouw, en kledingpaviljoen. Champignons, asperges en glastuinbouw zijn gehuisvest in nieuwe gebouwen.
- Er zijn veel vaste en wisselende activiteiten in een grote

- Verzorgt wisselende tentoonstellingen over onderwerpen die maatschappelijk dan wel cultureel van belang zijn.
- De Locht ziet zichzelf als een onderneming in de culturele, educatieve en recreatieve sector

De zwakke kanten:

- ❖ Het museum is geheel afhankelijk van de inzet van vrijwilligers zonder specifieke opleiding voor het museale gebeuren, maar wel met kennis van de regio en ervaring met de terreinen van de onderscheiden collecties
- ❖ Waarborg van de continuïteit en voortbestaan van het museum bij de totale afhankelijkheid van vrijwilligers is niet omschreven of vastgelegd
- ❖ Vrij snelle vergrijzing van het vrijwilligerscorps
- ❖ Nodig is werving en opleiding van suppoosten en rondleiders. Immers er zijn steeds minder mensen die die tijd zelf nog hebben meegemaakt of zich nog kunnen herinneren
- ❖ Scholing van nieuwe vrijwilligers voor het uitoefenen van oude beroepen en ambachten is noodzaak
- ❖ Het museum is weinig spraakmakend
- ❖ Het museum afficheert zich onvoldoende als vrijetijdsbesteding voor een hele dag en mist daardoor gezinnen met (kleine) kinderen, de leeftijds categorieën van tussen de twintig en veertig jaar.
- ❖ Weinig wordt samengewerkt met andere musea, met onderwijs- en andere educatieve instellingen, noch met horecagelegenheden, hotels, campings en vakantieparken door middel van afgesproken arrangementen
- ❖ Samenwerking met soortgelijke musea is er niet
- ❖ Onvoldoende digitale structuur in het museum
- ❖ Informatie digitaal beschikbaar stellen is niet mogelijk
- ❖ Onvoldoende ontwikkelde marktwerking en relatiemarketing
- ❖ Er is nog geen gepaste ruimte voor de wisseltentoonstellingen
- ❖ Het museum kent vier kerncollecties en een depotcollectie. Een studiecollectie ontbreekt bij samenwerking met onderwijsinstellingen
- ❖ Doublures in de collecties zijn bekend maar niet onderzocht op hun relevantie voor het museum
- ❖ Er is geen beleid met betrekking tot het verantwoord afstoten van doublures
- ❖ De criteria van beoordeling van het aanbod van nieuwe attributen en objecten zijn onvoldoende duidelijk
- ❖ Beleving is tegenwoordig het toverwoord voor museumbezoek. De Locht is gediend met een snelle en kwalitatief goede ontwikkeling van beleving
- ❖ Openbaar vervoer van en naar Venlo/Horst/Melderslo ontbreekt, evenals openbaar vervoer vanuit Melderslo naar bungalowparken en omgekeerd

Bedreigingen:

- Toenemende concurrentie tussen musea en andere vrijetijdsaanbieders, evenementen en festivals
- Minder groepsreizen, meer eigen mobiliteit
- Vergrijzing van de huidige vrijwilligers en onvoldoende aanwas nieuwe vrijwilligers
- Museum moeheid bij veel mensen
- Niet onderhouden van gebruiksvriendelijke, informatieve en aantrekkelijke website
- Onvoldoende promotie van het museum via sociale media
- Nog onvoldoende aandacht voor eenmalige interessante projecten of evenementen, waarmee het museum extra bezoekers kan trekken
- Geen subsidiëring door overheid
- Onvoldoende bereidheid van het bedrijfsleven tot sponsoring van het museum
- Wie de jeugd niet voor zich weet te winnen, heeft geen toekomst.

Kansen:

- Het museum is een onderneming/bedrijf, een product dat verkocht moet worden . Voortbestaan en groei hangen er van af
- De unieke positie van de deelcollecties Champignons, Asperges en Glastuinbouw moeten verder benut worden
- Het aantal 60-plussers neemt sterk toe de komende jaren. Een belangrijke groep potentiële bezoekers. Maak er een specifieke groep van en benader KBO's in de regio actief
- Het vinden van nieuwe bezoekers of groepen van bezoekers is dé grote uitdaging van nu.
- Het realiseren van tevreden bezoekers is een must
- Zoek samenwerking met bezoekers bij het opzetten van exposities
- Laat bezoekers een oordeel geven over de kwaliteit van relevante of historische objecten in de collecties
- Leer trends en typen van bezoekers herkennen
- Probeer te achterhalen waarnaar de bezoeker op zoek is door efficiënte communicatie met mogelijke bezoekers of groepen van bezoekers
- Ontwikkel targeted-emails en abonnementen op nieuwsbrieven voor allen die belang hebben bij het bestaan en voortbestaan van het museum. Hou die op de hoogte van nieuwe inzichten en aankondigingen van interessante exposities of evenementen
- Stel de komende twee jaar ten doel een stijging van het aantal bezoekers met 5% of 3% door een betere communicatie en het aanwijzen van specifieke doelgroepen
- Realiseer digitale toegang tot de collecties of delen van de collectie
- Koop een product in van een organisatie die werkt met mensen die een afstand hebben tot de arbeidsmarkt.
- Start een educatieproject voor kinderen tot 12 jaar in samenwerking met de professionals van het onderwijs
- Zet een expositie in elkaar met een groot bedrijf dat zijn ontstaan te danken heeft aan het verleden van de land en tuinbouw in deze regio

- Het museum is voor zijn bezoekers in grote mate afhankelijk van de vakantieparken, campings en hotels. Laat staf en leiding van die instellingen kennismaken met het museum. Wellicht worden bezoekers “gestuurde” bezoekers van de Locht.

Bijlage 2

Geraadpleegde literatuur bij het schrijven van het beleidsplan

Over missie, visie en toekomst plannen de betreffende stukken van de volgende musea:

1. Limburgs museum
2. Zeeuws museum
3. Open Luchtmuseum Arnhem
4. Kaasmuseum Alkmaar
5. Limburgs Openluchtmuseum Eynderhoof
6. Boerenbondmuseum
7. Van Abbemuseum
8. Museum Kortrijk
9. MOT (Museum voor de Oudere Technieken) Grimbergen

Voor beleving:

- 1.Limburgs Museum
- 2.Zeeuws Museum
- 3.Van Abbemuseum
- 4.Open Luchtmuseum Arnhem
- 5.Museum Kortrijk
- 6.MOT doe museum

Algemeen:

1. Trendrapport-toerisme-recreatie-en-vrije-tijd 2015
2. Waarden aan de onderkant van museumcollecties
3. Culturele Waarden, Rijksmuseum van Oudheden
4. De onvermoede rijkdom van het agrarisch plattelandsleven in Noord-Limburg
5. Publiek aan de macht? Participatie en inspraak in kunst musea, symposium georganiseerd door Museum van Bommel van Dam i.s.m. Huis van de Kunsten Limburg, dagvoorzitter Agnes Vughs
6. NMV (Nederlandse Museum Vereniging) Kinderen en Museumbezoek
7. Museum Vereniging Lamo 2016
8. Het museum als vrijwilligersorganisatie, Handleiding en stappenplan voor het maken van vrijwilligersbeleid 2010 (MOVISIE)

Melderslo, 16 januari 2017

Henk Steenbekkers, vrijwilliger Museum de Locht

