

Anton Pieck museum



Beleidsplan 2018-2022

Inhoud

1. **Aanleiding**
2. **Missie en visie**
3. **Strategische doelen**
4. **Plan van aanpak**
5. **Belang museum**



Aanleiding

Anton Pieck is naast schilder, etser, de meest bekende Nederlandse illustrator van de 20^e eeuw. Hij werd geïnspireerd door de “goede oude tijd”. Anton Pieck gebruikte zijn uitgesproken romantische stijl om het dagelijks leven vast te leggen tot in de kleinste details, die ons terugbrengt naar een minder gecompliceerde wereld. Zijn werk behoort tot ons cultuurhistorisch erfgoed, breed uitgemeten in het Anton Pieck Museum, als het ware het “huis van Pieck” sinds 1984. Het huisvest nationaal en internationaal de enige en grootste collectie van originele werken van de kunstenaar.

Hoe pittoresk, romantisch, knus en nostalgisch zijn werk ook is, zelfs het museum moet een keer met de tijd mee. Het museum moet niet verder gaan verstoffen tot alleen een “kijkmuseum”, verlicht door oude TL-balken, die desastreus zijn voor de collectie. Wij moeten naar een meer eigentijdse presentatie van ons cultureel erfgoed met een interactieve beleving die de bezoeker verrast, verwondert en doet blijven herinneren. Ook zijn wij van mening dat het eigen gezicht van het museum meer tot zijn recht komt middels een eigen ingang aan de Noordwal, de “promenade” van Hattem.

In 2017 mochten wij de miljoenste bezoeker begroeten. De meerwaarde voor Hattem laat zich daarmee duiden met een geschat bestedingspatroon van meer dan 25 miljoen euro. Na een aantal jaren van teruglopende bezoekersaantallen zijn deze sinds 2015 weer stijgende naar iets boven de 20.000. Wij verwachten dat een herinrichting van het museum naar “state of the art” een verdere toename van het bezoekersaantal teweeg zal brengen en dat we daarmee klaar zijn voor de toekomst.



Missie & Visie

Missie

Het Anton Pieck Museum beheert en onderhoudt de nalatenschap van Anton Pieck, die een romantisch tijdbeeld geeft van 'vroeger', met name de 19^e eeuw. Zijn verbeelding van vroeger, die veel mensen aanspreekt en inmiddels behoort tot ons cultureel erfgoed, behoort een vaste plaats toe in museumland.

Het museum is publieksgericht en laat het werk van Pieck in al zijn veelzijdigheid zien, op een aansprekende wijze en in een sfeer die past bij de collectie. Jaarlijkse worden twee wisseltentoonstellingen van andere – meestal eigentijdse – illustratoren en/of kunstenaars georganiseerd.

Positionering

In de huidige samenleving is snelle vooruitgang maatgevend. Als tegenwicht mag het “huis van Pieck” gezien worden. Een plek van verwondering en rust. Anton Pieck verstond de kunst om juist dat te schilderen waar een ander in de hectiek van alledag aan voorbijging. Hij zag en tekende de prachtige portiekjes, niet de auto's die voorbij raasden. Dat is de magie van creëren. Als je dit huis binnenloopt ervaar je een bepaalde rust, een soort van tevredenheid. Het maakt dat je de tijd neemt om je te verwonderen. Of je nu tien of tachtig bent.

Kernthema's

Het Anton Pieck Museum is een monografisch museum van een Nederlandse icoon met wereldwijde uitstraling. Het toont een unieke 'verbeelding' van een romantisch en ambachtelijk werkende kunstenaar met een hang naar vroeger tijd.

Visie

Het belangrijkste doel is de collectie, dat een compleet beeld geeft van het werk en leven van Anton Pieck, optimaal te beheren en te onderhouden en deze toegankelijk en drempelloos te kunnen tonen aan een breed publiek.

Voor de continuïteit op langere termijn zullen we het museum “state of the art” moeten vernieuwen wat betreft entree, inrichting, interieur, verlichting en digitale begeleiding van de bezoeker.

Het APM is een vrijwilligersorganisatie met een stevig financieel fundament. In het veranderingsproces zullen we moeten professionaliseren. Uitgangspunt blijft dat de vrijwilligers het fundament zijn van het museum. De organisatie groeit van een meewerkend bestuursmodel naar een model met bestuur op afstand en een aansturing van het kloppend hart door directeur en conservator.

Het APM, als economische factor van belang, zullen we nog aantrekkelijker moeten maken als publiekstrekker door haar bezoekers beter te kennen en onderzoek te starten naar nieuwe potentiële zoekers.

We zullen functionele communicatie moeten onderhouden en interactie bewerkstelligen met bezoekers.

We zullen gemeente, ondernemers en belanghebbenden moeten laten committeren aan het eigen gezicht en waarden van het museum en actief met hen in contact blijven.

We zullen onze vriendenkring moeten uitbreiden en nog meer als ambassadeur moeten inzetten voor het museum om via hen het aantal bezoekers en vrienden te verhogen.

We zullen voor onze vernieuwingen additionele inkomsten moeten verwerven middels professionele werving van fondsen.

Strategische doelen

Beheer en behoud van de museumcollectie.

Het werk van Anton Pieck exposeren met aandacht voor zijn veelzijdigheid, zijn leven als ambachtsman en de hoogtepunten uit zijn werk w.o. de Efteling.

Optimale benutting van winkel en restauratie mogelijkheden.

Een meerjarenplan maken voor tijdelijke tentoonstellingen en museumactiviteiten.

Realisatie van een gezonde financiële exploitatie.

Een herinrichtingsplan opstellen, compleet met bouwkundige aanpassingen, inrichting interieur, verlichting en audio visuele hulpmiddelen.

Verdere professionalisering van de organisatie.

Financiële ruimte voor PR scheppen om zo Anton Pieck een herkenbaar gezicht te geven, gebaseerd op een overall PR plan.

Kennis vergaren over ons huidige en toekomstige publiek en uitzetten in een marketingplan.

Verankering in gemeente en regio verstevigen door actieve verbindingen aan te gaan met partners.

Vriendenkring opnieuw koesteren en uitbreiden.

Werving van additionele inkomsten professionaliseren.

Plan van Aanpak

Beheer en onderhoud van de museumcollectie

Alle objecten binnen het museum worden gedocumenteerd en geautomatiseerd vastgelegd in het Adlib systeem, afronding in

De klimaatbeheersing in het museum is aan verbetering toe, zodat de werken beter kunnen worden geconserveerd. Voor het behoud van de kunstwerken zijn de gemeten verschillen in temperatuur en vochtigheid ongewenst. Met de verbouwing en herinrichting van het museum moeten we een betere klimaatbeheersing realiseren.

De collectie die het museum heeft is een goede afspiegeling van de veelzijdigheid van Pieck. Regelmatig wordt werk van Pieck te koop aangeboden. Met behulp van donaties van de Vrienden van het Anton Pieck Museum probeert het museum nieuw werk aan te kopen indien dit werk een echte aanvulling is op de collectie.

Vanwege brandveiligheid dient de opslag van de collectie te worden herzien.

Het werk van Anton Pieck exposeren met aandacht voor zijn veelzijdigheid, zijn leven als ambachtsman en de hoogtepunten uit zijn werk w.o. de Efteling.

Anton Pieck behoort tot het cultureel erfgoed van Nederland, gezien ook de vele uitdrukkingen in onze taal. Een “Pieck-sfeer” is een begrip waarbij iedereen weet wat er wordt bedoeld. Dit erfgoed bewaren en doorgeven ziet het museum als haar taak voor een breed publiek, middels:

- Het verhaal van Pieck zo beeldend mogelijk neerzetten bij de herinrichting van het museum.
- Het verhaal van Pieck via moderne media ondersteunen.
- Boeiende educatieve programma's maken voor de jeugd
- Museumactiviteiten ontwikkelen om mensen al doende met het werk van Pieck te laten kennismaken.
- Relatie met Efteling nieuw constructief leven in te blazen

Optimale benutting van winkel en restauratie mogelijkheden

Omzet van museumwinkel is een wezenlijke bijdrage aan het financiële resultaat. Positionering is bij de verbouwing van het museum een belangrijk aandachtspunt. De winkelartikelen behoeven continue aandacht wat betreft aantrekkelijkheid voor de bezoeker, evenals de online verkoop via de website.

De restauratie blijft een bescheiden koffie en “iets lekkers” attractie, waarbij het Pieckpleintje politieke aandacht vereist; niet uitgesloten moet worden dat we gedwongen worden tot een alternatief, wat “bij de Molen” of ook wel de “Suikerbuik” zou kunnen liggen.

Een meerjarenplan maken voor tijdelijke tentoonstellingen en museumactiviteiten

Tijdelijke tentoonstellingen vinden 2 keer per jaar plaats en hebben naar bezoekers aantrekkingskracht. Voor een landelijke PR campagne trekken we geld uit. Gezien het belang van aansprekende exposities, die passen bij het herkenbare gezicht van het Anton Pieck Museum, is een vijfjarenplan onontbeerlijk.

Realisatie van een gezonde financiële exploitatie

We constateren een stabilisering van het aantal bezoekers rond de 20000. Met de juiste tijdelijke tentoonstellingen hebben wij het idee dat het aantal bezoekers moet kunnen stijgen. Met een verdergaande professionalisering van de PR moeten we kunnen opstomen naar de 25000. En we hebben de vaste overtuiging dat een verbouwing en complete herinrichting naar de “state of the art” ons op weg helpen naar een 30000 bezoekers, wat voor onze financiële positie een geweldige drive zou betekenen naar verdere professionalisering.

Een herinrichtingsplan opstellen, compleet met bouwkundige aanpassingen, inrichting interieur, verlichting en audio visuele hulpmiddelen

Het bureau “History by design” is/wordt ingeschakeld voor het herinrichtingsontwerp, architect Karssing voor de bouwkundige aanpassingen (entree, lift, toilet- en kantoorruimte), vakschool Cibap voor interieur en routing en bureau Dagvier voor het lichtontwerp.

Verdere professionalisering van de organisatie

Gastvrijheid is een belangrijk item waarmee we extra aan de slag gaan evenals het op peil houden van het vrijwilliger bestand. Voor de opvolging van de conservator wordt een individueel coaching plan in 2019 doorlopen. In 2019 gaan we voor het eerst over naar een directeur voor het museum. Deze professionalisering zal zich in de komende jaren moeten bewijzen naar financiële houdbaarheid. Het bestuur wordt uitgebreid met 2 leden met als aandachtspunt enerzijds marketing en anderzijds PR. In de komende jaren zien we ons bestuursmodel wijzigen van meewerkend naar sturend (toezicht en eindverantwoordelijkheid) op afstand.

Financiële ruimte voor PR scheppen om zo Anton Pieck een herkenbaar gezicht te geven, gebaseerd op een overall PR plan

PR beschouwen we als een medebepalende succesfactor voor toename van het aantal bezoekers. Op basis van een algehele analyse van onze huidige PR activiteiten dienen we te komen tot een overall PR plan waaraan het nodige budget zal worden gekoppeld.

Kennis vergaren over ons huidige en toekomstige publiek en uitzetten in een marketingplan

Wij moeten ons inzetten voor het verkrijgen van meer gedetailleerde informatie van bezoekers (aard en herkomst). Een marketingplan moet ons meer richten in het benaderen van de marktopties.

Willen wij eveneens de jeugd blijven boeien dan zullen we ons naast het educatieplan moeten buigen over aanspreekbare attracties; we denken dat daarbij een zichtbare samenwerking met het bakkerijmuseum in Hattem van pas zal komen, alsmede een zichtbare samenwerking met de Efteling.

Verankering in gemeente en regio verstevigen door actieve verbindingen aan te gaan met partners

Uitvoering vraagt in de eerste plaats een compleet beeld van relevante partners in de gemeente en regio. Hierin aangeven met welke partners al activiteiten ondernomen worden en met welke (periodiek) overleg plaatsvindt. Rest op te sommen met welke partners binding gewenst zou zijn. Op basis van deze inventarisatie aan de slag met het onderhouden van banden met de meest strategische partners.

Vriendenkring opnieuw koesteren en uitbreiden

Het jaar 2019 staat in het teken van het 35-jarig bestaan van het museum. Een uitgelezen mogelijkheid om dit te vieren met bestuur en vrijwilligers. Maar ook het jaar dat in de oprichtingsmaand bestaande en potentiële vrienden worden uitgenodigd voor een feestelijke thematische dag.

Werving van additionele inkomsten professionaliseren

Alle investeringen die nodig zijn om voornoemde plannen te realiseren zullen we bundelen in een zogenaamd “bidbook”, medio 2019 gereed. Met dit bidbook zullen wij met professionele ondersteuning de noodzakelijke fondswerving starten.

Belang Museum

Cultuurhistorische waarde

Anton Pieck heeft met zijn oeuvre een culturele en historische schat overgedragen aan de volgende generaties; een levendige herinnering aan een nostalgisch verleden.

Zijn werk heeft een geheel eigen stijl, vaak sprookjesachtig en nostalgisch van karakter, en geeft blijk van een grote fantasie en oog voor detail.

Anton Pieck is tot ver buiten Nederland bekend. Hij ontwikkelde een herkenbare stijl. Hij maakte historische dorps- en stadsgezichten. Het dagelijkse leven op straat in bonte kleuren weergegeven. Zijn bewonderaars komen uit alle lagen van de bevolking. Hij was en is nog steeds bijzonder populair.

Pieck is ook de ontwerper van het in 1952 geopende sprookjespark De Efteling in Kaatsheuvel, dat is uitgegroeid tot het grootste attractiepark van de Benelux en ook buiten Nederland grote faam geniet.

Economische waarde

In 2017 bezocht de miljoenste bezoeker het museum. Op basis van een bestedingspatroon van € 25,- pp is de schatting 25 miljoen. In landelijke rapportages wordt over dit onderwerp van hogere bestedingspercentages uitgegaan.

Met een gemiddeld aantal van dertigduizend bezoekers per jaar is het museum van direct belang voor haar stad en omgeving, immers, de economische spin-off van musea blijkt zeer groot. Het “Pieck” museum past perfect in het pittoreske Hattem met z'n historische stadspoort, ophaalbruggetje, oudhollandse gevels, etc.

