

# **Businessplan** **Joop Holsbergen Museum**

**Galerie & Skulpturenpark Groeneveld**



Foto: Joop Holsbergen, Titel: Groeien

Naam: Robbert-Jan Hendrik Boom  
Studentnummer: S1009841  
Bedrijf: Galerie & Skulpturenpark  
Groeneveld  
Bedrijfsmentor: Marie-Louise  
Kersbergen  
Stagebegeleider: Louis Klomp  
Datum: 18-01-2011

# Voorwoord

Ik, Robbert-Jan Hendrik Boom, heb de opdracht gekregen om een businessplan te schrijven voor het nog op te richten Joop Holsbergen Museum. Ik heb deze opdracht uitgevoerd vanuit mijn stage bij Galerie & Skulpturenpark Groeneveld.

In het 3<sup>e</sup> jaar van mijn opleiding, Small Business & Retail Management aan Christelijke Hogeschool Windesheim te Zwolle, wordt men geacht een stage van een half jaar te lopen. Het doel van de stage is om mee te lopen in een bedrijf en daar aan een opdracht te werken.

Via de Rotary in Wierden ben ik terecht gekomen bij Galerie & Skulpturenpark Groeneveld in Almelo.

Tijdens het schrijven van dit businessplan ben ik vooral bezig geweest met deskresearch. Het hielp dat de stage plaatsvond bij Galerie & Skulpturenpark Groeneveld. Dit is namelijk één van de grootste galeries en beeldentuinen in Nederland. Hierdoor heb ik zijdelings veel over kunst opgestoken dat maakt het gemakkelijker om een businessplan te schrijven voor een Museum. Op moment van schrijven is het Museum nog niet tot stand gebracht. Wel is er al een expositie van een deel van de beelden van Joop Holsbergen.

In de 20 weken die ik stage heb gelopen heb ik veel geleerd.

Tot slot wil ik graag Marie-Louise Kersbergen en Louis Klomp bedanken voor het begeleiden van mijn stage. Ook wil ik graag alle mensen waarmee ik heb samengewerkt bij Galerie & Skulpturenpark Groeneveld bedanken.

# Inhoudsopgave

<b>Inleiding</b>	<b>Blz. 3</b>
<b>Samenvatting</b>	<b>Blz. 4</b>
<b>1. Interne analyse</b>	<b>Blz. 5</b>
1.1 Historie	
1.2 Organogram	
1.3 Bedrijfskolom	<b>Blz. 6</b>
1.4 Kernactiviteiten	
1.5 Openingstijden	
1.6 Doelgroep	<b>Blz. 7</b>
1.7 Locatie	
1.8 7's model	<b>Blz. 8</b>
<b>2. Externe analyse</b>	<b>Blz. 9</b>
2.1 De markt	
2.2 Afnemers analyse	
2.3 Leveranciers analyse	
2.4 Concurrenten analyse	<b>Blz. 10</b>
2.5 Porters 5 krachtenmodel	
2.6 DESTEP-Analyse	<b>Blz. 11</b>
<b>3. Strategie</b>	<b>Blz. 15</b>
3.1 SWOT-Analyse	
3.2 Confrontatiematrix & Strategie	<b>Blz. 16</b>
3.3 Visie	<b>Blz. 18</b>
3.4 Missie	
3.5 Doelstellingen	
3.6 Marketing	<b>Blz. 19</b>
<b>4. Subsidies &amp; Fondsen</b>	<b>Blz. 23</b>
<b>5. Financieel plan</b>	<b>Blz. 27</b>
5.1 Investeringsplan	
5.2 Financieringsplan	
5.3 Privé-uitgaven	
5.4 Exploitatiebegroting	<b>Blz. 28</b>
5.5 Liquiditeitsbegroting	<b>Blz. 29</b>
<b>6. Juridisch plan</b>	<b>Blz. 30</b>
<b>Bronnen</b>	<b>Blz. 31</b>

# Inleiding

De Joop Holsbergen Stichting wil een museum oprichten. In dit businessplan is beschreven hoe de stichting dit kan uitvoeren. Het museum zal het Joop Holsbergen Museum genoemd worden.

Het businessplan is als volgt opgebouwd:

Ten eerste wordt er een interne en externe analyse gemaakt van de stichting. Vanuit deze analyses komt de strategie voort. De strategie is opgebouwd uit de SWOT-Analyse welke uitgewerkt wordt in de confrontatiematrix.

Vanuit de sterktes en zwaktes worden de visie, missie en doelstellingen bepaald.

Hierna komen we toe aan de marketing. Het hoofdstuk Marketing bestaat uit de vier P's: Product, Plaats, Prijs en Promotie.

In hoofdstuk 4 is meer informatie te vinden over Subsidies & Fondsen. Bij de Fondsen wordt uitgelegd hoe deze aangevraagd kunnen worden. Bij subsidies worden een aantal voorbeelden genoemd over mogelijke subsidies voor het museum.

Daarna komt het financiële plan aan bod. Dit hoofdstuk is opgedeeld in:

- Investeringsplan
- Financieringsplan
- Privé-uitgaven
- Exploitatiebegroting 1<sup>ste</sup> jaar
- Liquiditeitsbegroting

In het laatste hoofdstuk is het juridisch plan te vinden. Hier wordt beschreven welke rechtsvorm het museum heeft, welke vergunningen/verzekeringen nodig zijn en wordt er kort informatie over de belastingplicht en administratie gegeven.

Tot slot is de bronnenlijst te vinden.

## Samenvatting

In dit businessplan wordt beschreven hoe de Joop Holsbergen Stichting het Joop Holsbergen Museum kan oprichten.

De bedoeling is dat het Joop Holsbergen Museum gevestigd zal worden in de stierenstallen van het oude KI-station op Het Landgoed Huize Groeneveld. Dit is tevens de locatie waar Galerie & Skulpturenpark Groeneveld gevestigd is. Joop Holsbergen was een uit Twente afkomstige kunstenaar.

Marie-Louise Kersbergen is de eigenaresse van Galerie & Skulpturenpark Groeneveld, curator van de Joop Holsbergen collectie en is tevens bestuurslid van de stichting.

Het museum kan profiteren van de klantenkring die de galerie heeft. Hierdoor is het mogelijk een groot publiek aan te spreken.

In de SWOT-Analyse komt naar voren dat er veel mogelijkheden zijn voor het museum. Het museum meer omzet genereren door een museumwinkel. Verder kan het meer klanten aantrekken door zich in te schrijven voor de museumjaarkaart.

Er komt echter ook naar voren dat er een aantal zwaktes en bedreigingen zijn. De locatie is moeilijk te vinden maar ook de naamsbekendheid van Joop Holsbergen is nog niet groot. Daarnaast is een museum erg conjunctuurgevoelig en zijn er veel politieke bezuinigingen.

Het museum zal selfsupporting moeten worden. Dit brengt met zich mee dat er geld binnen moet komen. Hiervoor heeft het museum meerdere mogelijkheden. Zo kan er entree worden gevraagd, een museumwinkel worden geopend en kunnen er bronzen beelden van de Joop Holsbergen collectie verkocht worden.

Er zal promotie voor het museum moeten komen, anders zal er weinig bezoek komen.

De promotiekanalen die kunnen worden aangesproken zijn vrij divers. Dit gaat van social media tot advertenties in tijdschriften.

Daarnaast kan het museum geld gaan vragen bij fondsen. Er zijn meerdere fondsen beschreven in het businessplan. Ook kunnen er subsidies aangevraagd worden, waaronder bijvoorbeeld subsidie voor zonnepanelen op het dak.

In het financiële plan komt naar voren dat er een best groot bedrag moet binnen komen om het museum rendabel te maken.

Ten eerste moet er € 57.000 geïnvesteerd worden om het museum op te zetten.

Daarna zal er per jaar ongeveer € 30.000 aan inkomsten gegenereerd moeten worden om alle kosten te dekken. Dit moet haalbaar zijn met de mogelijkheden die er zijn voor het museum.

De Joop Holsbergen Stichting wordt volgens de belasting als onderneming gezien en moet zoals elke onderneming belasting betalen en administratie bijhouden. Dit wordt gedaan door de boekhoudster van Galerie & Skulpturenpark Groeneveld.

# 1. Interne analyse

## 1.1 Historie

Het bestaan van de stichting Joop Holsbergen gaat 16 jaar terug in de tijd. Sinds 1992 is Marie-Louise Kersbergen curator van de Joop Holsbergen nalatenschap (beelden, schilderijen en tekeningen).

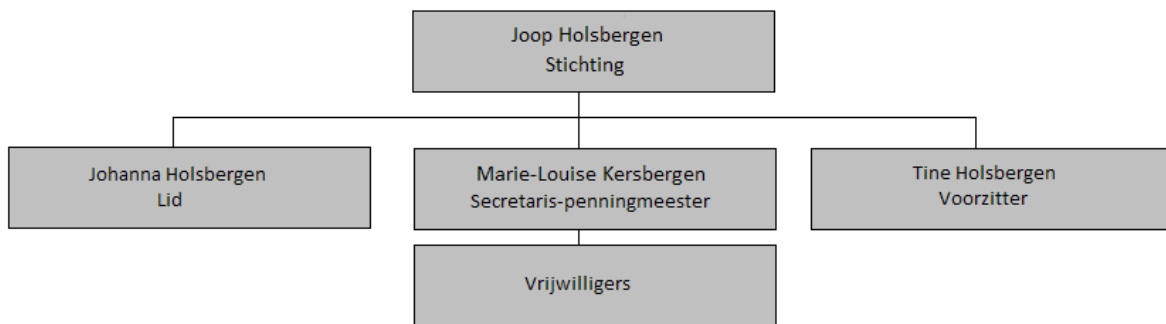
Joop Holsbergen was een tekenaar, schilder en beeldhouwer. Holsbergen, wiens werk tot het Twents realisme gerekend mag worden, schilderde vooral figuurvoorstellingen, zeegezichten, landschappen, dieren en stilleven.

Tot de Tweede Wereldoorlog was hij in Twente werkzaam. Daarna verhuisde hij i.v.m. zijn werk bij de NS naar het westen van Nederland.

Joop Holsbergen leefde van 1895 tot 1990. Hij heeft bijna een eeuw geleefd en kende hierdoor verschillende stijlperiodes. Deze zijn ook goed terug te zien in zijn werk. In het museum, dat begin 2011 vorm zal krijgen, zal in een ruimte van 400m<sup>2</sup> zijn werk tentoon gesteld worden. Het museum zal gevestigd worden in een voormalig KI-station (stierenstal) welke nog volledig intact is gehouden. De tentoonstelling zal in de authentieke stallen te zien zijn.

## 1.2 Organogram

Figuur 1.1: Organogram Stichting Joop Holsbergen



De rechtsvorm van de organisatie is een stichting. Hiervoor is gekozen omdat de organisatie geen winst nastreeft en een stichting bij uitstek geschikt is voor collectieve belangenbehartiging. De statutaire naam van het museum is 'Joop Holsbergen Stichting'.

De stichting wordt vertegenwoordigd door een bestuur dat bestaat uit de volgende personen:

Naam: Marie-Louise Kersbergen  
Geboortedatum en -plaats: 13-10-1950, Den Helder  
Titel: Secretaris-penningmeester  
Infunctietreding: 30-06-1995  
Bevoegdheid: Alleen/zelfstandig bevoegd

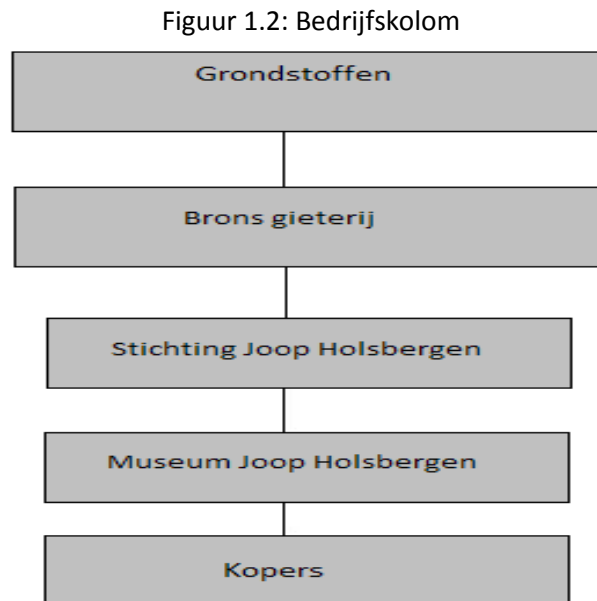
Naam: Johanna Holsbergen  
Geboortedatum en plaats: 10-03-1925, Utrecht  
Titel: Lid  
Infunctietreding: 30-06-1995  
Bevoegdheid: Gezamenlijk bevoegd

Naam: Tine Holsbergen  
Geboortedatum en plaats: 04-04-1929, Almelo  
Titel: Voorzitter  
Infunctietreding: 30-06-1995  
Bevoegdheid: Gezamenlijk bevoegd

### 1.3 Bedrijfskolom

In de bedrijfskolom hieronder is het schema te zien waarin te vinden is welke schakels er in de totstandkoming van het product (kunst) gebruikt worden. Het laat dus de productieweg zien van oerproduct tot consument / koper.

Het product begint bij de grondstoffen. Ten eerste is dat het gipsmodel dat gemaakt is door Joop Holsbergen. Dit model vormt de mal voor de uiteindelijke bronzen beelden. In de bronsgieterij wordt met behulp van brons het uiteindelijke beeld gegoten. Als het object klaar is zal het vervoerd worden naar de stichting Joop Holsbergen en daarna in het museum geplaatst worden. Hier kan de uiteindelijke koper het kunstwerk bezichtigen en kopen.



### 1.4 kernactiviteiten

De kernactiviteit van het Museum is het beleven, behouden en conserveren van de Joop Holsbergen collectie voor Almelo en Twente. Dit wil het museum bereiken door het tentoonstellen van de collectie, het verkopen van bronzen beelden en allerlei kleine objecten als: posters, kalenders, beeldjes.

### 1.5 Openingstijden

De openingstijden van het museum zullen gelijk zijn aan de openingstijden van Galerie & Skulpturenpark Groeneveld waarin het gevestigd is, namelijk:

Woensdag	13:00 tot 17:00
Donderdag	13:00 tot 17:00
Vrijdag	13:00 tot 17:00
Zaterdag	13:00 tot 17:00
1 <sup>ste</sup> zondag v/d maand	13:00 tot 17:00

De openingstijden worden eventueel nog aangepast als het Museum geregistreerd wordt voor de Museumjaarkaart. Hiervoor is het namelijk een criterium dat het Museum 5 dagen per week open moet zijn.

## 1.6 Doelgroep

De doelgroep van het Joop Holsbergen Museum is vrij groot. De meeste bezoekers van het museum hebben kunst gerelateerde interesses. Het voornaamste aantal bezoekers wordt dan ook gevormd door bezoekers die voor Galerie & Skulpturenpark Groeneveld komen. De doelgroep van de galerie is in één woord samen te vatten, namelijk: kunstliefhebbers. Dit is te splitsen in verschillende leeftijdscategorieën. Over het algemeen zijn het de wat oudere mensen die langskomen om te genieten van de kunst, vooral gepensioneerde mensen met veel vrije tijd brengen bezoeken aan musea. Daarnaast is er ook de wat jongere doelgroep, personen vanaf ongeveer 24 tot 45. Deze groep zal voornamelijk rond kijken voor een kunstwerk in huis of in de tuin.

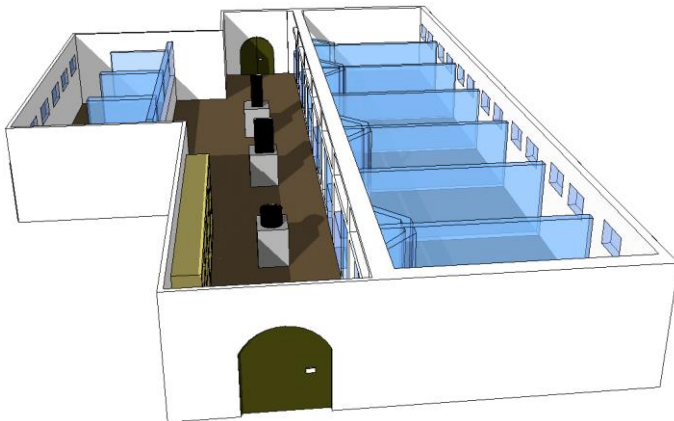
De leeftijden binnen de doelgroep zijn dus zeer uiteenlopend. Er zijn plannen om de doelgroep te verjongen en te verbreden door middel van bijvoorbeeld schoolprojecten, kunstitleen aan bedrijven, etcetera.

## 1.7 locatie

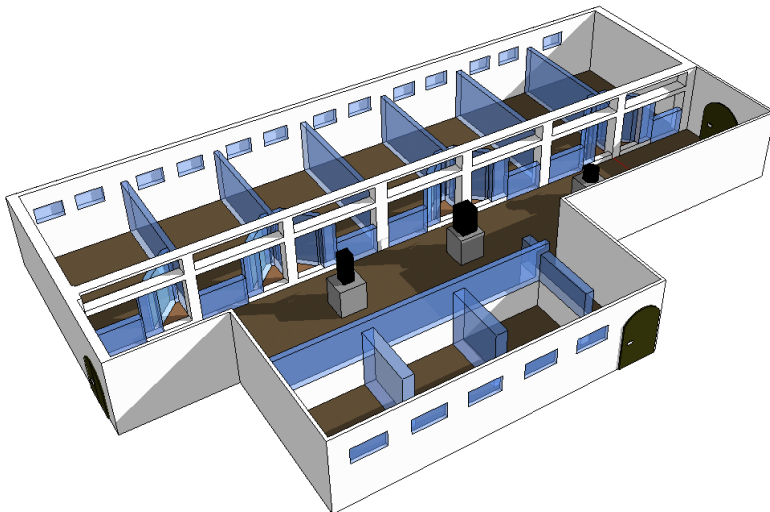
In Almelo, op het landgoed van Galerie & Skulpturenpark Groeneveld, zal het museum van Joop Holsbergen gevestigd worden. In het voormalig KI-station is een stal vrij van 400m<sup>2</sup> en deze zal in de oude stijl gebruikt worden. De locatie is echter wel lastig te vinden.

Hier onder zijn 2 afbeeldingen te zien van de indeling van de stal:

Figuur 2.1: 3D tekening van museum voorkant (eigen ontwerp)



Figuur 2.2: 3D tekening van museum schuinbovenkant (eigen ontwerp)





## **1.8 7's model**

### **Significante waarden**

Bij significante waarden moet gedacht worden aan normen en waarden, waarden die het bedrijf wil uitstralen. Haar identiteit, dus waar de Stichting Joop Holsbergen voor wil staan. McKinsey heeft significante waarden in het midden van zijn model gezet, omdat het voor samenhang en sturing zorgt met de andere onderdelen van het model. Dit is ook van toepassing op de stichting.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen is een zeer belangrijk aspect voor de stichting. Daarnaast is respect voor elkaar en de mensen die komen kijken naar de collectie zeer belangrijk.

### **Strategie**

Stichting Joop Holsbergen heeft als hoofddoel het behouden en conserveren van de Holsbergen collectie voor Almelo en Twente. Dit moet bereikt worden door alle gipsen in brons te gieten, zodat deze niet vergaan, en al zijn werk in een museum te plaatsen. Om dat te financieren zal het museum entreegelden vragen, bronzen beelden verkopen en andere kleine items als kalenders etcetera. Door middel van een goede samenwerking met Galerie & Skulpturenpark Groeneveld zal dit gerealiseerd moeten kunnen worden.

### **Systeem**

De werkwijze die de stichting gebruikt kenmerkt zich door informeel overleg. Marie-Louise Kersbergen is curator van de collectie en heeft zitting in het bestuur van de stichting. Er zijn daarnaast veel vrijwilligers die helpen, maar er zijn geen vaste medewerkers in dienst. Binnen het bestuur wordt veel onderling overleg gepleegd, zo ook met de vrijwilligers. De ideeën worden opgeschreven en er wordt ook daadwerkelijk wat mee gedaan. Daarnaast is er veel variatie in de werkzaamheden, dit komt vooral doordat er altijd veel onvoorspelbare kleine dingen moeten gebeuren binnen de stichting. Dit noopt tot het voortdurend bijstellen van prioriteiten om de grote lijn in het oog te houden.

### **Stijl van management**

De stijl van management binnen de stichting kan het beste omschreven worden als informeel. Iedereen spreekt elkaar bij de voornaam en met 'jij' en 'je' aan. Dit gebeurt vooral omdat het een stichting is en iedereen elkaar veel spreekt en ziet. Daarnaast zijn er veel vrijwilligers in het bedrijf.

### **Structuur**

Stichting Joop Holsbergen heeft een baasgestuurde structuur. Mevr. Kersbergen is de curator en zij beslist uiteindelijk wat er gebeurt in de stichting. Er zijn veel vrijwilligers in het bedrijf die haar ondersteunen en haar advies geven, zodat mevr. Kersbergen de juiste beslissing kan nemen. Dit is te zien bij hoofdstuk 2.6 organogram.

### **Staf**

Mensen maken en zijn natuurlijk het bedrijf en zonder staf kunnen de andere S'en niet tot hun recht komen. Staf concentreert zich op de vraag wat de profielen zijn van de manager en de medewerkers, nu en in de toekomst. Marie-Louise Kersbergen is curator van de collectie en zit in het bestuur van de stichting. Zij heeft kunstgeschiedenis en pedagogiek gestudeerd. Daarnaast wordt ze ondersteund door de vrijwilligers die elk hun specifieke specialiteiten hebben.

### **Sleutelvaardigheden**

De kracht, dus de sleutelvaardigheden van de stichting Joop Holsbergen, liggen vooral in de liefde voor de kunst en de inzet hiervoor. Reken daarbij het netwerk van het team en er staat een sterke stichting die zich inzet voor het behoud van de Holsbergen collectie. In de vriendschappelijke sfeer is er wel een controlerende omgang met elkaar, hierdoor zal de aandacht niet snel verslappen en het werk zal van hoog niveau blijven.

## 2. Externe analyse

### 2.1 De markt

Het Joop Holsbergen Museum zal gaan opereren in de recreatieve branche.

Het Holsbergen Museum is meer dan alleen een museum, dus bij de analyse van de markt kan deze niet beperkt blijven tot de museumbranche. Naast de tentoonstelling van de Holsbergen collectie zijn er in het museum wisseltentoonstellingen te zien van andere bekende kunstenaars. Het museum zal selfsupporting worden door middel van verkoop van bronzen beelden en kleine objecten. Hierdoor zal het museum moeten concurreren met galeries en beeldentuinen.

De recreatieve branche is zeer breed waarbinnen alles past wat een persoon in zijn vrije tijd doet. De markt bestaat uit een enorme diversiteit aan producten en diensten. Er is sprake van een toenemende claim op de vrije tijd van de consument door allerlei aanbieders in deze markt. Dit kan variëren van een uurtje sporten, een bioscoop- of concertbezoek, tot een recreatief dagje uit naar een pretpark, museum of het strand. Ook televisie en internet zijn voorbeelden van recreatie, die een belangrijke rol spelen in deze markt.

Omdat de markt een zeer gevarieerd aanbod kent, zullen we niet ingaan op alle vormen van recreatie.

### 2.2 Afnemers analyse

Het is belangrijk om de afnemers te analyseren. Wie zijn het? Om hoeveel mensen gaat het?

Als dit duidelijk is kan er gericht worden gewerkt naar de verkoopkanalen. Het uitvoeren van een afnemersanalyse stelt een onderneming in staat in te spelen op de kansen en bedreigingen die de afnemers met zich meebrengen. Ook kan er rekening worden gehouden met toekomstige strategische keuzes, bijvoorbeeld een verandering van koers.

Bij het Holsbergen museum is het vrij lastig te bepalen wie de afnemers zijn.

De afnemers die in het museum komen zullen vooral kunstliefhebbers zijn, maar ook mensen die meer willen weten van de cultuur van Almelo en Twente.

Daarnaast zullen de bezoekers die in het museum komen overeenkomen met de bezoekers die langskomen voor Galerie & Skulpturenpark Groeneveld, waar het museum gevestigd wordt. Bij de galerie komen jaarlijks een paar duizend bezoekers (in een goed jaar 10.000), de kans is heel groot dat een groot gedeelte hiervan ook komt kijken naar het Holsbergen museum. Daarnaast komen er natuurlijk ook andere bezoekers die specifiek voor het Holsbergen museum komen. Ook zal er waarschijnlijk gewerkt gaan worden met de Museumjaarkaart, wat een nieuwe groep afnemers met zich mee brengt. Er zullen dus per jaar naar verwachting duizenden bezoekers komen.

### 2.3 Leveranciers analyse

Het Joop Holsbergen museum heeft niet veel met leveranciers te maken. De kunstwerken die in het museum komen te staan zijn beelden, schilderijen en tekeningen. De tekeningen en schilderijen zijn allemaal aanwezig en kunnen direct geplaatst worden in het museum. De bronzen beelden zijn echter een ander verhaal. Er zijn meer dan 100 beelden waarvan er op dit moment ongeveer 40 in brons gegoten zijn, de andere beelden zijn nog gipsen mallen en moeten nog gegoten worden, zodat ze ook in het museum geplaatst kunnen worden. Hier voor is wel een leverancier nodig die deze beelden gaat gieten. De stichting Joop Holsbergen heeft één bronsgieterij die hier voor zorgt.

Daarnaast zullen er leveranciers zijn voor de artikelen in de museumwinkel, zoals een drukkerij.

## 2.4 Concurrenten analyse

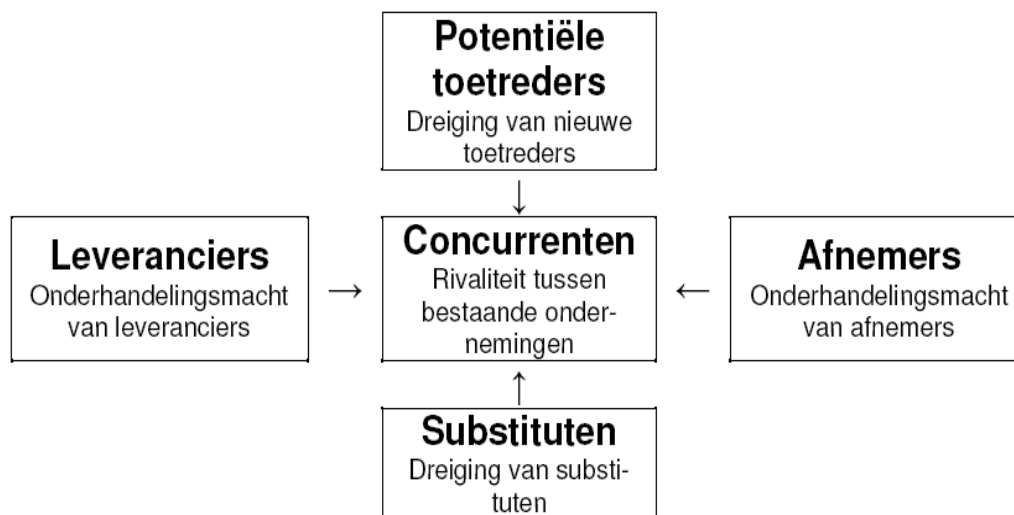
Voor het museum is het erg lastig om de concurrentie te bepalen.

Zoals in hoofdstuk 2.1 is aangegeven is de markt waarin het Joop Holsbergen Museum opereert de gehele recreatieve sector. Dus vrijwel alle recreatieve vrije tijds bestedingen zijn concurrent van het Museum. Daarnaast worden andere Musea niet als concurrentie gezien, omdat kunstliefhebbers en museabezoekers het niet bij één museum houden en meerdere zullen bezoeken. Voor het Holsbergen Museum moeten galeries en beeldentuinen wel als directe concurrentie gezien worden, omdat het Museum selfsupporting moet zijn door middel van het verkopen van bronzen beelden. In Nederland zijn er ruim 1000 galeries & beeldentuinen en dit zijn er in Overijssel ongeveer 85. Daarnaast, om toch een goed beeld te geven over de Museumbranche, in Nederland zijn er nagenoeg evenveel musea als galeries, in Nederland zijn dit er 940 en in Overijssel 83.

## 2.5 Porters 5 krachtenmodel

Het 5-krachtenmodel van Porter is een hulpmiddel dat wordt gebruikt om een analyse van de aantrekkelijkheid van een branchestructuur te maken. Hieronder staat het 5-krachtenmodel van Porter voor het Joop Holsbergen Museum.

Figuur 3.1: Porters 5 krachtenmodel



### Concurrenten

De sector waarin het Joop Holsbergen museum zich bevindt is een groeiende markt. Er zijn veel verschillende aanbieders die uiteenlopen met hun producten en diensten. Over het algemeen zijn de aanbieders klein en hierdoor ligt de concentratiegraad hoog. Ook is er sprake van een toenemende concurrentie tussen aanbieders om de vrije tijd van de afnemers. Vooral de non-profit instellingen worden hier de dupe van en zij zullen dan ook genoodzaakt zijn mee te gaan in de strijd om de consument toch naar zich toe te krijgen. Om dit voor elkaar te kunnen krijgen gaan musea vaak samenwerking met andere culturele instellingen aan. Het Holsbergen museum zal dit ook doen in samenwerking met Galerie & Skulpturenpark Groeneveld en Stichting Beeldentuin Huize Groeneveld.

### **Potentiële toetreders**

Kunstliefhebbers zullen naar meerdere kunsttentoonstellingen en musea gaan omdat ze dit interessant vinden.

Het Joop Holsbergen museum hoeft weinig rekening te houden met de dreiging van nieuwkomers. In de recreatieve sector is de entreedrempel laag, maar zijn de aanbieders niet allemaal concurrenten. Wel verschilt de dreiging van toetreders per soort recreatie. Zo zullen dus aanbieders met het zelfde soort recreatie ( een ander museum) minder concurrerend zijn dan aanbieders met een ander soort recreatie omdat deze een vervangend product/dienst hebben.

### **Substituten**

In de recreatieve sector waarin het Holsbergen museum zich bevindt, is er in toenemende mate sprake van concurrentie door andere vormen van vermaak & recreatie. Mensen kunnen kiezen uit een groot aanbod van vrijetijdsbestedingen.

Hierdoor is de dreiging van een substituuut erg groot.

### **Afnemers**

Afnemers van het Joop Holsbergen Museum zijn de bezoekers van het museum, liefhebbers van kunst, potentiële kopers van een kunstwerk. De bezoekers komen over het algemeen één keer langs, uitzonderingen daargelaten. Doordat een bezoeker normaal gesproken maar één keer langs komt is de individuele macht zeer klein.

### **Leveranciers**

De kernactiviteit van het Joop Holsbergen Museum is het conserveren van het levenswerk van Joop Holsbergen en het te tonen aan de bevolking van Almelo en Twente. Daarnaast worden er beelden en allerlei kleine producten verkocht.

Het Holsbergen Museum heeft hierdoor vrij weinig leveranciers. Er is 1 grote leverancier die zorgt voor het gieten van de bronzen beelden en daarnaast zal er een drukker komen die de kalenders/posters zal drukken.

De gieter heeft de grootste macht qua leverancier, omdat de relatie al bijna 20 jaar aanwezig is en er niet zomaar voor een andere gieter gekozen kan worden. Een relatie met een drukker bestaat echter nog niet. Er zijn echter vele verschillende drukkers die het zelfde kunnen leveren, dus deze zal weinig macht hebben.

### **Conclusie**

De conclusie die we hieruit kunnen trekken is dat de grootste dreiging wordt gevormd door de substituten en concurrenten in de recreatiesector. Andere musea vormen vrijwel geen dreiging, omdat kunstliefhebbers en museumbezoekers over het algemeen meerdere musea bezoeken. De macht van de afnemers en leveranciers vormen geen noemenswaardige rol.

## 2.6 DESTEP-Analyse

### Demografisch

#### -Bevolking

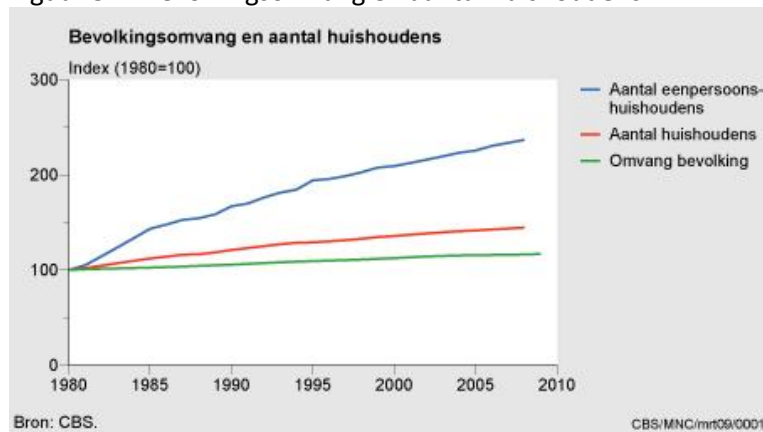
De Nederlandse bevolking bestaat uit ongeveer 16,5 miljoen inwoners. De bevolking groeit nog steeds langzaam vanwege de natuurlijke aanwas en de instroom van migranten. De laatste jaren is de bevolking sterk vergrijsd, waardoor het percentage bejaarden in verhouding stijgt.

Deze trend zal in de loop der jaren doorzetten. Nederland heeft op dit moment een toenemende stroom van ouderen, maar minder jongeren. Gezien de huidige doelgroep van het Museum, de volwassen en senioren, heeft dit geen nadelige gevolgen en kans zelfs een voordeel zijn.

#### -Huishouding

Steeds meer gezinnen hebben een eigen woning (koop of huur). De huishouding binnen Nederland bestaat gemiddeld uit 2 of 3 personen. In de onderstaande grafiek is weergegeven dat het gemiddelde aantal huishoudens en eenpersoons- huishoudens toenemen terwijl de omvang van de bevolking redelijk hetzelfde blijft. Dit kan een positief effect hebben op de verkoop van kunst.

Figuur 3.2: Bevolkingsomvang en aantal huishoudens



#### -Inkomen

Het gemiddelde inkomen van de Nederlanders in 2009 ten opzichte van 2006 is gestegen. Het modale inkomen in 2006 was 26.500 euro en in 2009 is het 31.930 euro. Het inkomen van allochtonen is de afgelopen vijftien jaar sterk gegroeid. Hierdoor vormen de allochtonen een steeds belangrijker onderdeel van de consumentenmarkt. Door een stijgend consumentenvertrouwen de laatste maanden ( dat uit een diepe put moest komen ) is de kans op afnemers weer gegroeid. Dit is vooral belangrijk, omdat kunst één van de eerste dingen is waar op bespaard wordt tijdens een recessie.

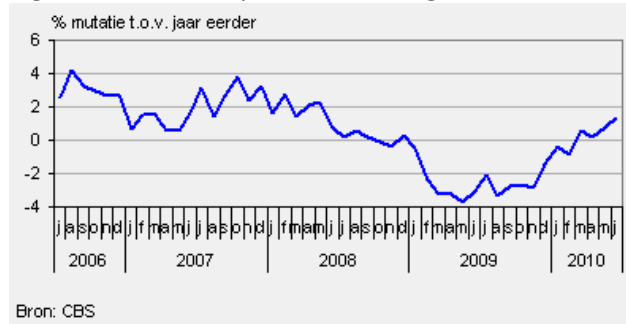
### Economisch

De hele wereld voelt de gevolgen van de economische crisis en Nederland is hierop geen uitzondering. Alle sectoren zoals de financiële sector, dienstverlenende sector en bouwsector zijn er op achteruit gegaan. De economische groei ten opzichte van de vorige jaren daalt met -2%. Op dit moment zijn de economische vooruitzichten alweer een stuk gunstiger. Economisch gezien krabbelt de handel weer op, en dat biedt het museum weer meer kansen.

### Consumptieve besteding

De besteding van de consumenten is sinds de crisis beduidend lager geworden. Vooral de luxe producten leden onder de crisis. De huishoudelijke producten zijn er niet op achter uit gegaan. Sommige supermarkten en lifestyle ketens hebben beter gedraaid dan ooit te voren. Voor een museum is een stabiele economische omgeving erg belangrijk, mede door de relatief hoge prijzen van de beelden. In de onderstaande grafiek is duidelijk te zien dat het dieptepunt van de crisis waarschijnlijk geweest is, er is een stijgende lijn zichtbaar.

Figuur 3.3: Consumptieve besteding



### Sociaal cultureel

Onze samenleving is een multiculturele samenleving die bestaat uit verschillende nationaliteiten waaronder Surinamers, Marokkanen, Afrikanen, Amerikanen, Antillianen, Turken, enz.

Onze maatschappij is sterk beïnvloed door feminiene factoren waardoor, veel waarde wordt gehecht aan de "vrouwelijke" waarden, zoals zorg voor de anderen, kwaliteit van leven en een steriele leefomgeving. Deze factoren kunnen een rol spelen in het bezoeken van een museum en het aankopen van een beeld. Zowel mannen als vrouwen vinden kunst interessant. Ze hebben de mogelijkheid om een museum te bezoeken en een kunstwerk te kopen.

### Technologisch

De technologische haalbaarheid speelt vrijwel geen rol bij een museum. De Joop Holsbergen collectie, die te vinden zal zijn in het museum bestaat uit beelden, schilderijen en tekeningen. De schilderijen en tekeningen zijn allemaal aanwezig en vergen geen extra werk. Wel moeten er nog beelden van gips in brons gegoten worden, deze technologie bestaat echter al heel lang en dit vormt tegenwoordig geen probleem.

### Ecologisch

Het ecologische aspect vindt het museumbestuur zeer belangrijk. Alles wordt op een zoveel mogelijk natuurlijke manier onderhouden, bijv.: op het Landgoed Huize Groeneveld waar het museum gevestigd wordt, wordt het onkruid in de beeldentuin met een brander verwijderd i.p.v. gif gespoten, zal het museum energiezuinig ingericht worden met spaarlampen en led lampen.

Zoals hier uit te concluderen is doet het museum er alles aan om het milieu zo min mogelijk te belasten en zoveel mogelijk in haar waarde te laten.

## Politiek/juridisch

De factor juridisch is niet van toepassing, omdat het Landgoed Huize Groeneveld volledig onder het bestemmingsplan valt. Het bestemmingsplan voor het landgoed is cultuur, recreatie, sport & horeca.

Wel zijn er veel politieke veranderingen gaande met het nieuwe kabinet Rutte. Er wordt op veel gebieden bezuinigd en daar valt ook Kunst & Cultuur onder.

Dit zijn de veranderingen op het gebied van Kunst & Cultuur (Uit het regeerakkoord VVD – CDA 2010):

De overheid schept condities op het gebied van kunst en cultuur die de kwaliteit verhogen en de toegankelijkheid waarborgen. Uitgangspunt is dat in alle regio's een hoogwaardig cultureel aanbod blijft bestaan. Het kabinet wil meer ruimte geven aan de samenleving en het particulier initiatief en de overheidsbemoeienis beperken. Kunst en cultuur zijn tenslotte ook van en voor de samenleving. Bij verstrekking van subsidies wordt voortaan eerst gekeken naar de mogelijkheden eigen inkomsten te verwerven. Er komt meer aandacht voor de verdiencapaciteit van cultuur.

- Er wordt bezuinigd op de middelen voor kunst en cultuur.
- De cultuurkaart en de innovatie- en *matching* regeling worden geschrapt.
- Met name de fondsen worden samengevoegd en omgevormd tot een cultureel investeringsfonds.
- Het kabinet komt met een voorstel voor een "Geefwet".
- Culturele instellingen en kunstenaars worden meer ondernemend en gaan een groter deel van hun inkomsten zelf verwerven.
- De creatieve industrie draagt door innovatie bij aan economische ontwikkeling.

Behoud en onderhoud van monumenten blijven taken van de overheid. Hierbij verdient herbestemming de aandacht, evenals behoud van het religieus erfgoed. Actieve cultuurparticipatie blijft ook van belang, met name bij de beoefening van amateurkunst en volkscultuur en bij bibliotheekbezoek. De uitgaven aan behoud en beheer van cultureel erfgoed, bibliotheken en het Nationaal Archief worden zoveel mogelijk ontzien.

## 3. Strategie

### 3.1 SWOT-Analyse

De sterkte- zwakteanalyse is een bedrijfskundig model dat intern de sterktes en zwaktes en in de omgeving de kansen en bedreigingen analyseert. De Engelse term **SWOT**- analyse wordt ook vaak in Nederland gebruikt en bevat de vier elementen: **S**trengths, **W**eaknesses, **O**pportunities & **T**hreats. Na de gehele analyse van het Joop Holsbergen Museum is er de volgende SWOT analyse uit gekomen:

<b>Strengths / Sterkten</b>	<b>Weaknesses / Zwakten</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Geen arbeidskosten: MVO - vrijwilligers</li><li>• Grote kunsthistorische kennis aanwezig</li><li>• Milieuvriendelijk, duurzaam beleid</li><li>• Service / klantvriendelijk</li><li>• Meeliften naamsbekendheid Galerie en Skulpturenpark Groeneveld</li><li>• Niet afhankelijk van subsidies</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Locatie moeilijk te vinden</li><li>• Naamsbekendheid</li><li>• Openingstijden</li><li>• Doelgroep</li></ul>
<b>Opportunities / Kansen</b>	<b>Threats / Bedreigingen</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mogelijkheden tot subsidies(fondsen)</li><li>• Samenwerking met buitenland</li><li>• Verjongen doelgroep</li><li>• Museumwinkel</li><li>• Kunsteducatie en schoolprojecten</li><li>• Bewegwijzering</li><li>• Museumjaarkaart, CJP, CKV</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conjunctuur gevoelig</li><li>• Concurrentie recreatieve sector</li><li>• Afname bezoekersaantal musea algemeen</li><li>• Politieke bezuinigingen</li></ul>



### 3.2 Confrontatiematrix & Strategie

In deze paragraaf wordt door middel van een confrontatiematrix in kaart gebracht wat de uitkomst van de SWOT- analyse is. Er worden vier combinaties gemaakt, namelijk: sterktes- kansen, sterktes- bedreigingen, zwaktes- kansen en zwaktes- bedreigingen. Hierdoor is duidelijk te zien welke strategische keuzes het Holsbergen Museum moet maken.

#### Confrontatiematrix

Confrontatie matrix		Kansen					Bedreigingen				Aantal plussen	Aantal minnen	Totaal
		Mogelijkheden tot subsidies/fondsen	Samenwerking met buitenland	Verjongen doelgroep	Museumwinkel	Schoolprojecten	Conjunctuur gevoelig	Concurrentie recreatieve sector	Afname bez. aantal Musea algemeen	Politiek bezuinigd			
S t e r k t e s	Geen arbeidskosten	+	+	+	+	+	+	+	+	+	9	0	9
	Veel kennis	+	++	+	+	+	+	+			8	0	8
	Milieu vriendelijk	+	+		+	+	+	+	+		7	0	7
	Service gericht	+	+	+	++	+	+	+	+		9	0	9
	Meeliften op Gal. Groeneveld	-	+	+	++	+	+	+	+		9	0	9
	Niet afhankelijk van subsidies	+	+		++	+	-		-	+	6	2	4
z w a k t e n	Locatie moeilijk te vinden	-	-	-		-	--	-	-		0	8	-8
	Naamsbekendheid	-	-	-	-	-	--	-	-		0	9	-9
	Openingstijden	-		+		+	--	-	-		2	5	-3
	Doelgroep	-		++	+	++	--	-	-		5	5	0
Aantal plussen		5	7	7	10	9	5	5	3	3			
Aantal minnen		5	2	2	0	2	9	4	5	0			
<b>Totaal</b>		<b>0</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>-4</b>	<b>1</b>	<b>-2</b>	<b>3</b>			

## **Strategie**

### **Sterktes- Kansen**

Als sterkte is gebleken dat de Joop Holsbergen Stichting door middel van de grote kunsthistorische kennis & servicegerichtheid die de stichting in huis heeft, moet inspelen op de groeiende cultuurtoerisme markt.

Door een museumwinkel kunnen inkomsten verworven worden.

Daarnaast zijn er ook veel mogelijkheden doordat de Stichting geen arbeidskosten heeft, maar juist 20 vrijwilligers. Een andere belangrijke sterkte die de Joop Holsbergen Stichting heeft, is dat het kan meeliften op de reeds 20 jaar bestaande Galerie & Skulpturenpark Groeneveld. Dit zal bij bijna alle kansen gebruikt kunnen worden.

### **Sterktes- Bedreigingen**

De grootste bedreiging voor de Joop Holsbergen Stichting is de gevoeligheid voor de conjunctuur. De Stichting kan hier moeilijk op inspelen, dit komt doordat de consument als eerste bezuinigt op luxe en daar valt ook een museumbezoek of de aankoop van een beeld onder. De consument zal zich eerder richten op gratis vrijetijdsbestedingen. De Stichting heeft weinig vaste kosten waardoor het zich wel gemakkelijk staande kan houden in de markt. Ook wordt er milieu vriendelijk gewerkt op het Landgoed Huize Groeneveld, wat mensen in deze tijd erg aanspreekt: duurzaamheid.

### **Zwaktes- Kansen**

De Joop Holsbergen Stichting heeft een aantal zwakke punten. De naamsbekendheid en het feit dat de locatie moeilijk te vinden is zijn twee belangrijke punten die snel verbeterd moeten worden.

Dit is goed te realiseren door meer bezig te zijn met bewegwijzering.

Ook kan de Stichting goed inspelen op de zwakte v/d doelgroep, deze is namelijk aan het vergrijzen. Anderzijds vergroot dit ook weer de doelgroep ouderen.

Door middel van kunsteducatie en schoolprojecten (CKV) te starten kan een bredere jongere doelgroep aangesproken worden.

### **Zwaktes- Bedreigingen**

Alle bedreigingen die er zijn voor de Stichting zullen de zwakke punten versterken..

Vooraf de conjunctuurgevoeligheid komt hier weer bij kijken. Het is dus voor de stichting erg belangrijk om de bedreigingen in de gaten te houden en er, indien mogelijk, op in te spelen.

Door aanmelding voor de museumjaarkaart, CJP en CKV- bonnen, wordt de Stichting laagdrempelig.

### **3.3 Visie**

De Stichting wil de Joop Holsbergen collectie onderbrengen in een museum dat begin 2011 vorm zal krijgen. Het museum zal 400m<sup>2</sup> aan oppervlakte krijgen. De exploitatie moet rendabel worden, zodat er geen geld bij hoeft. De Joop Holsbergen Stichting wil de Holsbergen collectie onder de aandacht brengen van de Nederlandse bevolking, met name de Twentse bevolking.

Daarnaast wil de stichting de collectie conserveren voor de toekomst, zodat ook de volgende generaties het werk van Holsbergen kunnen bewonderen.

### **3.4 Missie**

Het Museum Joop Holsbergen wil de mensen uit Almelo en Twente kennis laten maken met hun eigen cultuur. Dit zal gebeuren d.m.v. de tentoonstelling van de Holsbergen collectie en wisseltentoonstellingen van andere bekende Twente kunstenaars. Het museum zal selfsupporting worden. Dit zal hoofdzakelijk gebeuren door de verkoop van bronzen beelden. Naast deze primaire inkomstenbron zullen er ook kleine artikelen te koop zijn zoals kalenders, posters en kleine beeldjes.

### **3.5 Doelstellingen**

- Stichting Joop Holsbergen wil de collectie conserveren/ behouden voor Almelo & Twente.
- Stichting Joop Holsbergen wil met het museum de Twentenaren kennis laten maken met hun eigen cultuur.
- Stichting Joop Holsbergen wil het museum selfsupporting maken.
- Stichting Joop Holsbergen wil, door het museum te plaatsen in een KI-station, het karakteristieke gebouw behouden voor de toekomst.

## 3.6 Marketing

### Product

#### Museum

Het product dat het Joop Holsbergen Museum gaat leveren is een breed begrip.

Het primaire product is de tentoonstelling van de Holsbergen collectie.

Deze collectie bestaat uit meer dan 100 beelden, hiervan zijn er 40 in brons gegoten de rest zal nog gegoten moeten worden (deze zijn nu in gips). Naast deze beeldencollectie zijn er ook tientallen schilderijen en tekeningen van Holsbergen te vinden in het museum.

De gehele collectie zal onderverdeeld worden in zeven stijlperiodes die in de zeven rechter stierenstallen van het KI station geplaatst worden. (zie Hoofdstuk 2.4)

In de drie stierenstallen aan de linker zijde zal een wisseltentoonstelling komen van een kunstenaar die te maken heeft met Joop Holsbergen of Twente.

Om de exploitatie rendabel te maken moet er ook omzet gemaakt worden.

De primaire inkomsten bron is de verkoop van de bronzen beelden.

Doordat deze opnieuw te gieten zijn is het mogelijk om beelden van Holsbergen te verkopen.

De bronzen beelden zijn van hoogwaardig materiaal en worden verkocht tegen een marktconforme prijs.

De schilderijen en tekeningen niet verkocht worden omdat dit unica zijn.

#### Museumwinkel

Om iets te verkopen dat niet zo kostbaar als een beeld, komt er een museumwinkel.

In de museumwinkel zullen artikelen te koop zijn, zoals kalenders, posters, souvenirs, boeken, fiets- en wandelkaarten.

#### Kalenders

Het idee voor de kalenders is om hier een verjaardagskalender van te maken zodat deze meerdere jaren gebruikt kan worden. Bij elke maand zal er een kunstwerk van Holsbergen als foto boven staan.

#### Posters / canvas

De schilderijen en tekeningen zijn niet te koop en om het toch mogelijk te maken voor de klant om bijv. een schilderij van Holsbergen in de kamer op te hangen is het idee om dit op canvas te drukken. Ook van de beelden kunnen afbeeldingen op canvas gedrukt worden.

De canvas prints kunnen in verschillende maten worden afgedrukt.

Er zullen voorbeelden aanwezig zijn, maar als de klant een grotere of speciale maat wil zal dit op bestelling kunnen.

#### Souvenirs

In een museumwinkel horen natuurlijk ook souvenirs. Deze souvenirs zullen uiteenlopen van miniatuurbeeldjes van de collectie tot algemene souvenirs die vooral te maken hebben met Almelo en Twente.

#### Boeken

In de museumwinkel zullen ook boeken te koop zijn.

De collectie boeken zal voornamelijk bestaan uit kunstboeken en boeken over Twente.

#### Fiets- en wandelkaarten.

Ook zullen er in de museumwinkel fiets- en wandelkaarten te koop zijn.

Dit valt goed te combineren met de route waar het Landgoed Huize Groeneveld aan ligt, dit is namelijk ook een fiets- en wandelroute.

## Plaats

### Almelo

Zoals in hoofdstuk 2.4 besproken is, zal het Museum zich vestigen op het Landgoed Huize Groeneveld in Almelo.

Almelo is een stad en gemeente in de regio Twente in de provincie Overijssel.

De gemeente Almelo omvat 69 km<sup>2</sup> en heeft ruim 70.000 inwoners.

### Regio Twente

Twente is één van de 7 Nederlandse stadregio's bestaande uit 14 gemeenten met in totaal ongeveer 620.000 inwoners. De Regio Twente als samenwerkingsverband bestaat sinds 1994.

Joop Holsbergen heeft een groot gedeelte van zijn leven in Twente gewoond, hierdoor is het een bijzondere plaats om het Museum te vestigen.

## Prijs

### Entree

De huidige entreprijs van Galerie & Skulpturenpark Groeneveld bedraagt € 8,-.

Het is lastig om te bepalen welke prijs juist is voor een museum. Dat verschilt per museum veel.

Daarnaast wordt er ook entree gevraagd voor de huidige setting.

Hier moet in overleg met de andere activiteiten op het Landgoed een goede prijs bedacht worden.

De Koninklijke Nederlandse Heide Maatschappij is bezig met een projectplan voor het hele Landgoed.

Er zal naar alle waarschijnlijkheid uitgebreid worden met horeca. Dit zorgt er voor dat een gedeelte vrij van entree moet zijn, omdat niemand wil betalen om een horecagelegenheid in te gaan.

Waarschijnlijk zal voor de beeldentuin en het museum entree gevraagd worden en voor de horeca en galerie niet. Er zal een gecombineerde entree en losse entree moeten komen voor deze twee activiteiten.

Er is als optie gedacht aan:

Beeldentuin & Museum: € 8,-

Alleen het Museum: € 5,-

### Bronzen beelden

De prijs per bronzen beeld zal sterk verschillen.

Dit heeft te maken met de gietkosten. De grotere beelden zullen dus meer kosten dan de kleine beelden. Per beeld zal dus de prijs individueel bepaald worden.

### Kalenders

De verjaardagskalenders die verkocht zullen worden in de Museumwinkel zullen ongeveer € 3,- excl. BTW per stuk aan inkoopprijs zijn, afhankelijk van hoeveel er tegelijkertijd ingekocht worden.

Op deze verjaardagskalenders staan dan de afbeeldingen van kunstwerken van Holsbergen.

De verkoopprijs zal kunnen liggen op € 14.99 incl. BTW.

De kalenders worden besteld bij [www.kalenderfabriek.nl](http://www.kalenderfabriek.nl)

De kalenders kunnen niet per stuk besteld worden, maar minimaal per 100. Hoe meer er tegelijkertijd ingekocht worden hoe goedkoper de prijs per stuk.

### Canvas

Canvas schilderijen zijn in allerlei maten te bestellen.

De meest gangbare maat voor schilderijen is: 60 x80cm

Deze is voor ongeveer € 55 incl. BTW te verkrijgen bij de drukker: <http://www.canvasenco.nl/>.

Volgens andere personen die ervaring hebben met het laten drukken op canvas is Canvas en Co kwalitatief goed en daarnaast niet duur.

Bij een inkoopprijs van € 55 kan een verkoopprijs van ongeveer 100 euro gevraagd worden.

Dit wordt doorgaans door consumenten betaald voor een canvas schilderij in deze maat.

Bij andere maten zullen ook andere prijskaartjes gehanteerd worden.

### **Posters**

De posters zijn van A1 formaat en in kleur, A1 formaat is 59.4 x 84 cm. Ook zijn er andere maten mogelijk, maar A1 is de meest gangbare maat.

De A1 poster zal ingekocht worden voor € 11,55 excl. BTW.

De andere maten hebben een afwijkende prijs maar hoe kleiner de poster hoe minder deze kost.

De verkoopprijs van de poster in A1 formaat zal € 19.99 incl. BTW zijn.

De posters worden besteld bij <http://www.poster-specialist.nl/poster>.

De posters kunnen per stuk besteld worden, hierdoor hoeven er geen grote voorraden in huis gehaald worden.

### **Souvenirs**

De prijzen van de souvenirs zijn erg verschillend, deze kunnen uiteenlopen van kleine tot grotere bedragen.

### **Ansichtkaarten**

Ansichtkaarten zijn te laten drukken bij veel verschillende winkels, de inkoopprijs is minder dan 1 euro per stuk. De verkoop prijs zal ongeveer rond € 2 á € 3 liggen.

### **Boeken**

De in- en verkoop prijs per boek varieert sterk. Dit moet individueel bekeken worden.

### **Fiets- en wandelkaarten.**

Fiets en wandelkaarten worden voor ongeveer € 6 aangeboden bij VVV- vestigingen.

De inkoop zal niet veel lager liggen. Mogelijk te overleggen met VVV- Almelo.

## **Promotie**

De promotie voor het Joop Holsbergen Museum zal zich richten op meerdere mogelijkheden.

### **Website**

Er zal een website komen voor het Holsbergen Museum.

De website zal in dezelfde lay-out worden gemaakt als de website voor Galerie & Skulpturenpark Groeneveld.

De domeinen die gereserveerd zijn voor de website zijn:

[www.holsbergen.nl](http://www.holsbergen.nl) & [www.joopholsbergen.nl](http://www.joopholsbergen.nl)

Daarnaast zal er ook informatie over het museum te vinden zijn op de website van de galerie:

[www.galerie-groeneveld.nl](http://www.galerie-groeneveld.nl)

Er is al contact met de webdesigner die beide sites onder handen zal nemen.

Voordat het museum geopend wordt zal de website klaar zijn.

### **Social Media**

Daarnaast zal er ook gebruik worden gemaakt van social media.

Het Joop Holsbergen Museum zal zich gaan promoten via:

Facebook, Hyves, LinkedIn en Twitter.

Deze media zijn gratis en kunnen goed gebruikt worden om de jongere doelgroep aan te spreken.

### **Gratis publiciteit:**

Het Joop Holsbergen Museum zal zich ook zoveel mogelijk willen promoten door nieuwe ontwikkelingen door te geven aan kranten, tv en radio. Op deze manier is het mogelijk om gratis in het nieuws te komen en hierdoor meer naamsbekendheid te krijgen.

### **Betaalde publiciteit**

Ook zal het Joop Holsbergen Museum advertenties gaan plaatsen in vakbladen, tijdschriften en andere media zodat hier naamsbekendheid uit voort komt.

### **Mond tot mond reclame**

Mond tot mond reclame is in principe de belangrijkste reclame die het museum kan krijgen.

Het gaat dan om bezoekers die andere potentiële bezoekers van hun ervaring vertellen en hen daarbij overtuigen om ook te gaan kijken. Dit is alleen te realiseren door middel van een goede service en de beleving voor de klant zo positief mogelijk te maken. Dit is dus een zeer belangrijk aspect om over na te denken hoe dit te realiseren is.

## 4. Subsidies & Fondsen

In dit hoofdstuk wordt een splitsing gemaakt in fondsen en subsidies.

Bij de fondsen zijn alle fondsen weergegeven die in het fondsenboek 2009 aangegeven staan voor een museum. Hier zal een brief voor geschreven moeten worden en worden gekeken of aan alle voorwaarden voldaan wordt. Het desbetreffende fonds zal dan een reactie geven op de aanvraag en het bedrag aangeven wat ze beschikbaar stellen.

In het gedeelte subsidies staan mogelijke subsidies waar aan gedacht kan worden om aan te vragen.

### Fondsen uit fondsenboek:

#### Koninklijke Nederlandse Heidemaatschappij (KNMH)

<b>Werkterrein</b>	Leefomgeving
<b>Website</b>	<a href="http://www.knhm.nl">www.knhm.nl</a>
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:info@knhm.nl">info@knhm.nl</a>
<b>Telefoon</b>	026-4455146
<b>Postadres</b>	Postbus 33, 6800 LE Arnhem
<b>Bezoekadres</b>	Beaulieustraat 22, 6814 DV Arnhem
<b>Gebied</b>	Nederland

De KNHM heeft het hele landgoed waar het Museum gevestigd wordt aangenomen als project.

#### Stichting ANWB Fonds

<b>Werkterrein</b>	Recreatie, Toerisme, Verkeer, Vervoer, Landschappelijke en Cultuurhistorische waarden
<b>Website</b>	<a href="http://www.anwb.nl/fonds">www.anwb.nl/fonds</a>
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:anwbfonds@anwb.nl">anwbfonds@anwb.nl</a>
<b>Telefoon</b>	088-2696485
<b>Postadres</b>	Postbus 93200, 2509 BA Den Haag
<b>Bezoekadres</b>	Wassenaarseweg 220, 2596 EC Den Haag
<b>Gebied</b>	Nederland

#### Aanvraagprocedure

Op de website kan men een vragenformulier invullen. Voldoet men aan de voorwaarden, dan ontvangt men een link naar een aanvraag formulier. Dit formulier moet volledig ingevuld en verstuurd worden naar het ANWB Fonds. Een projectbegroting en een financieringsplan kan apart per e-mail of post verstuurd worden. Binnen enkele maanden krijgt men uitsluitsel over de aanvraag.

#### Bijdrage

Schenken en giften in natura (vrijwilligersbijdrage).

De te ontvangen bijdragen liggen tussen € 2.500 en € 25.000.

#### Bijzonderheden

Het ANWB Fonds kent o.a. de volgende mogelijkheden voor financiële ondersteuning:

- Ondersteuning van (kleine) musea.
- Het plaatsen van zitbanken langs fietsroutes.
- Educatieve projecten voor kinderen op het gebied van natuur en landschap.
- Informatievoorziening op (gerestaureerde) monumentale panden.



## **Dr. Hendrik Muller's Vaderlandsch Fonds**

**Werkterrein** Getalenteerde Jongeren, Wetenschap en Cultuurconservering  
**Website** [www.mullerfonds.nl](http://www.mullerfonds.nl)  
**E-mail** [info@mullerfonds.nl](mailto:info@mullerfonds.nl)  
**Telefoon** 070-3831241  
**Postadres** Jan van Nassaustraart 102, 2596 BW Den Haag  
**Bezoekadres** Idem  
**Gebied** Landelijk, internationaal waar het 'het Vaderland' betreft.

### **Aanvraagprocedure**

Op de website kan men inschrijfformulieren vinden met de daarbij behorende documenten. Dit geldt ook voor de studiebeurzen. Pas als het dossier volledig is, wordt deze in behandeling genomen. Actuele criteria staan op de website.

### **Bijdrage**

Men geeft schenkingen en garanties. De hoogte van de bijdrage wordt per aanvraag bepaald. Dit is afhankelijk van een aantal factoren zoals inkomen/omzet, hoogte eigen bijdrage en doel van het project.

## **Mondriaan Stichting**

**Werkterrein** Beeldende Kunst, Vormgeving en Cultureel Erfgoed  
**Website** [www.mondriaanfoundation.nl](http://www.mondriaanfoundation.nl)  
**E-mail** [info@mondriaanfoundation.nl](mailto:info@mondriaanfoundation.nl)  
**Telefoon** 020-6762032  
**Postadres** Jacob Obrechtstraat 56, 1071 KN Amsterdam  
**Bezoekadres** Idem  
**Gebied** Nationaal en internationaal

### **Aanvraagprocedure**

Men kan het hele jaar aanvragen doen. Men dient met één van de medewerkers te overleggen voor een aanvraag.

### **Bijdrage**

De Mondriaan Stichting ondersteunt maximaal 40% (dit is exclusief overhead en investeringen) van de totale begroting. Sommige regelingen hebben een afwijkend percentage.

### **Eigen bijdrage**

Er moet sprake zijn van een redelijke eigen bijdrage en het moet duidelijk zijn dat de activiteit niet kan worden betaald uit het reguliere budget.

### **Bijzonderheden**

Men kan een uitgebreid projectdatabase vinden op de website.

De Mondriaan Stichting kent de volgende aanvullende regelingen:

- Arts Collaboratory: Binnen Arts Collaboratory ondersteunt stichtingen die vooral de uitwisseling tussen niet-westerse netwerken met instellingen in Nederland.
- KulturA: ondersteuningsmogelijkheid om de culturele infrastructuur op de Antillen en Aruba en de (internationale) uitwisseling te versterken ([www.regelingkultura.nl](http://www.regelingkultura.nl)).

## **Stichting Prins Bernhard Cultuurfonds**

<b>Werkterrein</b>	Wetenschappelijk Onderzoek, Podiumkunst, Beeldende Kunst, Geschiedenis en Letteren, Monumentenzorg en Natuurbehoud
<b>Website</b>	<a href="http://www.cultuurfonds.nl">www.cultuurfonds.nl</a>
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:info@cultuurfonds.nl">info@cultuurfonds.nl</a>
<b>Telefoon</b>	020-5206130
<b>Postadres</b>	Postbus 19750, 1000 GT Amsterdam
<b>Bezoekadres</b>	Herengracht 476, 1017 BS Amsterdam
<b>Gebied</b>	Nationaal en internationaal

### **Aanvraagprocedure**

Via de website kan men een richtlijnenwijzer raadplegen voordat men een aanvraagformulier download.

Het Cultuurfonds vergadert 4 à 5 keer per jaar. Op de website vindt men de inzendtermijnen.

### **Bijdrage**

Schenking en lening.

Structureel door de overheid gesubsidieerde instellingen komen in principe niet voor een bijdrage van het Prins Bernhard Cultuurfonds in aanmerking. Echter, wanneer het project uitzonderlijk is en als de (structurele) ondersteuning daarvoor aantoonbaar niet bedoeld of ontoereikend is, kan men een aanvraag indienen.

### **Eigen bijdrage**

Geen specifieke vermelding in de voorwaarden.

## **Stichting Prins Bernhard Cultuurfonds Overijssel**

<b>Werkterrein</b>	Cultuur, Natuurbehoud, Musea, Monumenten en Publicaties
<b>Website</b>	<a href="http://www.cultuurfonds.nl/overijssel">www.cultuurfonds.nl/overijssel</a>
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:ov@cultuurfonds.nl">ov@cultuurfonds.nl</a>
<b>Telefoon</b>	038-4999339
<b>Postadres</b>	Postbus 10078, 8000 GB Zwolle
<b>Bezoekadres</b>	Provinciehuis Luttenbergstraat 2, 8012 EE Zwolle
<b>Gebied</b>	Overijssel

### **Aanvraagprocedure**

De aanvraagprocedure en termijnen kan men vinden op de website.

## **Provincie Overijssel, fonds Overal! Overijssel**

In het fondsenoverzicht is de provincie Overijssel met de diverse subsidieregelingen een uitzondering door de verschillende regelingen die er zijn.

Voor actuele informatie kan men de website van de provincie raadplegen: [www.provincie.overijssel.nl](http://www.provincie.overijssel.nl).

Hier kan men doorklikken naar loketten en vervolgens naar subsidies en vergunningen.

Naast specifieke subsidies voor cultuur en culturele ontwikkeling zijn er ook subsidieregelingen op het terrein van toerisme, vitaal platteland en gebiedsgericht beleid van belang voor de erfgoedsector.

## **Fondsen uit eigen connectie**

### **Roelvink Fonds**

Mevr. Kersbergen heeft contact gehad met het Roelvink Fonds.  
Er komt nog een terugkoppeling.

### **Subsidie**

Naast al deze fondsen is het ook goed om te kijken naar subsidies voor het museum.  
Deze kunnen ook gecombineerd worden met het totaalplan.

### **Voorbeelden:**

Zonnepanelen op het dak van het hoofdgebouw.

Daarnaast zijn we bezig met een leader aanvraag. Deze subsidie is bedoeld voor het totale projectplan. Er is dus een gedeelte beschikbaar voor het museum.

De exacte subsidie inkomsten zijn nog niet duidelijk, omdat de aanvraag in de beginfase zit. Het projectplan moet eerst klaar zijn, daarna kan er verder naar gekeken worden.

## 5. Financieel plan

### 5.1 Investeringsplan

Investeringsplan in €	
Gietkosten	10.000
Verbouwing & inrichting	35.000
Opening & organisatie	2.000
Reclame & drukwerk	5.000
Inlijsten schilderijen	5.000
<b>Totaal</b>	<b>57.000</b>

In totaal is er € 57.000 nodig om het investeringsplan te dekken.

Daarvan is € 47.000 noodzakelijk voor de opening van het museum.

De € 10.000 voor de gietkosten kunnen eventueel later nog, dit omdat er al 40 beelden in brons gegoten zijn en omdat het om extra beelden gaat.

### 5.2 Financieringsplan

Financieringsplan in €	
Eigen vermogen	3.100
Boerderij & Landschap	?
Andere bedrijven/ organisaties	?
Bank lening	?
<b>Totaal</b>	<b>57.000</b>

Het financieringsplan zal de kosten van de investering moeten dekken.

Het Joop Holsbergen Museum heeft een groot eigen vermogen, echter is dit grotendeels in Natura (beelden/ schilderijen etc.). Het Joop Holsbergen Museum kan € 3.100,- zelf inbrengen.

Boerderij & Landschap wordt waarschijnlijk de nieuwe eigenaar van het landschap en zal dan ook geld investeren. Echter is nog niet duidelijk hoeveel. Hierdoor kan het financieringsplan nog niet goed ingevuld worden.

### 5.3 Privé-uitgaven

Er zal geen privé-geld uit de Stichting gehaald worden.

Wel zal er een onkostenvergoeding voor het bestuur en eventueel vrijwilligers zijn.

De stichting is een Non-profit organisatie met wellicht een ANBI status.

## 5.4 Exploitatiebegroting 1<sup>e</sup> jaar

Hier onder is de exploitatiebegroting van het Joop Holsbergen Museum te zien. In de exploitatiebegroting zijn de investeringskosten niet meegenomen.

Op deze manier geeft het een beter beeld wat de inkomsten en uitgaven zijn in een normaal jaar. Alle winst die gemaakt wordt zal geïnvesteerd worden in het gieten van nieuwe bronzen beelden. Hiermee worden de uitgaven dus uiteindelijk evenveel als de inkomsten. Er moet dus jaarlijks bepaald worden hoeveel ruimte er is om opnieuw te kunnen investeren.

<b>Exploitatiebegroting (excl. BTW)</b>	
<b>Inkomsten in €</b>	
Entree	5.000
Bedrijfsponsoring	7.500
Verkoop Beelden	10.000
Museumwinkel	8.000
Giften / donaties	1.000
Fondsen / subsidie	4.250
<b>Totaal ontvangsten</b>	<b>35.750</b>
<b>Uitgaven in €</b>	
Exploitatie (GWE)	8.000
Huur	12.500
Museumregister	250
Inkoopwaarde winkel	4.000
Onkostenvergoeding	5.000
<b>Totaal uitgaven</b>	<b>29.750</b>
<b>Netto winst</b>	<b>6000</b>

## 5.5 Liquiditeitsbegroting

Liquiditeitsbegroting zonder investeringen		
Banksaldo begin	3100	
<b>ontvangsten:</b>		
Entree	5000	
Bedrijfsponsoring	7500	
Verkoop Beelden	10000	
Museumwinkel	8000	
Giften / donaties	1000	
Fondsen / subsidie	4250	
<b>Totaal ontvangsten</b>	<b>35750</b>	
<b>Betalingen:</b>		
Inkoopwaarde museumwinkel		4000
Huur		12500
Museumregister		250
Exploitatiekosten (gas/Electra/water)		8000
Onkostenvergoeding bestuur/vrijwilligers		5000
<b>Af: Totaal betalingen</b>		<b>29750</b>
<b>Banksaldo einde periode= beginsaldo + ontvangsten - betalingen</b>		<b>9100</b>

Op deze pagina zijn twee liquiditeitsbegrotingen te zien. Er is een groot verschil tussen beide begrotingen.

Bij de linkerbegroting is puur de liquiditeit van het Joop Holsbergen Museum weergegeven in een normaal jaar.

In de rechter liquiditeitsbegroting zijn ook de investeringskosten opgenomen.

Er komt dan ook een negatief getal uit de winstprognose.

Deze kosten zullen hoe dan ook betaald moeten worden, de vraag is echter door wie dat gaat gebeuren. Boerderij & Landschap wordt waarschijnlijk de nieuwe eigenaar van het landgoed. Zij zullen dan ook moeten investeren, maar hoeveel is nog onduidelijk. Wanneer daar duidelijkheid over is, kan dat bij ontvangsten ingevuld worden en dan zal het er uiteindelijk positiever uitzien.

Liquiditeitsbegroting met investeringen		
Banksaldo begin	3100	
<b>ontvangsten:</b>		
Entree	5000	
Bedrijfsponsoring	7500	
Verkoop Beelden	10000	
Museumwinkel	8000	
Giften / donaties	1000	
Fondsen / subsidie	4250	
Investering Boerderij & Landschap	?	
<b>Totaal ontvangsten</b>	<b>35750</b>	
<b>Betalingen:</b>		
Inkoopwaarde museumwinkel		4000
Huur		12500
Museumregister		250
Exploitatiekosten (gas/Electra/water)		8000
Onkostenvergoeding bestuur/vrijwilligers		5000
Gietkosten		10000
Verbouwing & inrichting		35000
Opening & organisatie		2000
Reclame & drukwerk		5000
Inlijsten schilderijen		5000
<b>Af: Totaal betalingen</b>		<b>86750</b>
<b>Banksaldo einde periode= beginsaldo + ontvangsten- betalingen</b>		<b>-47900</b>

## 6. Juridisch plan

### Rechtsvorm

Het Joop Holsbergen Museum is onderdeel van de Joop Holsbergen Stichting. Momenteel wordt er een ANBI- status aangevraagd voor de stichting om deze meer status te geven. Een ANBI is een Algemeen Nut Beogende Instelling, welke voordelen heeft ten opzichte van een normale stichting. Een instelling met een ANBI status heeft meer aanzien als non-profit organisatie dan een instelling zonder deze status. Daarnaast kunnen mensen die giften geven het bedrag aftrekken van hun belastingaangifte.

### Vergunningen

#### Gebruiksvergunning

Voor het hele pand zal een gebruiksvergunning aangevraagd worden. Dit is noodzakelijk voor als er meer dan 50 bezoekers tegelijkertijd aanwezig zijn in het pand. Het museum bevindt zich in het pand van Galerie & Skulpturenpark Groeneveld en zij gaat de gebruiksvergunning dan ook aanvragen.

#### Bouwvergunning

Een bouwvergunning is niet noodzakelijk, dit omdat het pand er al staat. Er zal wel verbouwd moeten worden, dit is echter alleen intern in de stierenstal. Er zullen geen grote veranderingen plaats vinden, omdat de kracht van het museum juist schuilt in de karakteristieke stallen.

### Belastingen en administratie

De stichting wordt volgens de belastingdienst als onderneming beschouwd. Dit betekent dan ook dat er belasting betaald moet worden.

De belastingaangifte en boekhouding worden gedaan door de boekhoudster van Galerie & Skulpturenpark Groeneveld.

### Verzekeringen

Het museum heeft een aantal verzekeringen nodig.

Het zal in ieder geval gaan om de volgende verzekeringen:

Brand- en aanverwante verzekering.

Diefstalverzekering.

Aansprakelijkheidsverzekering.

Deze verzekeringen zijn echter grotendeels opgenomen in de verzekering van Galerie & Skulpturenpark Groeneveld.

De vrijwilligers zullen waarschijnlijk verzekerd worden vanuit de gemeente.

Hierover is nog niet alles duidelijk, via de vrijwilligers organisatie SCOOP komt hier nog meer informatie over.

## Bronnen

[www.cbs.nl](http://www.cbs.nl)

[www.google.nl](http://www.google.nl)

[www.galerie-groeneveld.nl](http://www.galerie-groeneveld.nl)

Fondsenboek 2009

Financiële administratie Joop Holsbergen Stichting

Interne informatie Galerie & Skulpturenpark Groeneveld

Regeerakkoord VVD-CDA 2010