

Jaarverslag 2018



inhoud

<i>Inhoud</i>	2
<i>Voorwoord voorzitter Hank Peters</i>	3
<i>Algemene informatie</i>	5
<i>Kerngegevens</i>	5
<i>Samenwerking</i>	6
<i>Evenementen, activiteiten, tentoonstellingen</i>	7
<i>PR Marketing en Communicatie</i>	11
<i>Kwaliteit</i>	17
<i>Personeel en organisatie</i>	19
<i>Ondernemerschap</i>	21
<i>Financiën</i>	23

Foto's: Museum Brands - Ina Meilink
Opmaak: Uitgeverij Drenthe
Druk: Van Liere Media Emmen

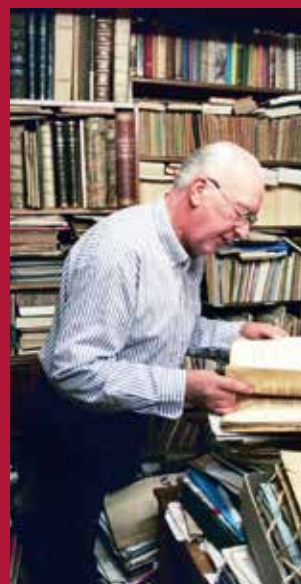


Voorwoord

Voor u ligt het jaarverslag van Museum Collectie Brands over het jaar 2018. Dat jaar was voor onze besturen een intensief jaar, waarin stappen gezet zijn om in 2019 en volgende jaren het imago van ons museum te versterken en onze naamsbekendheid te vergroten.

Met hulp van adviseurs van de Koninklijke Heidemaatschappij zijn wij tot een businessplan 2018 – 2021 gekomen, waarmee we met vertrouwen de toekomst kunnen gaan invullen.

Het jaar 2018 heeft ook in het teken gestaan van de uitvoering van de Cultuurnota 2018 -2021 van de gemeente Emmen. Dit was voor ons belangrijk, omdat ons museum als één van de twee geregistreerde musea in Emmen financieel gesteund wordt om door te groeien naar een semi-professioneel museum. Op basis hiervan hebben we een conservator en een Public Relations- & Communicatiemedewerker kunnen aantrekken.



Jans Brands

De organisatie van het museum heeft een structuurwijziging ondergaan; dat wil zeggen: er is een nieuw organigram gemaakt dat recht doet aan het kunnen uitvoeren van alle taken en werkzaamheden in het museum.

Deze structuurwijziging is erop gericht om de toekomst aan te kunnen en is met ingang van 1 januari 2018 ingegaan.

In de vaste collectie zijn wisselende thema's extra belicht. Daarnaast is een wisseltentoonstelling 'De wereld van Jans' ingericht, waarmee de stichter van het museum in de schijnwerpers is geplaatst, samen met steeds een deel van zijn collectie, dat in thema's is opgeknippt.

Rond landelijke evenementen, zoals de Kinderboekenweek en Gekleurd Grijs hebben we in 2018 themaopstellingen gemaakt.

In 2018 is voorts een gevarieerd en interessant jaarprogramma uitgevoerd: de tentoonstelling 'Paradepaardjes van Industrieel Erfgoed' hebben wij ingericht en opengesteld voor het publiek. In dit jaarverslag meer daarover. Dat jaar hebben we ook een aansprekend project voor het onderwijs afgerond. Onder de titel 'Een koffer vol spullegies' hebben we een viertal reiskoffers themagericht ontwikkeld met ook vier doe-koffers erbij. Ook hierover ziet en leest u meer in dit verslag.

Met veel inzet hebben we in 2018 de samenwerking voortgezet met het Klooster Ter Apel, het Emsland Moormuseum in Geeste, het Emslandmuseum in Lingen en met Schloss Clemenswerth in Sögel. Dit resulteerde in een gezamenlijke Museum Tour. Ook zijn we gestart met Greet & Meet-bijeenkomsten voor alle medewerkers.



Lokaal zijn we onder meer stemelpost geweest voor de Drentse Fietsvierdaagse. Maar ook de lokale samenwerking in het kader van het ErfgoedNetwerk hebben we dit jaar veel aandacht gegeven. Zo was er een gerichte samenwerking onder meer met het Harmonium Museum, het Smalspoormuseum, het Zandstrooimuseum, het Van Gogh huis en het Pastoor Janningmuseum (in wording). Op het gebied van PR en Communicatie hebben we ons zeer geroerd. Met subsidie van de Provincie Drenthe





*Jetta Klijnsma, commissaris van de koning
in Drenthe, op bezoek*

hebben we een korte documentaire en drie social bites (korte filmpjes van 20 seconden, die gebruikt worden om de aandacht op ons museum te vestigen) kunnen realiseren met Museum TV.

Onze website is verbeterd en actief als we zijn, zijn we zichtbaar op Facebook, Twitter, Instagram en YouTube. Door middel van een externe nieuwsbrief, die in 2018 het licht zag, geven we informatie en inzicht in het reilen en zeilen bij ons museum.

We mochten ons verheugen in een kennismakingsbezoek van de Commissaris van de Koning van Drenthe, Jetta Klijnsma, en bezoeken van burgemeester Eric van Oosterhout en wethouder Robert Kleine van Cultuur van Emmen.

Ten behoeve van 2019 hebben wij na een flinke voorbereiding opnieuw een gevarieerd en interessant jaarprogramma kunnen vaststellen. Museum Collectie Brands is een maatschappelijke organisatie, waar mensen werken en bijdragen aan het succes van ons museum.



Dit jaarverslag is tot stand gekomen met bijdragen en inzet van onze medewerkers en vrijwilligers, zodat u kunt ontdekken wat wij doen.

Wij kunnen terugkijken op een goed jaar, zoals u dat verder in dit verslag kunt lezen.

Wij wensen u veel leesplezier en laat ons weten wat u er van vindt.

Hank Peters, voorzitter



Doe-koffer



Het leenmannenregister

Algemene informatie



Ons museum wordt bestuurd door twee stichtingen. Gezamenlijk zorgen ze voor een zo'n goed mogelijk perspectief en voortbestaan van ons museum.

1- De stichting tot Beheer en Behoud Collectie Brands (BCB). Deze stichting is eigenaar van de gebouwen, de terreinen en de collectie.

2- De stichting Nieuw-Dordrecht Historisch Cultureel Brands (NDHCB). Deze stichting exploiteert het museum en huurt het gebouw van de BCB.

De besturen kenden in 2018 de volgende samenstelling:

Stichting tot Beheer en Behoud Collectie Brands:

M.A.W. (Michiel) Gerding, voorzitter

G.J. (Gerhard) Vedder, secretaris

J. (Jan) Haak, penningmeester

F. (Fred) Sieders, bestuurslid

J.B. (Hank) Peters, bestuurslid



Stichting Nieuw-Dordrecht Historisch Cultureel Brands:

J.B. (Hank) Peters, voorzitter

G.J. (Gerhard) Vedder, secretaris

J. (Jan) Haak, penningmeester

Mw. I. (Ina) Otten, bestuurslid

Adviseurs:

H. (Harm) Brummel

G. (Gezienes) Evenhuis

W. (Wim) Hassink



De beide besturen hebben drie keer gezamenlijk vergaderd.

Het bestuur van de stichting Nieuw-Dordrecht Historisch Cultureel Brands heeft zeven keer afzonderlijk vergaderd.

Museum Collectie Brands past de Governance Code Cultuur toe en is een ANBI-instelling.

Kerngegevens

- Officiële start van Collectie Brands: 17 november 2011.
- Stichting Nieuw-Dordrecht Historisch Cultureel Brands is een ANBI-instelling vanaf 1 januari 2008 RSIN nummer 816.082.649.
- Stichting tot Behoud van de culturele en historische collectie Brands is een ANBI-instelling vanaf 1 januari 2009 RSIN 816.082.455.
- Collectie Brands een gecertificeerd museum en opgenomen in het Nederlands Museumregister van 5 juni 2015 tot 5 juni 2020.
- Ons museum hanteert sinds 2016 de Governance Code Cultuur als uitgangspunt voor de inrichting en het functioneren van haar organisatie.

Samenwerking

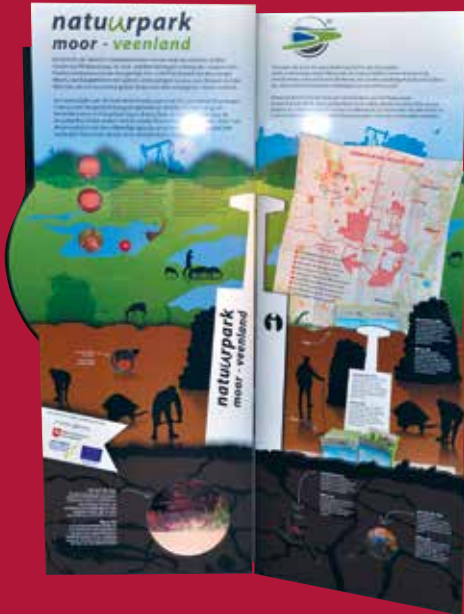
Lokaal en regionaal

Lokaal werkt ons museum samen in het ErfgoedNetwerk Emmen, waarin ook bestuurlijk wordt geparticipeerd. Doelstelling is bij te dragen aan een sterk cultureel veld en erfgoedveld in Emmen.

In het bijzonder werken we veel samen met het Harmonium Museum, het Zandstrooimuseum in Schoonebeek en het toekomstige Pastoor Janningmuseum in Nieuw-Schoonebeek.

Verder participeert ons museum in de Stichting Veenland.

In provinciaal verband werken we samen in het Platform Drentse Musea.



Internationaal

Ons museum participeert in het verband van Natuurpark Moor en is een van de zogenaamde Moorpforten en een informatiepunt.

Informatie-element Natuurpark Moor in ons museum

We werken veel samen met Schloss Clemenswerth, het Emsland Moormuseum in Geeste, het Emslandmuseum in Lingen en het Klooster Ter Apel.

In het kader van het Project Grenzkultur (EDR) voeren we een aantal projecten uit, onder meer met de Heimatverein Lohn.

Ons museum onderhoudt contacten met de Staatsbibliotheek Berlijn en de ST. Andrew University in Edinburgh.



De samenwerking tussen Schloss Clemenswerth, Emslandmuseum Lingen, Klooster Ter Apel, Moormuseum en Museum Collectie Brands wordt bekrachtigd. De eerste activiteit was een gezamenlijke MuseumTour. Vanaf links: Michael Haverkamp van het Moormuseum in Geeste, Oliver Fok van Schloss Clemenswerth, Hank Peters van Museum Collectie Brands, Margriet van Klinken van Klooster Ter Apel en Andres Eijnck van Emslandmuseum Lingen.

Evenementen / activiteiten / tentoonstellingen

26 april 2018 - Persconferentie toekenning subsidie van de gemeente Emmen om te kunnen professionaliseren | gemeentehuis Emmen

Wethouder Robert Kleine van cultuur maakte tegenover enkele verslaggevers bekend dat Museum Collectie Brands en Loods 13 voor een periode van vier jaar subsidie ontvangen van de gemeente. Voorzitter Hank Peters en Marianne Bakker waren hierbij aanwezig.

2 juli 2018 - Bekendmaking uitslag Rabobank Clubkascampagne in het ATLAS theater Emmen

Leden van de Rabobank Emmen-Coevorden konden door te stemmen in de periode 31 mei tot en met 13 juni bepalen hoe een bedrag van € 100.000,- onder diverse lokale verenigingen en stichtingen moest worden verdeeld. Museum Collectie Brands kreeg 92 stemmen, waardoor de voorzitter en PR & Communicatiemedewerker een cheque van € 791,20 mee naar huis konden nemen. De grootte van het bedrag was een totale verrassing, want hoewel er via de website en social media reclame was gemaakt, was de Rabobank Clubkas Campagne (RCC) voor ons een nieuw fenomeen.



5 juli 2018 - Bus tour | Museum Collectie Brands

Een aantal bewoners van zorgcentra van de Treant Zorggroep en Zorggroep Tangenborgh kwam met drie touringcars en twee kleine taxibusjes bij het museum langs. Omdat zij die dag verscheidene locaties aandeden, was er geen tijd om de bus te verlaten, dus togen onze gidsen Roelof Snijders en Frans Redder met enkele voorwerpen de bussen in. Dat waren voorwerpen, gerelateerd aan enkele oude beroepen. De presentatie werd zeer op prijs gesteld.

27 juli 2018 - Stempelpost Drentse Fiets4Daagse | Museum Collectie Brands

In 2018 mocht Museum Collectie Brands een stempelpost voor de Fiets4Daagse verzorgen. Op een zeer warme zomerdag deden uiteindelijk ruim 700 deelnemers het museum aan. De organisatie en ook evaluatie was in handen van Ineke Hoogland-Foppen.



29 juli 2018 - Zomermarkt | Koffie- en Theeschenkerij De Groene Trambrug Klazienaveen

Via Facebook ontvingen we een aankondiging van de Zomermarkt. Daarop werd actie ondernomen en konden wij nog in de markt worden ingepast. Het was een succesvolle dag met veel gesprekken.

24 augustus 2018 - Bohemian Fair | Camping Het Heerenhof Nieuw-Dordrecht

Op uitnodiging van de lokale campinghouder was Museum Collectie Brands met een marktkraam op de Bohemian Fair vertegenwoordigd. De opkomst van de fair was mager.

1 & 2 september 2018 - Middeleeuws Ter Apel | Klooster Ter Apel

Partnermuseum Klooster Ter Apel nodigde ons en enkele andere collega's uit om tijdens het twee dagen durende evenement 'Middeleeuws Ter Apel' een marktkraam te verzorgen. Op deze uitnodiging zijn we uiteraard ingegaan. Het was tevens de eerste werkdag van de nieuwe conservator, Hilde van den Berg.



8 september 2018 - Uitmarkt Emmen | Rensenpark

Museum Collectie Brands was tijdens de Uitmarkt samen met enkele andere lokale collega musea/instellingen met een marktkraam vertegenwoordigd op het speciaal ingerichte Erfgoedplein.

8 & 9 september 2018 - Open Monumentendagen 2018 | Museum Collectie Brands

Gezien een krappe voorbereidingsperiode werden er tijdens de Open Monumentendagen geen extra activiteiten binnen het museum georganiseerd. Wel werd bezoekers € 2,- korting op de entreprijs geboden. We organiseerden nog een kleine mini-expositie met boeken, gerelateerd aan het Open Monumentendagthema 'Europa'; dit was in de bibliotheek gerealiseerd.

16 september 2018 - Aftrap Grenzkultur tijdens Rheder Markt | Rhede (Duitsland)

Grenzkultur is een samenwerkingsproject tussen Nederlandse en Duitse erfgoedinstellingen in de Ems-Dollardregio. De projectleiding is in handen van de Provincie Drenthe en de Emsländische Landschaft. Ons museum zal aan drie projecten deelnemen, nl. Tod und Trauer, Internationale reiskoffer en Industrieel Erfgoed. De organisatie en uitvoering van de projecten vindt vooral in 2019 plaats.



17 september 2018 - Gastgebertag Natuurpark Moor-Veenland

Op uitnodiging van het Natuurpark Moor Veenland, waarvan Museum Collectie Brands tot een van de zogenoemde Veenpoorten behoort, togen enkele vrijwilligers en medewerkers naar de Gastgebertag. Een excursie voerde langs diverse attracties in de regio, wat erg interessant was. Het was een ideale netwerkmogelijkheid.

29 september 2018 - Bezoek van Jetta Klijnsma, commissaris van de Koning in Drenthe, aan Museum Collectie Brands

Naar aanleiding van het initiatief 'Tip de Commissaris', bracht Jetta Klijnsma een werkbezoek aan het museum. Zij was in het gezelschap van haar echtgenoot en Theo Claas van de Provincie Drenthe. Na een ontvangst met koffie en lekkers volgde er een korte rondgang door het museum. Haar bezoek werd afgesloten met een gezamenlijke lunch. De commissaris van de Koning was bijzonder enthousiast over ons museum en complimenteerde ons met de organisatie van die dag. Zij vertrok dan ook iets later van ons museum dan gepland.

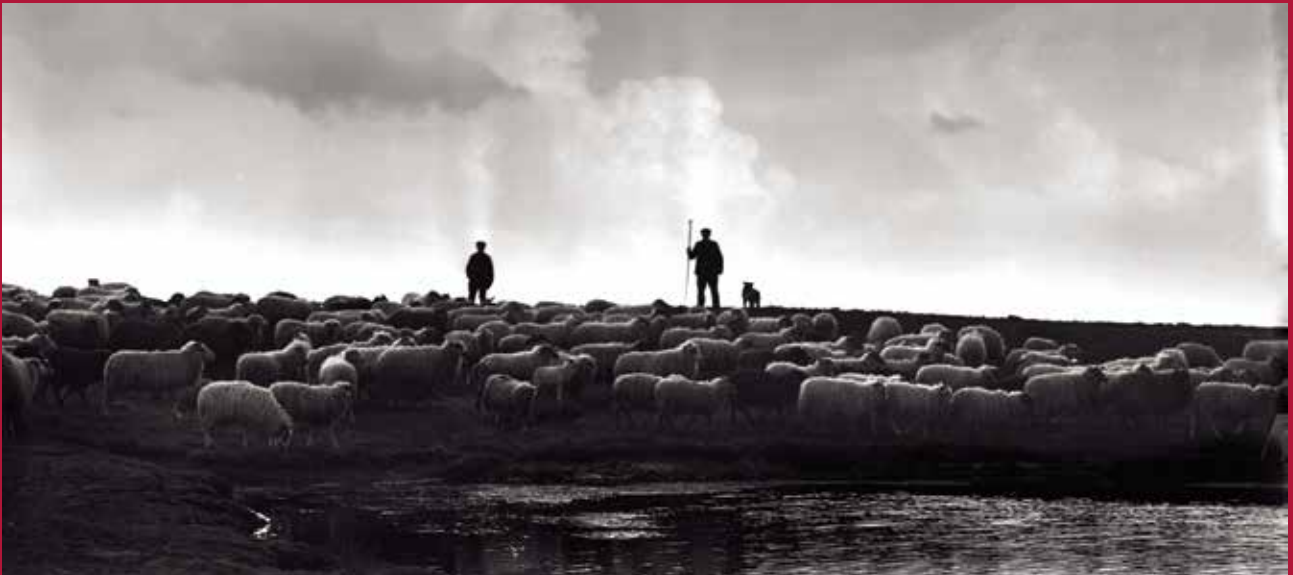
Jetta Klijnsma, commissaris van de Koning in Drenthe, op bezoek

7 oktober 2018 - Bewonersbijeenkomst | Museum Collectie Brands

Op zondag 7 oktober werd een eerste bewonersbijeenkomst voor inwoners van Nieuw-Dordrecht georganiseerd. In de *Dorpskrant* was een uitnodiging geplaatst en er waren affiches in het dorps huis, cafetaria 't Kruuspunt en in de dorps supermarkt COOP Van der Weide opgehangen. De opkomst was helaas ronduit slecht te noemen. Slechts drie personen bezochten deze bijeenkomst (onder wie de redacteur van de dorpskrant). Er kan dan ook geconcludeerd worden dat de inwoners van Nieuw-Dordrecht zich niet verbonden voelen met het museum. Ondanks de zeer lage opkomst gaven Marianne Bakker (medewerker PR & Communicatie) en Gerhard Vedder (bestuurslid; secretaris) een korte presentatie, waarin de visie van het museum centraal stond.

21 oktober - Sluiting duo-tentoonstelling in samenwerking met het Emsland Moormuseum, Geeste (Duitsland)

Op uitnodiging van het Duitse partnermuseum het Emsland Moormuseum in Geeste waren voorzitter Hank Peters, secretaris Gerhard Vedder, conservator Hilde van den Berg en Public Relations & Communicatiemedewerker Marianne Bakker aanwezig bij de afsluiting van de dubbeltentoonstelling 'Bilder des Emslandes' met foto's van Hermann Reichling en 'Onder de zwarte doek' met foto's van Jan Oosting. Michiel Gerding, provinciaal historicus en bestuurslid bij de BCB-stichting van Collectie Brands, verzorgde die middag een korte lezing over de eerste bewoners en arbeiders in het veen in en rondom Emmen.



Met de schaapskudde bij een veenplas. Een foto van een glasnegatief uit de collectie van Jan Oosting.



Een molen met de molenaarswoning in Zuidoost-Drenthe. Foto van een glasnegatief uit de collectie van Jan Oosting.

30 oktober - Najaarsbijeenkomst Marketing Drenthe 'Drenthe een sterk merk' | Hof van Saksen Nooitgedacht

Onze organisatie nam deel aan deze bijeenkomst. Na een inleidende presentatie van Astrid Crum van Marketing Drenthe volgde een zeer inspirerende presentatie over marketing, met name de positionering van een merk, door Marc van Eck van Business Openers. De dag eindigde met een workshop, waarbij in groepjes werd gediscussieerd over het merk Drenthe en 'Oerdrenthe'. Een mooie gelegenheid om te netwerken.



13 & 14 oktober + 20 & 21 oktober + 27 & 28 oktober - Oktobermaand Kindermaand 'Maak je eigen museumschat' | Museum Collectie Brands
Gratis knutselactiviteit voor kinderen, georganiseerd door educatief medewerker Ria Wolbers.

12 november - Zevende Drentse Museumcongres in het teken van 'Storytelling' door het Platform Drentse Musea | ATLAS Theater Emmen

Een delegatie, bestaande uit Hilde van den Berg (conservator), Ria Wolbers (educatie en receptie), Alexandra Berends (receptie) en Marianne Bakker (Public Relations & Communicatie) woonde het congres bij. Er waren diverse sprekers, onder wie Harry Tupan van het Drents Museum en Corine van Impelen van Naturalis, die elk hun eigen visie gaven op storytelling. Daarnaast waren er nog drie workshops, die met wisselend enthousiasme werden ontvangen. Natuurlijk was er ook de gelegenheid om te netwerken.

24 november 2018 - Winterfair | Woonwijkcentrum De Holdert Emmen Museum Collectie Brands was met een kleine groep vrijwilligers aanwezig op de Winterfair. Enkele voorwerpen uit het museum werden meegenomen om aan het publiek te tonen. De uitvoering lag in handen van Ger Musch (publieksparticipatie, acquisitie en educatie).



25 november 2018 - Donateursdag | Museum Collectie Brands

Voor ons museum zijn sponsors en donateurs belangrijk. Brede betrokkenheid en financiële steun helpen het perspectief van het museum te versterken. Daarom was er in 2018 voor het eerst een donateursdag. Het museum heeft momenteel ruim 80 donateurs. Alle donateurs werden door middel van een brief uitgenodigd. Er meldden zich 27 personen, van wie er achttien donateur (donateurs mochten één introductie meebrengen) waren. Voor de donateursdag was een programma ontwikkeld, waarin de voorzitter Hank Peters een doorkijk gaf naar de toekomst, conservator Hilde van den Berg een voorproefje gaf van komende exposities en Public Relations & Communicatiemedewerker Marianne Bakker een tip van de sluier van het jaarprogramma voor 2019 oplichtte. Daarnaast was er een voorvertoning van het toverlantaarnprogramma van Gekleurd Grijs (een jaarlijks terugkerende activiteit van een maand is gericht op senioren om deel te nemen aan culturele en creatieve activiteiten in Drenthe). Het programma werd met veel belevingsrijke gepresenteerd door educatief medewerker Ria Wolbers. Jaap Blok (team collectie en exposities) zorgde met zijn gitaarmuziek voor de muzikale omlijsting.



Beelden, gekregen van prof. dr. H.J. Prakke: de krantenlezer, voorstudie door Titus Leeser (1903-1996), de flaneur, voorstudie door Theo van der Nahmer (1917-1989), de advocaat (onbekende kunstenaar) en de nozem (onbekende kunstenaar). De beelden stonden in de tuin van de woning van Prakke, de Prakkehof in Meppen.



Public Relations, Marketing en Communicatie

In het businessplan 2018 -2021 hebben we aangegeven veel te gaan doen aan het vergroten van onze naamsbekendheid en het versterken van ons imago van museum met een onverwacht grote en gevarieerde collectie (een boekencollectie van meer dan 16.000 titels) en met een belangrijke cultuur-historische waarde. Onze collectie is thematisch sterk door haar waardevolle omvang en grote samenhang.

In 2018 is er dan ook heel veel gebeurd op het gebied van Public Relations & Communicatie. In de eerste plaats door de aanstelling van Marianne Bakker als Public Relations & Communicatiemedewerker met ingang van 14 mei 2018. Ook werd er in 2018 voor het eerst een jaarprogramma geïntroduceerd, werd er een nieuwe tentoonstelling gepresenteerd, een nieuw arrangement ontwikkeld (het arrangement Nostalgie, dat de entree, koffie of thee en een rondleiding door een gids inhoudt) en werd een nieuw onderwijsproject gelanceerd. Om meer verbondenheid met de 'achterban' te bewerkstelligen werd een dorpsbewonersbijeenkomst alsook een donateursdag georganiseerd. Gedurende het hele jaar is de lokale pers actief benaderd en zijn, met name in de zomerperiode, verscheidene advertenties in verschillende toeristische kranten geplaatst.

Geconcludeerd kan worden dat er in 2018 grote stappen zijn gezet, maar dat er nog voldoende werk in het verschiet ligt.

Alles zal op alles moeten worden gezet om de naamsbekendheid te vergroten en de bezoeker te laten weten dat ons museum zeer de moeite waard is.



Jaarprogramma

We hebben dit jaar voor het eerst een jaarprogramma met diverse lezingen en muzikale optredens geïntroduceerd met de intentie dit een vast onderdeel te laten worden van onze museale activiteiten.

Er is veel aandacht besteed aan de promotie van de activiteiten van het jaarprogramma door middel van flyers, affiches, het gebruik van social media en van persberichten. Voor de verdere uitvoering van het jaarprogramma vervulden enkele vrijwilligers de rol van gastvrouw (Ria Wolbers & Karin Bakker).

De volgende activiteiten werden gehouden: een lezing over Oud Emmen door Johan Withaar; tweemaal een 'Liedtiesmiddag', 'Verhalen en liedjes' door Jans Polling en Isa Zwart; een streektaalmiddag met poëzie, verhalen en liedjes verzorgd door Marga Kool, Jan Veenstra en Egbert Meijers; een lezing in het kader van Gekleurd Grijs over de Tweede Wereldoorlog rond Nieuw-Dordrecht door Ria Wolbers en de stichting RAF Monument Nieuw-Dordrecht; een kleinkunstmiddag 'Import Drenten' door Duo 2Voudt (Rob Wilhelm en Eddy Zinnemers). De activiteiten van het jaarprogramma werden door 354 mensen bezocht.



Externe Nieuwsbrief

Het verschijnen van een externe nieuwsbrief was een langgekoesterde wens. In januari 2018 verscheen eindelijk de eerste nieuwsbrief. Hierin werd informatie gegeven over geplande activiteiten, de collectie en het reilen en zeilen binnen het museum. De redactie van de externe nieuwsbrief is in handen van de PR & Communicatie medewerker, zo ook de mailingcampagne. Donateurs, bestuursleden, medewerkers en diverse (museum)partners ontvangen de nieuwsbrief elk kwartaal. Daarnaast is eenmalig door middel van een massamailing de eerste uitgave van de nieuwsbrief naar circa 1.400 personen en instellingen verzonden. Naar aanleiding van deze mailing heeft een klein aantal mensen zich aangemeld voor de nieuwsbrief. Ook via een enquête heeft een aantal mensen zich voor de nieuwsbrief opgegeven. Helaas heeft de nieuwsbrief een aantal van hen niet bereikt, omdat hun e-mailadres onmogelijk was te achterhalen vanwege een onleesbaar handschrift.

Gemiddeld genomen over 2018 hebben zo'n 300 mensen (de eerste massamailing buiten beschouwing gelaten) elk kwartaal de externe nieuwsbrief ontvangen.



Huisstijl

Toen begin 2018 het jaarprogramma-affiche met de kleurrijke verfstrepen werd gepresenteerd, stelde de voorzitter voor om dit tot huisstijl te maken. De verfstrepen zijn vanaf toen ook verwerkt in de externe nieuwsbrief. In 2019 zal de huisstijl verder worden doorgevoerd.

Begin 2018 werd ook het nieuwe beeldmerk met de persona's Jans en Eempie naar ontwerp van Marloes de Vries onthuld. Dit beeldmerk is gedurende heel 2018 gebruikt voor diverse promotionele ontwerpen.

Het meest in het oog springend is het fotobord. Bezoekers kunnen zich voor dit bord staande laten fotograferen. Helaas was het noodzakelijk het fotobord eind 2018 van het museumterrein te verwijderen, omdat het (vermoedelijk) ten prooi is gevallen aan vandalen. Uiteraard zal het fotobord worden teruggeplaatst.

In juli 2018 werd een nieuwe algemene folder geïntroduceerd. Deze folder verschilt aanzienlijk van de oude folder: minder tekst en meer aansprekende foto's. Vanaf de zomer is een begin gemaakt met de folderverspreiding.

Vanaf 2018 zijn er nieuwe donateurspassen in gebruik. Daarnaast zijn er museumpassen ontwikkeld met als doel deze onder andere aan sponsors te verstrekken.

In het museumcafé werd een verrijdbare tv-toestel geplaatst. Dit wordt vooral gebruikt voor een doorlopende diavoorstelling. Ook kan het bij vergaderarrangementen worden gebruikt.

Media

Ons museum heeft in 2018 diverse advertenties in verschillende toeristische kranten/boekjes geplaatst, onder andere in *Museum Magazine 2018/2019*, *Recreatiekrant Groningen & Drenthe*, *Recreatiewijzer Groningen & Drenthe*, *Recreatiekrant Drenthe*, *Natuurlijk Midden-Drenthe*, *Herfstvakantiekrant en Erleb Drenthe*. Ook hebben we ons mogen verheugen in veel aandacht van RTV Drenthe in TV- en radio-uitzendingen en op de website over een schenking van een oude begrafenisdraagbaar, over de tentoonstelling 'Paradepaardjes van Industrieel Erfgoed', meer ondersteuning voor kleine musea, de toekenning van

*Hilde van den Berg en
Marianne Bakker*



subsidie door de gemeente Emmen, museumverhalen, de nieuwe conservator en Public Relationsmedewerker en Museum TV voor kleinere musea. Aandacht hebben we ook gehad van het *Dagblad van het Noorden*, van *Emmen.nu*, de *Zuidoosthoeker*, de *Zuidenvelder*, de *Dorpskrant Klazienaveen*, de *Regiokrant*, van *Klazienaveen24.nl*, van *Klazienaveenlokaal.nl* en van *De Nieuwe Dordtenaar*.

museum ▶ tv

Museum TV

Door het Platform Drentse Musea werden wij aangewezen om mee te doen met het Museum-TV-project in Drenthe. Aangezien de provincie Drenthe dit project subsidieerde, bedroegen de kosten voor deelname slechts € 500,-. Deelname aan dit project werd als een buitenkans beschouwd, aangezien de kosten voor professionele filmopnamen normaal gesproken in de duizenden euro's lopen. Op 11 juni vonden de opnames in het museum plaats. Public Relations & Communicatiemedewerker Marianne Bakker en museumgids Roelof Snijders waren de twee aangewezen personen om voor de camera te verschijnen. Voorafgaand aan de opnamen heeft de Public Relations & Communicatiemedewerker in overleg met regisseur Sjaan Steinmetz het script opgesteld.



*Regisseur Sjaan
Steinmetz in gesprek
met Marianne Bakker*

*Opnamen Museum TV
met gids Roelof Snijder
in woonhuis Jans Brands*



Onze deelname aan het Museum-TV-project heeft geresulteerd in een aantal video's:

- Promotietrailer van ca. 1 minuut.
- Mini-documentaire van ca. 7 minuten.
- Drie social bites van ca. 10 seconden speciaal voor de social media.

Museum Collectie Brands heeft de filmpjes in eigen beheer gekregen. Ook zijn de filmpjes te zien op de Museum-TV-website en op hun KPN tv-kanaal. Het was zeer inspirerend om mee te maken hoe de filmopnamen werden gemaakt. Dit biedt inspiratie om in de toekomst zelf nog eens aan de slag te gaan met video.



Op initiatief van Friggo Visser van het Keramisch Museum Goedewaagen in Nieuw-Buinen werd er op 7 september een gezamenlijke presentatie van het Museum-TV-project in Drenthe georganiseerd. Alle mini-documentaires werden die dag achtereenvolgens getoond. Bij de presentatie waren medewerkers van de vijftien deelnemende musea, medewerkers van Museum-TV, enkele hoogwaardigheidsbekleders en ook de pers aanwezig.

De video's zijn ook in de toekomst te gebruiken, omdat bewust de keuze is gemaakt om in de video's voorwerpen te tonen, die tot de basiscollectie behoren. Onbekend is of onze deelname aan Museum-TV extra bezoekers naar het museum heeft getrokken.

Website

Het verbeteren van onze website www.collectie-brands.nl is een doorgaand proces.

Binnen de website hebben er verschillende veranderingen plaatsgevonden. Teksten en fotomateriaal zijn herzien en op de Duitse en Engelstalige pagina's is een korte tekst in de respectievelijke taal gerealiseerd. De logo's van diverse partners zijn nu ook duidelijk zichtbaar op de homepage. Ook worden de partners met enige toelichting op de pagina 'partners' genoemd. Vrijwel de belangrijkste verandering is dat de website van http op https (beveiligd) is overgegaan.



Sociale media

Dank zij het kunnen aantrekken van een Public Relations & Communicatiemedewerker kan intensiever aandacht worden besteed aan de sociale media, een van onze speerpunten in het businessplan. Met ingang van mei zijn we gestart om regelmatig berichten te plaatsen. Dat heeft geleid tot een toename van volgers met 27,4% en bij de vind-ik-leuk-pagina een toename met 26,86%.



Twitter

Op 28 juli 2018 is het Twitteraccount nieuw leven ingeblazen. Wekelijks zijn er berichten geplaatst. Eind augustus hebben wij ons aangesloten bij de beweging #collectievissen, een initiatief van Museummedia. Elke dinsdag wordt een nieuw weekthema bekend gemaakt, waarna door musea, culturele erfgoedinstellingen en particulieren naar bijzondere voorwerpen wordt 'gevist'. De Twitteraccounts 'Volg de museumwereld' en 'collectievissen' retweeten elke tweet met #collectievissen, wat het bereik van ons museum op Twitter aanzienlijk vergroot. Onze volgers alsook onze medewerkers beleven veel plezier aan het collectievissen.

Een overzicht van volgers:

1 januari 2018	377
31 december 2018	392
Toename:	3,98%

Opvallend is dat één tweet het wel heel goed deed, namelijk 2076 weergaven:



Instagram

Vanaf 5 december is het Instagramaccount opgepakt door de Public Relations & Communicatiemedewerker. Voor die tijd zijn door andere medewerkers heel af en toe foto's geplaatst op het Instagramaccount van Museum Collectie Brands. Ook hier is het streven om wekelijks te posten.

Volgers op instagram:

1 januari 2018: 614

31 december 2018: 619

Gemiddeld bereik: 93

YouTube

YouTube is nog niet actief opgepakt. Dit account bestaat al sinds 25 oktober 2011 en tot en met 2018 zijn hier heel sporadisch video's op geplaatst. In 2018 is enkel de Museum-TV-promotietrailer geplaatst. In 2019 zal het video-kanaal actief worden ingezet.



Wanneer de verschillende social mediakanalen met elkaar worden vergeleken is het opvallend dat zij elk hun eigen karakter hebben. Facebook heeft een vriendenkarakter en bereikt met name mensen in de regio. Twitter is daarentegen meer landelijk georiënteerd. Instagram is van een heel andere aard, het is een wereldwijd fenomeen. Onze Instagram volgers komen soms dan ook uit de meest onverwachte hoeken van de wereld. Hierbij zitten ook mensen die volgen om te volgen. Dit betekent dat het daadwerkelijke aantal volgers van Museum Collectie Brands aanzienlijk lager ligt. Al met al is het doel om ook in 2019 te blijven groeien op social media en nieuwe ontwikkelingen in de gaten te blijven houden.

Bezoekers

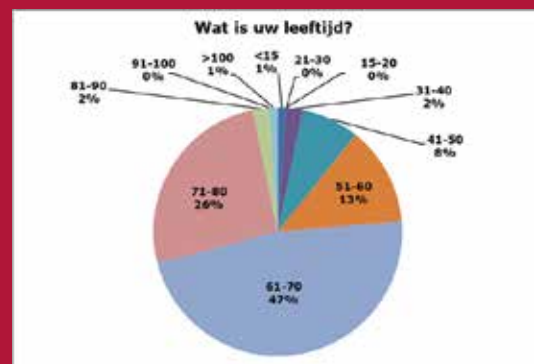
Het aantal bezoekers in 2018 bedroeg 3.819. Dat is een stijging van 40% ten opzichte van 2017.

Vanaf 2018 zijn we zeer actief om onze naamsbekendheid te vergroten, ons imago te verbeteren en de bijzondere collectie onder de aandacht te brengen en maximaal te ontsluiten voor bezoekers. De stijging in 2018 ten opzichte van het jaar daarvoor belooft onze inzet en aanpak.

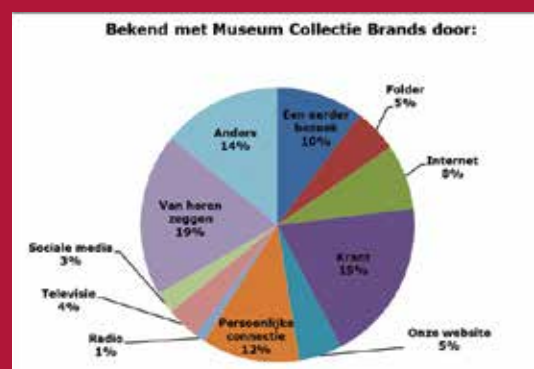
Om inzicht te krijgen in de waardering van onze bezoekers werd een bezoekersenquête gerealiseerd, zowel op papier als online. De papieren bezoekersenquête is over heel 2018 door 92 bezoekers ingevuld. Enkele bevindingen van de papieren enquête:



Boven: Deze grafiek geeft de herkomst van onze bezoekers, uitgesplitst naar provincies, weergegeven in percentages.



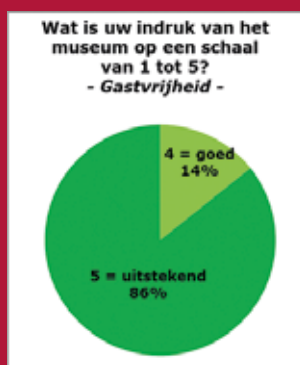
Rechtsboven: Leeftijd van bezoekers per leeftijdscategorie, weergegeven in percentages.



Rechts: Media waardoor bezoekers in aanraking met het museum zijn gekomen, zoals weergegeven in percentages.



Een groep dames geniet van een lunch in ons museum.



Twee derde van de bezoekers gaf aan, voorafgaand aan hun bezoek, bekend te zijn met Museum Collectie Brands. Deze vraag bleek echter gevoelig voor interpretatie. Sommige bezoekers hadden op een of andere manier wel eens gehoord van Museum Collectie Brands, maar gaven in de enquête aan van tevoren niet bekend te zijn met ons museum. Deze vraag was opgesteld met de gedachte dat mensen die via een van de genoemde kanalen van Museum Collectie Brands hadden gehoord tot de categorie 'ja, ik ben bekend met het museum' zouden behoren. De enquête is dus niet geheel representatief, maar dat is niet opzienbarend, gezien gevoelswaarden die naar kwantitatieve waarden worden vertaald. De enquête is inmiddels aangepast.

Uit de percentages blijkt dat de meeste bezoekers langs de traditionele weg bekend zijn geraakt met Museum Collectie Brands, met name door de krant en door mond-tot-mondreclame. Gezien de leeftijd van de bezoekers die het museum trekt, is het niet verwonderlijk dat de krant een belangrijk medium blijkt. Ook blijkt altijd maar weer dat mond-tot-mondreclame bijzonder belangrijk is, aangezien men eerder geneigd is op een bekende te vertrouwen dan op een marketingslogan. Opvallend is dat de social media slecht scoren in de enquête. Dit terwijl veel tijd in de verschillende social mediakanalen wordt gestoken. Ook hier zal de leeftijd van de geënquêteerden meespelen.

Verder hebben we gevraagd hoe men ons museum waardeert.

Onder de bezoekers is de algemene indruk van het museum goed te noemen. Tweederde van de bezoekers duidt ons als uitstekend aan en éénderde als goed. Echter, ten opzichte van de twee vorige grafieken die een hoge waardering ('uitstekend') op het persoonlijke vlak tonen, ligt de waardering van de algehele indruk wat lager. Dit zou mogelijk gerelateerd zijn aan de uitstraling van het museum zelf. Door de museumstukken beter neer te zetten, het museumcafé meer een gezellige ontmoetingsruimte te laten zijn en het buitenaanzicht van het museum aantrekkelijker te maken zou de score in de toekomst wellicht kunnen worden verbeterd.

Kwaliteit

Educatie

12 oktober 2018 – Officiële presentatie van 'Koffer vol spullegies' | Museum Collectie Brand

De 'Koffer vol spullegies' is een erfgoededucatieproject voor leerlingen van het basisonderwijs.

Ons motto: 'Wanneer de stap naar ons museum nog te groot is, dan komen we eerst naar de scholen toe.'

We ontwikkelden met financiële steun van Compenta, het Prins Bernhard Cultuurfonds en het stimuleringsfonds van de Rabobank vier leskoffers voor het basisonderwijs. Iedere koffer bevat een thema met objecten (replica's) uit onze collectie met lesbrief, film, presentaties en foto's, afhankelijk van de groep. Daarnaast wordt een zogenaamde doe-koffer aangeboden.

Eén koffer voor groep 1 en 2 met als thema speelgoed, de koffer voor groep 3 en 4 met het thema De Boerderij, voor groep 5 en 6 het thema Kleding en voor groep 7 en 8 het thema Industrialisatie. Het onderwijs kan de koffers lenen om in de lessen te gebruiken. Waar de ontwikkeling van de leskoffer in handen lag van de werkgroep educatie in samenwerking met onze externe professional Sabine van Wijk, was de medewerker Public Relations & Communicatie verantwoordelijk voor de organisatie van de dag waarop de officiële presentatie plaatsvond. Een datum werd geprikt, alle basisscholen in de gemeente Emmen werden per mail uitgenodigd. De aanmeldingen werden bijgehouden en Eddy Zinnemers (directeur van basisschool De Catamaran) werd gevraagd de eerste koffer in ontvangst te nemen. In overleg met Ria Wolbers en Sabine van Wijk werd een PowerPointpresentatie gerealiseerd.

Het was een geslaagde middag. Eén school boekte meteen al alle koffers en ook andere scholen waren enthousiast.

Ook was er belangstelling voor het overige onderwijsaanbod van Museum Collectie Brands. Jammer was wel dat de pers geen belangstelling toonde.



Collectie

Met het aantrekken van een conservator heeft ons museum de professionele capaciteit gekregen om te komen tot vaststelling van een museaal concept, een collectieplan en een tentoonstellingsplan. Dit zijn belangrijke basisdocumenten om de ontwikkeling en groei voor lange termijn te kunnen realiseren.

In 2018 heeft de verdere invoering van objecten in Mais Flexis, het systeem waarin de collectie wordt geregistreerd, plaatsgevonden. Extra aandacht is besteed aan de schilderijen en het servies met het Lange Lijs decor.

We mochten wederom een aantal objecten als schenkingen aanvaarden. Een deel van de schenkingen is getoetst aan het geactualiseerde en vastgestelde aannamebeleid d.d. 19 april 2018.

De schilderijen van Museum Collectie Brands zijn geïnventariseerd



Hendrik de Groot (1872-1967). Boerderij Masselink, 1941, olieverf, 40x30. Museum Collectie Brands.

en opgeslagen in Mais Flexis. Het gaat in totaal om 178 schilderijen. De schilderijen van de Drent Otto Drenth maken nu onderdeel uit van de voorraad in Nieuw-Dordrecht. De kwaliteit van de schilderijen en de lijsten is divers. Om de beschrijving van de schilderijen te voltooien moeten ze in het woonhuisgedeelte bij het museum en in het depot in Schoonebeek nog worden beschreven.



Tevens is het Lange Lijs servies, dat met de hand is beschilderd, beschreven. Van het Lange Lijs servies bestaat een aantal versies. Dat is ook hier het geval. Een aantal onderdelen van het servies is machinaal gemaakt; het gaat om 85 onderdelen.

Opnieuw zijn in 2018 objecten aangeboden. Na zorgvuldige afweging zijn de volgende geaccepteerd:



- 1- Toverlantaarn met glasnegatieven.
- 2- Tien stuks Eagle zeep in originele verpakking.
- 3- Glas NIRA 25 jaar lidmaatschap van de personeelsvereniging.
- 4- Zwarte draagbaar, gemaakt in 1935. Geschonken door Begrafenis- en crematievereniging 'Eert uw dooden'.
- 5- Fietsbel Campanelclax, Brevetto Depositato.
- 6- Brandweeruniform met toebehoren, onder andere een aantekeningenboekje, dat toebehoorde aan J. Kuiper, brandweercommandant te Emmen.
- 7- Certificaat 'Adoptie graf op het Russisch Ereveld te Leusden', bijbehorende brief en het boek *Kind van het Ereveld*, schrijver Remco Reiding.
- 8- Beeldje 'Ambassador of Emmen nr. 63' van kunstenaar Willem Kind + doos en

certificaat 'The image of communication', geschonken door de gemeente Emmen.

9- Theelepeltje met afbeelding van de molen te Nieuw-Dordrecht 1855-1955.

10- Sigaren- en sigarettenhouder.

Jaarlijks ontvangen wij aanvragen van bezoekers om concrete informatie uit onze collectie (boeken, kranten, documenten e.d. te mogen ontvangen. Dit jaar zijn er per mail of telefonisch 23 concrete vragen binnengekomen, waaronder een vraag van het Gronings Museum naar een schilderij van Jan van der Zee: portret van Henk Prakke; een vraag van het Drents Archief over het galgenmaal; een middeleeuws manuscript; het RAF logboek van Stichting Day. De gemeente Emmen zoekt informatie over de Tabernakel van Weiteveen; twee aanvragen om informatie over Zuster Wesseling; informatie voor een project van K&C; informatie over vlasbewerking; info over de tien garven en diverse vragen over bepaalde families en plaatsen. We hebben deze vragen kunnen beantwoorden en de betreffende informatie kunnen geven.

Tentoonstellingen

Paradepaardjes van Industrieel Erfgoed 2 maart 2018 – 31 december 2018

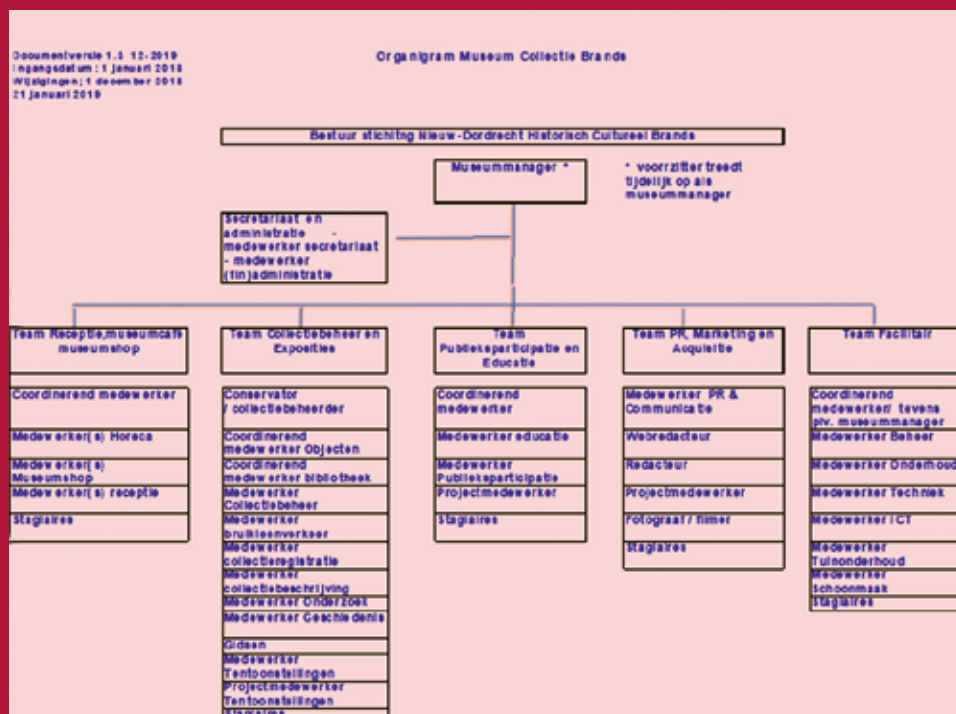
Ons museum zet zich in om het industrieel erfgoed van de gemeente Emmen op te sporen, te conserveren en te ontsluiten. De gemeente Emmen is de grootste industriestad in het noorden en herbergt heel veel industrieel erfgoed. De aanpak wordt succesvol wanneer ons museum, het bedrijfsleven en de gemeente Emmen hierin samenwerken. De tentoonstelling *Paradepaardjes van Industrieel Erfgoed* in Emmen over de NIRA en later Ericsson is de eerste stap. De tentoonstelling werd op 2 maart 2018 geopend door de wethouder van cultuur Robert Kleine. In het kader van de opening overhandigde de wethouder een miniversie van het beeld 'The Ambassador of Emmen' van Willem Kind, waarvan het origineel voor het hoofgebouw van Ericsson in Stockholm staat.



Robert Kleine (links) en Hank Peters

Personeel en organisatie

Met ingang van 1 januari 2018 hebben wij onze organisatie opnieuw ingericht, overeenkomstig het volgende organogram.



In onze organisatie werkten in 2018 twee parttime professionele krachten en 46 vrijwillige medewerkers, onder wie een aantal medewerkers op werkontwikkelplekken via Menso en als stagiairs.

Ons museum besteedt veel aandacht aan het werven en behouden van vrijwilligers. Daarbij hanteren we als uitgangspunt dat de samenwerking plezierig





verloopt en het werk goed bevalt. Kwaliteit streven we na vanuit 'alles in één keer goed, zonder fouten en volgens afspraak'. Met deze handvatten kan onze organisatie groeien en worden ontwikkeld naar een semi-professioneel museum. Wij vinden het belangrijk om vrijwilligers en medewerkers goed te informeren, bij de organisatie te betrekken en de onderlinge samenwerking te bevorderen. Hiertoe werd op 2 november een vrijwilligersbijeenkomst georganiseerd. Voorzitter Hank Peters, Conservator Hilde van den Berg en Public Relations & Communicatiemedewerker Marianne Bakker verzorgden een gezamenlijke presentatie, waarbij is ingegaan op algemene museale zaken, toekomstplannen op het gebied van collectiebeheer en tentoonstellingen en de werkzaamheden op het gebied van Public Relations. Ook gaf educatief medewerker Ria Wolbers nog enige toelichting op het uitlenen van de leskoffers. De bijeenkomst werd zeer positief ontvangen en bracht ook veel enthousiasme bij de vrijwilligers teweeg. Iedereen kreeg zin om aan de slag te gaan.

De volgende activiteiten hebben verder plaatsgehad:

- 1- Een 'protocol aanname vrijwilligers' is vastgesteld, dat wordt aangestuurd en administratief verwerkt door de plv. museummanager.
- 2- In de wekelijkse stafbijeenkomst werden door de coördinerende teammedewerkers de werkzaamheden op elkaar afgestemd.
- 3- Er is uitvoering gegeven aan een verdere op- en uitbouw van de administratie.

Met ingang van 2018 is de financiële administratie ondergebracht bij het Leerbedrijf van het Drenthecollege (AKaDeCe). Ook hiermee geven wij invulling aan onze maatschappelijke functie. Intern is de administratie zodanig ingericht dat een goede aanlevering van de financiële administratie kan plaatsvinden. AKaDeCe zorgt voor kwartaalrapportages en jaarrekeningen.



Ondernemerschap

Ons museum wil zich ook gedragen als maatschappelijk ondernemer. Dat wil zeggen dat de afhankelijkheid van subsidies op termijn moet verminderen. Daarvoor in de plaats zullen inkomsten uit bezoekers, sponsors, donateurs, museumwinkel en dergelijke belangrijk bijdragen aan de exploitatie en bedrijfsvoering. Op weg daarnaartoe zijn echter investeringen nodig om tot een kwalitatief en professioneel museum te komen, dat daartoe in staat zal zijn.

Daarom zal in de komende jaren een aantal projecten worden uitgevoerd, dat de positie van het museum in de toekomst zal versterken.

Een museum zonder financiële steun van de overheid is echter niet realistisch. Dat houdt vooral ook verband met de mate waarin het maatschappelijk belang door de gemeente Emmen wordt gezien en onderkend om het museum in stand te houden en dat onderdeel moet blijven uitmaken van de basisvoorzieningen van een 100.000-plus-gemeente.



Projecten

In 2018 zijn de volgende projecten uitgevoerd, waarvan een aantal in 2019 doorlopen:

- 1- Reiskoffers voor het basis onderwijs.
- 2- Museum Tour in samenwerking met Schloss Clemenswerth, het Klooster Ter Apel, het Moormuseum Geeste en het Emslandmuseum Lingen.
- 3- Verbetering van de beveiliging en de alarmering.
- 4- ICT-project verbetering infrastructuur.
- 5- EDR-project Tod und Trauer in samenwerking met de Heimat Verein Lohn en het Emslandmuseum Lingen.
- 6- EDR-project de Internationale Reiskoffer in samenwerking met Schloss Clemenswerth en het Emslandmuseum Lingen.
- 7- EDR-project Industrieel Erfgoed in samenwerking met het Emslandmuseum Lingen.



Museumcafé

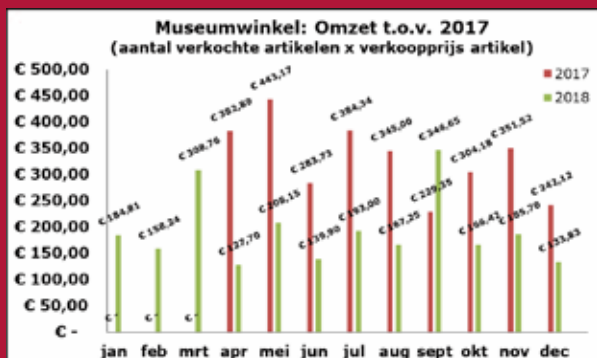
In 2018 zijn de faciliteiten van het museumcafé verder verbeterd, waardoor de gebruiksmogelijkheden worden vergroot. Een flexibele inrichting waarbij bezoekers zich thuis kunnen voelen, vergaderarrangementen, (familie)bijeenkomsten, activiteiten van het jaarprogramma en workshops kunnen hier plaatsvinden. Het museumcafé is regelmatig voor dergelijke activiteiten gebruikt. Daarbij kunnen ook lunches en buffetten worden georganiseerd in combinatie met rondleidingen in ons museum.



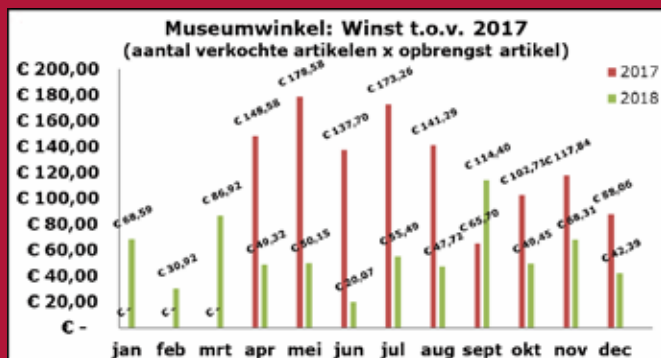
Museumwinkel

In het businessplan 2018-2021 is opgenomen dat naast het museumcafé ook omzetvermeerdering van de museumwinkel een belangrijk speerpunt is. In 2018 is daarom gekeken naar het bestaande assortiment. Aanpassing wat betreft de behoefte van de bezoeker is essentieel en zorgt ervoor dat een deel van het assortiment overeenstemt met de collectie van het museum. Ook de relatie met lopende tentoonstellingen is onderwerp van aandacht. Om die reden is dit jaar begonnen inzicht te krijgen in de wensen van de bezoeker.





Grafiek waarin de omzet in 2018 wordt weergegeven.



Grafiek waarin de nettowinst in 2018 wordt weergegeven.



Faciliteiten

Vanaf 2018 beschikt het museum over een buiten-terras aan de voorkant van het museum. In het museumcafé is een smart-TV met internet breed inzetbaar bij tentoonstellingen en vergader-arrangementen.

financiën

In dit jaarverslag worden geen cijfers opgenomen. De jaarrekening 2018 werd afzonderlijk opgesteld, waarna de vaststelling volgde. Als ANBI-instelling publiceren wij deze op onze website.

mei 2010



mei 2019

