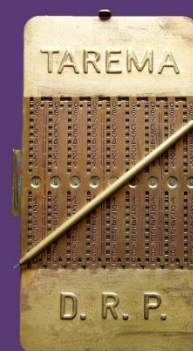
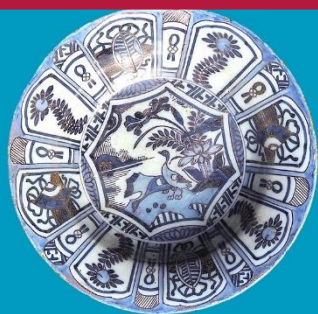
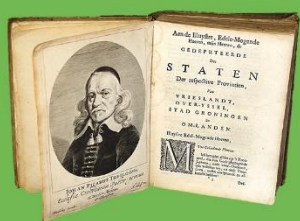


MUSEUM COLLECTIE BRANDS

JAARVERSLAG 2020



VOORWOORD

Voor u ligt het jaarverslag van Museum Collectie Brands over het jaar 2020. Het jaar waarin we op 1,5 meter afstand van elkaar moesten opereren en dat we elkaar lange tijd vooral via beeldschermen zagen. Kortom, het jaar 2020 was met afstand het vreemdste jaar ooit.

Door de ogen van de voorzitter

U begrijpt het al, een jaar dat alles anders heeft gemaakt als gevolg van de coronapandemie. Bestuurlijk was het vooral digitaal vergaderen, maar ook in de contacten met partners en andere partijen verliep alles voornamelijk digitaal. Bestuurlijk moesten we ook alert zijn op de maatregelen en gevolgen daarvan voor ons museum. De Museumvereniging zorgde echter ook voor regelmatige updates en protocollen die ons hielpen bij het openen en organiseren binnen ons museum.

Het past echter bij onze instelling en ambitie dat we toch actief geweest zijn om een positief vervolg te bewerkstelligen. Een groot deel van het jaar hadden we weliswaar geen bezoekers, boekingen van arrangementen en geen activiteiten. Wat minder inkomsten en daardoor een leeg museum als gevolg had. Echter, de maanden dat we door versoepelingen van de maatregelen open konden zijn, zijn door ons en de bezoekers zeer gewaardeerd.

In 2018 begonnen we met plannen maken voor de transformatie van onze bibliotheek annex studiezaal naar een open expositieruimte met veel mogelijkheden om thema's uit de collectie te wisselen. De oorspronkelijke bibliotheek bevatte zo'n 30.000 boeken en voor bezoekers was het, behalve de verbazing over de hoeveelheid, niet uitnodigend. Dankzij subsidies van het Leader pop3 programma Zuidoost Drenthe, Prins Bernard Cultuurfonds, VSB-fonds en Stichting Gravin van Bylandt zijn we in 2020 gestart met de uitvoering van deze transformatie die we in 2021 hopen af te ronden. Daarnaast is ook op andere gebieden toch nog veel gebeurd, variërend van collectiebeheer tot een nieuw depot.

Het jaarverslag geeft u inzicht in, en informatie over, het reilen en zeilen in ons museum, en is naar ik hoop gelijktijdig uitnodigend om ons (weer) te komen bezoeken.

Namens Museum Collectie Brands

Hank Peters, voorzitter

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	2
ALGEMENE INFORMATIE	4
KERNGEGEVENS	4
SAMENWERKING	5
COLLECTIE	7
Project herinrichting	7
Nieuw depot	8
Overige collectiebeheer werkzaamheden	8
EDUCATIE	9
ACTIVITEITEN.....	10
Tentoonstellingen.....	10
Digitaal	11
Overig	13
BEZOEKERS	14
Bezoekerscijfers	14
Over de bezoeker.....	15
ZICHTBAARHEID	16
Regionale media	16
Online bereik.....	17
FINANCIËN	18
ORGANISATIE	18
Organisatiestructuur	18
Medewerkers.....	18

ALGEMENE INFORMATIE

Ons museum wordt bestuurd door twee stichtingen. Gezamenlijk zorgen ze voor een lange termijnperspectief en het voortbestaan van het museum. De stichting tot Behoud van de cultuurhistorische Collectie Brands (BCB) is eigenaar van de gebouwen, de terreinen en de collectie. De stichting Nieuw-Dordrecht Historisch Cultureel Brands (NDHC) exploiteert het museum.

Het bestuur van de Stichting tot Behoud van de Culturele en Historische Collectie Brands kende in 2020 de volgende samenstelling:

M.A.W. (Michiel) Gerding, voorzitter en provinciaal historicus
J.B. (Hank) Peters, bestuurslid
G.J. (Gerhard) Vedder, secretaris
J. (Jan) Haak, penningmeester
J. (Jan) Brands, bestuurslid

Het bestuur van de Stichting Nieuw-Dordrecht Historisch en Cultureel Collectie Brands kende in 2020 de volgende samenstelling:

J.B. (Hank) Peters, voorzitter
I. (Ina) Otten, plaatsvervangend voorzitter
G.J. (Gerhard) Vedder, secretaris
J. (Jan) Haak, penningmeester
D. (Dinant) Dekker, bestuurslid
E. (Eric) Rougoor, bestuurslid

De beide besturen hebben in 2020 3 keer gezamenlijk vergaderd. Het bestuur van de stichting Nieuw-Dordrecht Historisch Cultureel Brands heeft 6 keer afzonderlijk vergaderd.

KERNGEGEVENS

- Officiële start van Museum Collectie Brands 17 november 2011.
- Stichting Nieuw-Dordrecht Historisch en Cultureel Collectie Brands is een ANBI-instelling vanaf 1 januari 2008. RSIN-nummer 816.082.649.
- Museum Collectie Brands is een gecertificeerd museum en opgenomen in het Nederlands Museumregister sinds 5 juni 2015.
- Museum Collectie Brands hanteert sinds 2016 de Governance Code Cultuur als uitgangspunt voor de inrichting en het functioneren van zijn organisatie.
- Museum Collectie Brands is een erkend leerbedrijf

SAMENWERKING

Dit jaar waren we meer dan ooit aangewezen op samenwerking. We prijzen ons dan ook bijzonder gelukkig met alle bedrijven, organisaties en personen die de handen met ons ineen hebben willen slaan. En dat is een flinke lijst...

In januari heeft *Fuhler Loon en Werkbedrijf* ons twee oude bouwunits geschonken welke op ons museumterrein zijn geplaatst. Vrijwilligers van ons team facilitair hebben hiervan een werkplaats gemaakt. In april hebben wij nog een unit mogen ontvangen. Ditmaal van *Brands Bouw*. Deze unit is eveneens door onze vrijwilligers onder handen genomen en tot kantoorunit verbouwd.

Een grote wens van Museum Collectie Brands is om in het centrum van Emmen een voorportaal naar het museum in Nieuw-Dordrecht te realiseren. In 2020 konden we hierop een voorproefje nemen door een pop-up museum in een leegstand winkelpand aan het Kerkpad te openen. Met dank aan *Aroundtown Management NL B.V.*, *Stichting PlanB Emmen* en *Alya en Dènis Assen* die ons aan ons tijdelijke onderkomen hebben geholpen.

De grote tentoonstelling van 2020 stond in het teken van 75 jaar vrijheid. Al in een vroeg stadium sloegen wij hiervoor de handen ineen met onze Duitse collega's van het *Emslandmuseum Lingen*. Niet voor het eerst overigens dat wij met het Emslandmuseum samenwerkten. Samen gaven we de tentoonstelling *Wat zou JIJ doen?* vorm. Daarbij werden we ondersteund met bijdragen van de *gemeente Emmen* en de *Emsländische Landschaft*. In de tentoonstelling stonden uiteenlopende verhalen van Nederlandse en Duitse personen ten tijde van de Tweede Wereldoorlog centraal. Een bijzonder verhaal was dat van de Emmense familie Postma. Met dank aan *Wiebe Postma* konden wij dit bijzondere familieverhaal vertellen. Tevens ook heel bijzonder was de medewerking van *de heer Kizewski*. Hij stelde de oorlogsmedailles van zijn vader, één van de Poolse soldaten die Zuidoost-Drenthe bevrijdde, beschikbaar. Daarnaast hebben nog vele andere personen en instellingen uit Nederland en Duitsland hun medewerking verleend.

Nog een andere samenwerking die in het teken van 75 jaar vrijheid stond, was de speciaal voor 4 mei opgenomen herdenkingsvideo. De video staat stil bij de geallieerde vliegers die tijdens de oorlog in Nieuw-Dordrecht en omgeving om het leven kwamen. Toen wij met het idee van een herdenkingsvideo kwamen, omdat dodenherdenking vanwege de coronamaatregelen niet op de gebruikelijke manier kon plaatsvinden, vonden wij *Jan Brinks* van *Stichting RAF Monument Nieuw-Dordrecht* bereid voor een interview. Daarnaast mochten wij van *Stichting Luchtoorlog Drenthe* foto's ontvangen van omgekomen vliegers.

Een nadelig gevolg van de coronapandemie was het verlies aan inkomsten. In plaats van stil te zitten, ondernamen wij actie. We spraken hiervoor ons netwerk aan en vonden meerdere personen bereid om een persoonlijke videoboodschap op te nemen waaronder gedeputeerde *Cees Bijl* en wethouder *Robert Kleine*.

Ook met onderwijsinstellingen is actief samengewerkt. Zo heeft een vijftiental studenten van *Hogeschool Windesheim Zwolle* drie nieuwe educatieve opdrachten voor het basisonderwijs ontwikkeld. Dankbaar zijn wij ook voor de *kinderen en hun ouders* die medewerking hebben verleend aan de tv-opnamen die RTV Drenthe over dit project heeft gemaakt. Een andere hogeschool waarmee samen is gewerkt is het *NHL Stenden Hogeschool Emmen*. Een groep van vijf studenten heeft voor het museum een marktonderzoek uitgevoerd en naar aanleiding hiervan een marketingadvies opgesteld.

Net als in voorgaande jaren, konden wij ook rekenen op de medewerking van de lokale journalistiek. Van artikelen tot live radio-interviews. Vooral met *RTV Drenthe* is intensief samengewerkt. Zo is Museum Collectie Brands voor het eerst in radiocommercials op radio Drenthe te horen geweest. In de tijd dat de coronamaatregelen versoepelden of verscherpten, stelde RTV Drenthe zich dusdanig flexibel op dat het uitzendschema van de commercials indien nodig aangepast konden worden.

Een ander mooi voorbeeld van internationale samenwerking, is dat met de *Cherry Foundation*. De Hongaarse uitwisselingsstudent *Máté Karl* onderzocht de ecologische voetafdruk van Museum Collectie Brands.

Dat ook het bedrijfsleven maatschappelijk verantwoord ondernemen in een hoog vaandel heeft, blijkt wel uit de *Prysmiangroup*. *VIP! Emmen* bracht ons in contact en in december kwam een groep werknemers van *Draka Prysmiangroup Emmen* vrijwilligerswerk in en rondom het museum doen. En dat is zo naar ieders zin geweest, dat ze in de toekomst graag nog eens komen helpen.

In 2020 mochten we ook zeer dankbaar zijn voor alle coronasteun die we van (lokale) overheden hebben mogen ontvangen. Daarbij ook de bijdrage van het *Kickstart Cultuurfonds* waardoor we spatschermen, vloerstickers en desinfectiemiddelen hebben kunnen aanschaffen.

En tot besluit zijn wij dankbaar voor vele bestaande en doorlopende samenwerkingsverbanden: Van Goede Grond, Natu(u)rpark Moor-Veenland, Geopark De Hondsrug, Platform Drentse Musea, ErfgoedNetwerk Emmen, Het Drentse Veenland, Museumvereniging, GrenzKultur, Stichting Dordse Kerk, Menso, Growing Emmen, Tourist Info Emmen, Stichting Marketing Regio Emmen, Ondernemend Emmen, Handelsonderneming Wever, X-Interactive en Speer Reclame Services.



COLLECTIE

Project herinrichting

Een project dat een groot deel van het jaar in beslag heeft genomen, is de herinrichting van museumbibliotheek tot Janny Jalving museumzaal. Middels de herinrichting kan een meer publieksvriendelijke presentatie van de collectie worden gerealiseerd. Daartoe is een grote metamorfose vereist.

Na een lang voorbereidingstraject werd op 1 april in een videovergadering officieel afgetrapt met de herinrichting. In de daaropvolgende maanden zijn duizenden boeken door de handen van onze vrijwilligers gegaan. Boeken en objecten die uit de stellingen werden gehaald en zorgvuldig in verhuisdozen gepakt. Daarna zijn ze met een bestelbusje naar het depot gebracht. Eenmaal in het depot zijn alle collectie-items in archiefkasten opgeborgen. Dit proces heeft zich meerdere keren herhaald.

Na het leegruimen van de museumbibliotheek zijn alle oude boekenstellingen weggehaald waarna de meubelmaker ingeschakeld kon worden. Prachtige wandmeubels zijn in plaats van de stellingen geplaatst en met de komst van nieuwe vitrines begon de Janny Jalving zaal langzaam vorm te krijgen. In 2021 zal worden begonnen met het herinrichten en voltooien van de museumzaal.



Dit project is mede mogelijk gemaakt door: Leader (Europees Landbouwfonds voor Plattelandsontwikkeling) Zuidoost-Drenthe, Samenwerkingsverband Noord-Nederland, VSB fonds, Prins Bernhard Cultuurfonds en Gravin van Bylandt Stichting.

Nieuw depot

Bijzonder blij zijn wij met ons nieuwe depot dat wij dit jaar in gebruik namen. Het biedt veel meer ruimte voor onze toch al grote en aldoor uitdijende collectie. Bovendien zijn bij de nieuwe locatie prachtige stellingen en paternosterkasten inbegrepen. Daarnaast kunnen op deze locatie ook werkruimtes worden ingericht waardoor objectregistratie ter plekke in het depot kan plaatsvinden. Echter, zullen deze werkplekken nog moeten worden ingericht. Een project dat we in 2021 zullen oppakken.



Overige collectiebeheer werkzaamheden

Ook in 2020 heeft het team Collectiebeheer & Exposities gewerkt aan het registreren en digitaliseren van de collectie. Hiervoor wordt gebruikt gemaakt van het overkoepelende platform hierkomjijweg.nl waarvoor Museum Collectie Brands keypartner is. De officiële lancering van de website zal in 2021 plaatsvinden.

Met dank aan een schenking van Mulder Schilders hebben wij enkele schitterende oude glas in lood en gezandstraalde ramen uit een voormalige landbouwschool aan onze collectie kunnen toevoegen. Momenteel worden ze gerestaureerd.

EDUCATIE

Drie groepen van in totaal 15 studenten van de lerarenopleiding van Hogeschool Windesheim Zwolle hebben elk een educatieve opdracht voor het basisonderwijs ontwikkeld. Zij lieten zich inspireren door onze uitgebreide collectie en kozen ervoor om voor de rode ladekast, het leenmannenregister en het thema dood en rouw lesmateriaal te ontwikkelen.

De opdracht rond de rode ladekast (waarin uiteenlopende kleine objecten uit de verzameling van Jans Brands zijn te vinden) is erop gericht om leerlingen te motiveren de lades open te trekken en zodoende de collectie te ontdekken. Door vragen goed te beantwoorden, vinden ze letters die samen een oplossing vormen. Bij de opdracht over het leenmannenregister is dit spelelement nog verder uitgewerkt. De kinderen moeten in teams, die dingspelen (voormalige rechtsgebieden in Drenthe) vertegenwoordigen, elkaar proberen uit te spelen. De inzet in dit geval zijn lolly's. Wie al zijn buit inzet op één kans, kan maar zo alles verliezen. Een thema als dood en rouw vraagt daarentegen een iets meer ingetogen aanpak. Aan de hand van een werkblad worden een aantal voorwerpen uit de funeraliacollectie met de kinderen besproken. Bijvoorbeeld een kistschroef. *Waarvoor dient deze?*



ACTIVITEITEN

Wat een jaar bomvol met activiteiten had moeten worden - met in het bijzonder veel aandacht voor 75 jaar vrijheid - werd een jaar waarin we vooral moesten kijken naar wat wél kon. Tentoonstellingsdata werden meermaals opgeschoven in afwachting van de besluiten van het kabinet. Ondertussen probeerden we digitaal zichtbaar te blijven en steun te werven voor ons museum. Helaas hebben we ervan af moeten zien om jaarprogramma-activiteiten te organiseren vanwege de beperkingen van de coronamaatregelen.

Tentoonstellingen



20 aug 2019 t/m 13 mrt 2020
Drenthe & De Gouden Eeuw



6 dec 2019 t/m 2 aug 2020
Drentse kunst
(kleine tentoonstelling)



17 nov 2019 t/m ??
Tod und Trauer
Locatie: Heimatverein Lohne (Duitsl.)



2 jun 2020 t/m 13 dec 2020
Wat zou JIJ doen? Persoonlijke verhalen langs de grens in oorlogstijd
Locatie: Museum Collectie Brands, Nieuw-Dordrecht



6 jun 2020 t/m 31 okt 2020
Wat zou JIJ doen? Persoonlijke verhalen langs de grens in oorlogstijd.
 Locatie: pop-up museum Emmen



1 dec 2020 t/m 13 dec 2020
Kerstkaarten tentoonstelling
 (kleine tentoonstelling)

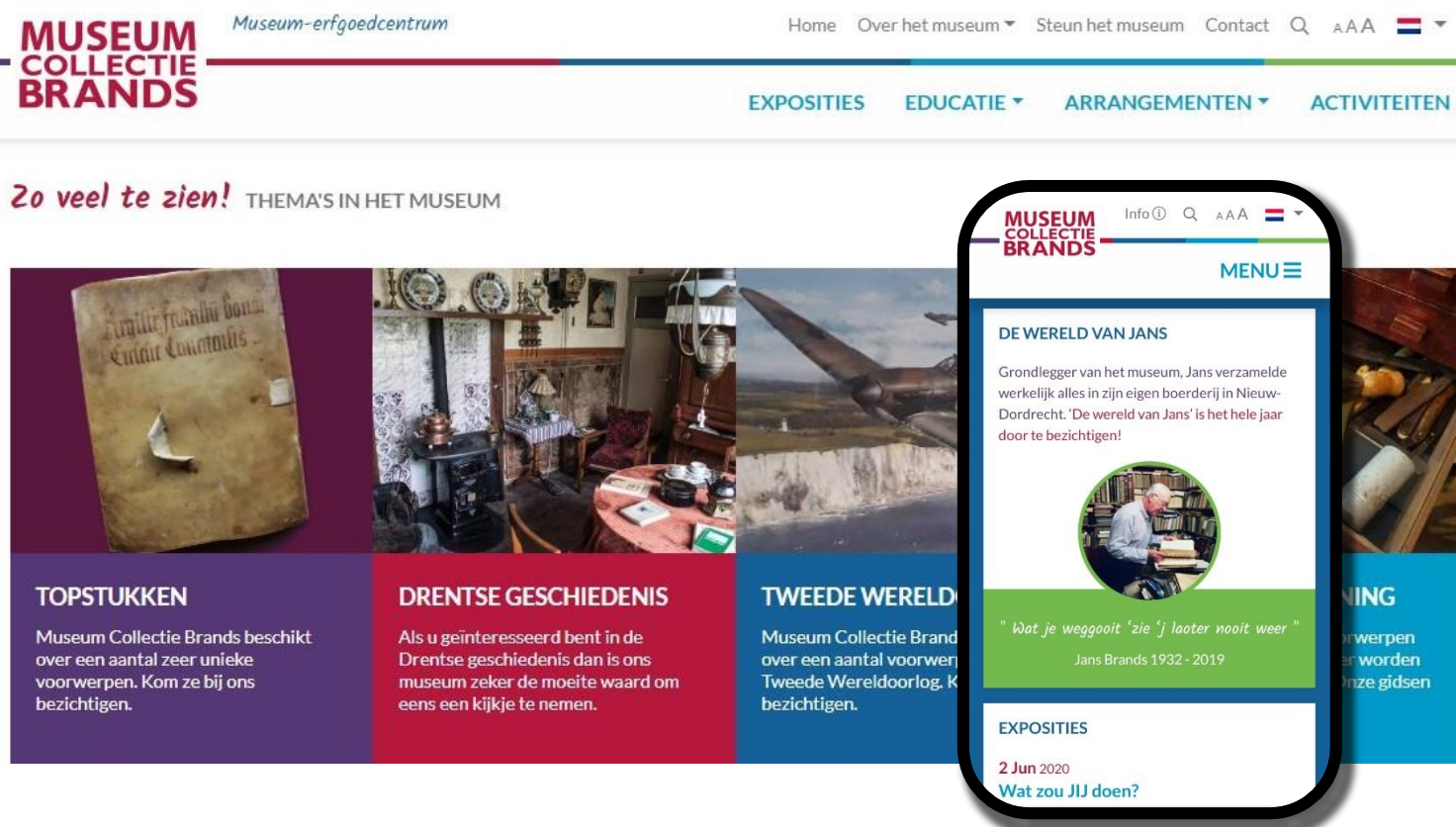
Digitaal

Voor het eerst namen we op digitale wijze deel aan de nationale museumweek. Ook gingen we zelf aan de slag met video. We namen video's op over diverse onderwerpen gerelateerd aan onze collectie: de Emslandkampen, het rariteitenkabinet en almanakken. De meest memorabele en impactvolle video was toch wel de herdenkingsvideo over omgekomen geallieerde WOII vliegers in Nieuw-Dordrecht en omgeving. Op 4 mei werd deze video op onze social media gepresenteerd. Vooral onder de inwoners van Nieuw-Dordrecht werd deze video met veel enthousiasme ontvangen. Ook maakte TripCell een mooie videoreportage van ons museum.



Gedurende de eerste lockdown werd al snel duidelijk dat de coronapandemie een grote weerslag op de inkomsten van het museum zou hebben. Daarom hebben we in juni een campagne gelanceerd om meer donateurs te werven. Middels een videoboodschap riepen bekenden en vrijwilligers van het museum op om Museum Collectie Brands te steunen. In december heeft voorzitter Hank Peters zijn dank naar onze donateurs uitgesproken in een speciale video, omdat we geen donateursbijeenkomst konden organiseren.

In 2019 waren al voorbereidingen getroffen om een nieuwe website te lanceren. Op 28 mei 2020 kon de geheel nieuwe website dan ook eindelijk in gebruik worden genomen. Een paar maanden later, in september, was Museum Collectie Brands nu ook op LinkedIn te vinden.



Daarnaast waren we als vertrouwd online actief met #collectievissen en is onze digitale nieuwsbrief drie keer uitgekomen.

Overig

In het coronajaar 2020 was de jaarlijkse Rabobank Clubsupport actie meer dan welkom. In september en oktober voerden we online campagne. Uiteindelijk mochten wij met dank aan de leden van Rabobank Emmen-Coevorden een cheque van €396,69 in ontvangst nemen. Waarvoor dank!

Al jaren doen wij mee met Oktober Kindermaand. Vanwege de coronapandemie besloten wij dit jaar echter geen speciale kinderactiviteit te organiseren. Daarentegen kregen kinderen gedurende de hele maand oktober gratis toegang tot het museum.



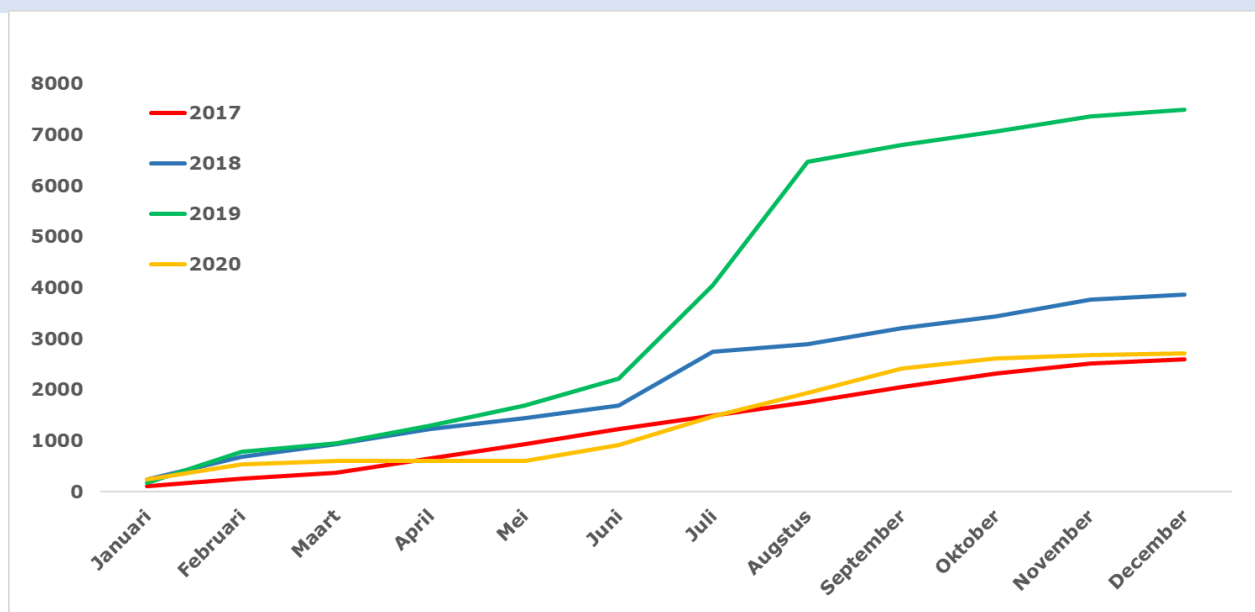
BEZOEKERS

Bezoekerscijfers

In 2019 behaalden we ons hoogste bezoekersaantal ooit. De teller stond aan het eind van het jaar op maar liefst 7488 bezoekers. Dit was mede te danken aan een succesvolle zomer met de Woodstock tentoonstelling in het Renssenpark in Emmen. Maar ook in onze thuisbasis in Nieuw-Dordrecht trokken we meer bezoekers dan in de jaren daarvoor. De verwachtingen voor 2020 waren dat we deze stijgende lijn konden doorzetten en zo onze doelstelling van 10.000 bezoekers in het jaar 2021 konden behalen. Echter gooide de coronapandemie al vrij vroeg in het jaar roet in het eten. Na de eerste lockdown keken we hoopvol vooruit naar de zomer. Zoals verwacht brachten vele Nederlanders hun vakantie door in eigen land en maakte Museum Collectie Brands ook een goede zomer door. Helaas was dit echter niet voldoende om de achterstand in bezoekersaantallen goed te maken. In het najaar volgden er nog twee lockdowns die hun weerslag hadden op de bezoekersaantallen (grafiek 1). Hierdoor belandden we met 2715 bezoekers weer terug op het niveau van enkele jaren geleden. Vergeleken met 2019 noteerden we een daling van maar liefst 64%.

Museum in lockdown 2020

Lockdown 1	13 maart t/m 1 juni
Lockdown 2	5 t/m 18 november
Lockdown 3	15 t/m 31 december (doorlopend tot in 2021)



Grafiek 1: Bezoekersaantallen 2017 t/m 2020

Over de bezoeker

Over het jaar 2020 is ook weer een bezoekersenquête afgenomen. Vanwege het lage bezoekersaantal als gevolg van de lockdown, is ook het aantal deelnemers aan de enquête laag. Het is daarom niet mogelijk om aan de hand hiervan sluitende conclusies te trekken, maar het lijkt er wel op dat het bezoekersbeeld van 2019 is gehandhaafd.

Het merendeel van onze bezoekers komt uit Drenthe en valt in de leeftijdscategorie 61 t/m 75 jaar (met een gemiddelde leeftijd van 64 jaar). Vaak zijn bezoekers ook in het bezit van een museumkaart. De bezoeker waardeert zijn of haar bezoek aan het museum gemiddeld met een 8,2.



ZICHTBAARHEID

Regionale media

In het jaar 2020 mocht Museum Collectie Brands gelukkig ook weer rekenen op de belangstelling van de regionale media. Variërend van artikelen tot live interviews op de radio. Het was tevens het jaar dat er voor het eerst een mediacampagne in samenwerking met RTV Drenthe is opgezet. Deze campagne bestond voornamelijk uit radiocommercials op radio Drenthe en een advertentie op de website van RTV Drenthe.

In augustus 2020 onderwierp het Dagblad van het Noorden Museum Collectie Brands aan een museumtest. Dit resulteerde in een uitgebreid artikel in de krant waarbij het museum goede rapportcijfers behaalde.

WEEKBLAD-DRENTHE zaterdag 8 augustus 2020

WEEKBLAD-DRENTHE zaterdag 8 augustus 2020

CULTUUR & MEDIA **53**

Grip krijgen op de chaos

Het Noorden telt tientallen bijzondere musea, klein en groot. Cultuurredacteurs leggen een aantal ervan langs de meetlat. Wat valt op? Wat valt tegen? Hoe doen ze het? Vandaag Museum Collectie Brands in Nieuw-Dordrecht.

Museumtest
In de regio
Drenthe
op zaterdag
8 augustus 2020

Museum Collectie Brands in Nieuw-Dordrecht.

Scores

Concept 9
Bizarre verzameling met objecten die je bijna verlamd mag aanraken

Tentoonstellingen 8
Indringende wisselexpositie vormt rustpunt na de georganiseerde chaos van *De wereld van Jans*

Route 7
In het oude woonhuis van Jans Brands is weinig manoeuvreerruimte, in het nieuwe deel voldoende

Belichting/inrichting 7
Combinatie van strak, modern deel en opgeruimde rommel in oude woonhuis; bibliotheek en museumtuin nog in ontwikkeling

Multimedia 8
Mooie website (met veel filmpjes waarin Jans Brands vertelt); fraaie, interactieve app waarmee je niet alleen extra informatie krijgt bij objecten, maar ook zelf kennis kunt toevoegen

Horeca 6
Ruim museumcafé (annex filmzaal) met beperkte kaart; cappuccino biedt ruimte voor verbetering

Museumwinkel 7
Wat moet je te koop aanbieden bij zo'n museum? Van alles en nog wat dus

Toegankelijkheid 7
Gratis parkeren bij museum, bushalte op 2 minuten lopen

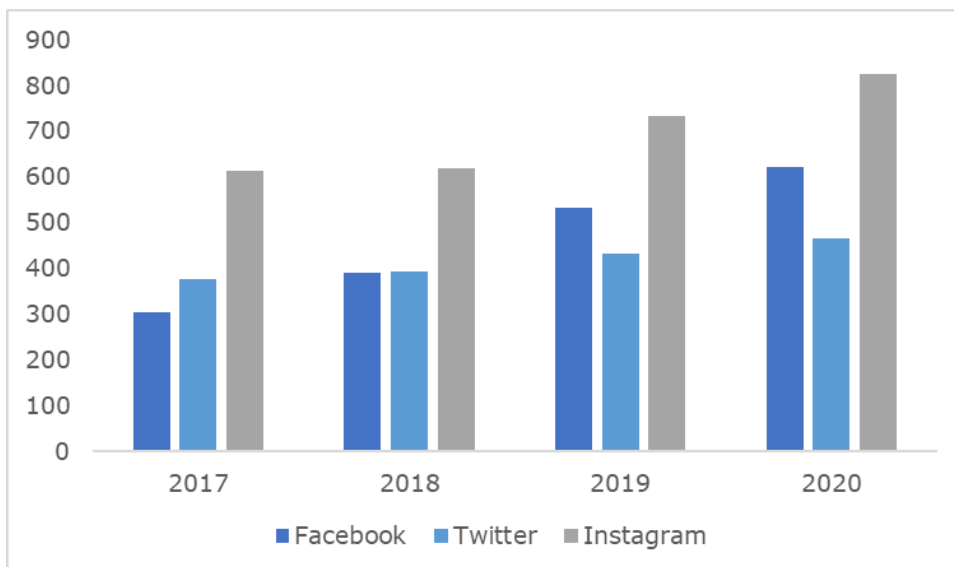
Kindvriendelijkheid 7
Educatieve projecten (zoals leskoffers met spullen uit de collectie); neem bij bezoek vooral je opa en/of oma mee

Klantvriendelijkheid 9
Er lopen veel vrijwilligers rond, die de prachtigste verhalen vertellen

Online bereik

Het online bereik van Museum Collectie Brands is in de loop der jaren gestaag toegenomen. In 2020 heeft de groei over de socialmediakanalen doorgezet: Facebook ↑17%, Twitter ↑8% en Instagram ↑13%. Echter was de groei niet zo sterk als in 2019. Wellicht houdt dit verband met de verminderde fysieke toegankelijkheid van het museum vanwege de coronapandemie.

Uit de cijfers blijkt dat het Instagramaccount van het museum de meeste volgers kent, gevolgd door Twitter en Facebook (grafiek 2). Echter, toont het aantal volgers niet hoeveel mensen daadwerkelijk via deze kanalen worden bereikt. Uit een onderlinge vergelijking blijkt dat de Facebookpagina van het museum het grootste bereik heeft ten opzichte van Twitter en Instagram. Daarmee is Facebook het belangrijkste medium voor Museum Collectie Brands. In september is een bedrijfspagina op LinkedIn aangemaakt. Op 31 december was het aantal volgers echter nog gering.



Grafiek 2: Aantal volgers op social media van 2017 t/m 2020

In 2020 is gekozen voor een andere manier om nieuwsbrieven op te stellen en te verzenden, namelijk middels het mailingprogramma Mailchimp. Een groot voordeel van Mailchimp is dat de openingspercentages van de nieuwsbrief inzichtelijk zijn. Iets meer dan 300 personen hebben in 2020 de nieuwsbrieven van Museum Collectie Brands ontvangen. Het openingspercentage lag tussen 53,5 en 61,0 procent.

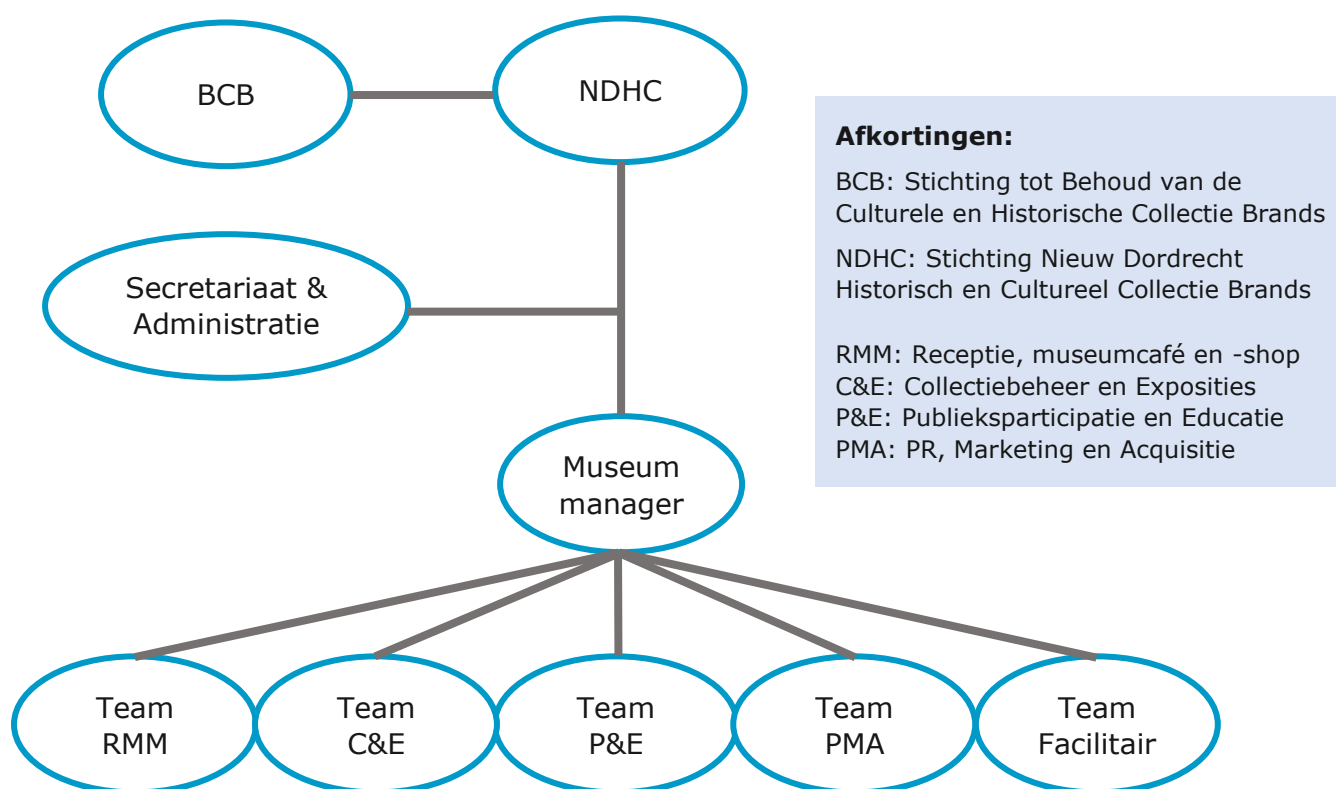
Over het aantal bezoekers van www.collectie-brands.nl kunnen we geen uitspraken doen. Op 28 mei is de nieuwe website gelanceerd. Bij de overgang van de oude op de nieuwe website zijn helaas gebruikersdata verloren gegaan.

FINANCIËN

Van de baten en lasten van Museum Collectie Brands is los van dit verslag een aparte jaarrekening opgemaakt voor beide stichtingen.

ORGANISATIE

Organisatiestructuur



Medewerkers

Eind 2020 telde de medewerkerslijst van Museum Collectie Brands 52 namen. Dit is inclusief 3 betaalde krachten, 8 bestuursleden en 4 bestuursadviseurs. In de loop van het jaar echter, hebben we ook afscheid genomen van 10 vrijwilligers vanwege uiteenlopende redenen.



Museum Collectie Brands
Herenstreek 11
7885 AT Nieuw-Dordrecht

T: 0591-393400
E: info@collectie-brands.nl
W: www.collectie-brands.nl

*Stichting tot Behoud van de Culturele en Historische
Collectie Brands & Stichting Nieuw-Dordrecht Historisch
en Cultureel Collectie Brands*

