



**‘Boeien,
verrassen,
verwonderen’**



Businessplan 2025-2028



Bezoekers

Inhoudsopgave

1.	Aanleiding	3
2.	Missie en visie	4
3.	Historie van het museum	5
4.	Evaluatie businessplan 2022-2025	7
5.	Hoofddoelstellingen	11
6.	Concrete deeldoelstellingen	12
7.	Collectie	13
7.1.	Collectiebeschrijving	13
7.2.	Collectieregistratie	14
7.3.	Behoud en beheer	14
7.4.	Collectievorming	14
7.5.	Collectiepresentatie	14
8.	Publiek	15
8.1.	Doelgroep	15
8.2.	Publieksactiviteiten	16
8.3.	PR en Marketing	16
9.	Bedrijfsvoering	17
9.1.	Huisvesting en veiligheid	17
9.2.	Personeel en organisatie	17
9.3.	Verzekeringen	18
9.4.	Financiën en begroting	18
10.	De gedragscodes	19
11.	Samenvatting	20
12.	Bijlagen	21
12.1.	Organigram	21
12.2.	Meerjarenbegroting	22
12.3.	Bedrijfsgegevens	23



1. Aanleiding

Na de beëindiging van de beleidsperiode 2022-2025 dient zich voor 2025-2028 een nieuwe beleidsperiode aan. Daarbij hebben we gekozen om de periode gelijk te laten lopen met de cultuurnota van de gemeente Emmen, die eveneens een beleidsperiode van 2025-2028 kent. Museum Collectie Brands legt in dit businessplan vast welke doelstellingen zij in de genoemde periode tracht te behalen.

Het businessplan bestaat uit de volgende onderdelen:

Hoofddoelstellingen

De belangrijkste doelstellingen worden op hoofdlijnen aangegeven. Zij worden verder in het businessplan geconcretiseerd.

Concrete doelstellingen

Per museaal onderwerp worden de hoofddoelstellingen geconcretiseerd en in dit businessplan vertaald naar de praktijk.

Collectie

Naast een samenvattende beschrijving van de collectie, wordt aangegeven op welke manier de collectie invloed heeft op het realiseren van de missie, de doelstellingen, de positionering en profilering van het museum.

Publiek

Met een goede planning van tentoonstellingen, publiek gerelateerde en educatie taken wordt aangegeven op welke wijze een breed publiek wordt bereikt en welke verwachting hierbij ligt ten aanzien van de bezoekersaantallen.

Bedrijfsvoering

Een weergave van de knelpunten die het museum onderkent en welke maatregelen worden genomen om tot oplossingen te komen, worden in een overzicht weergegeven.

De gedragscodes

Museum Collectie Brands onderschrijft de *Governance Code Cultuur*, de *Fair Practice Code* en de *Code Diversiteit & Inclusie*. Daarnaast voldoet Museum Collectie Brands aan de Wet Bestuur en Toezicht Rechtspersonen (WBTR), de Ethische Code voor Musea en de Nederlandse wet- en regelgeving. Er wordt aangegeven op welke wijze Museum Collectie Brands tracht de verschillende codes te blijven handhaven tijdens de genoemde beleidsperiode.

Kranten in het depot

2. Missie en visie

Missie

Museum Collectie Brands onderschrijft de volgende missie:

‘Museum Collectie Brands inspireert, verrast en verwondert met uitgebreide collecties van Jans Brands, Janny Jalving, Jan Dekkers en industrieel erfgoed.’

Visie

Museum Collectie Brands vervult met haar waardevolle collecties een belangrijke rol in het bewaren van de regionale en lokale cultuur.

Het museum zet zich in om de collecties met cultuur-historische waarde en erfgoed, waarbinnen de geschiedenis van Zuidoost-Drenthe, te bewaren voor de toekomst en te ontsluiten voor het publiek, zowel digitaal als fysiek.

Cultuur behelst alles wat een samenleving voortbrengt en van generatie op generatie overdraagt, zowel materieel als immaterieel. In immateriële zin verwijst cultuur naar al onze activiteiten die structuur en identiteit geven. Daarbij gaat het om taal, religie, tradities, gewoonten, normen en waarden. In de visie van Museum Collectie Brands is dit uitgangspunt leidend voor haar ontwikkeling naar de toekomst.

De ontwikkelingen naar de toekomst geven de uitdaging om ons te profileren als een verbidingsplatform tussen de verschillende maatschappelijke groepen. Daarin vormen de presentaties en verhalen het middel om de verbindingen te leggen en toegankelijk te maken voor een breed publiek.

Het museum staat voor samenwerking met cultuurpartners en andere partijen gericht op het versterken van de culturele infrastructuur en het uitwisselen van kennis, ervaring en expertise. Het elkaar kunnen ondersteunen en het vinden van oplossingen van gezamenlijke vraagstukken en problemen geven meerwaarde aan de samenwerking.



Het museum realiseert haar missie door uit te groeien naar het cultuur-historisch streekmuseum van Zuidoost-Drenthe.

De basis daarvoor is aanwezig in de uitgebreide collecties. Daarnaast moet continuïteit en financiële stabiliteit geboden worden door een uitbreiding van het museum ten behoeve van meer presentatieruimten en de exploitatie.

Als erkend museum zijn we een professionele organisatie, die de bezoeker gastvrij en klantvriendelijk ontvangt. Met onze collecties en presentaties willen wij onze gasten **‘boeien, verrassen en verwonderen’**.

Het Drenthe plein in de Janny Jalvingzaal

3. Historie van het museum

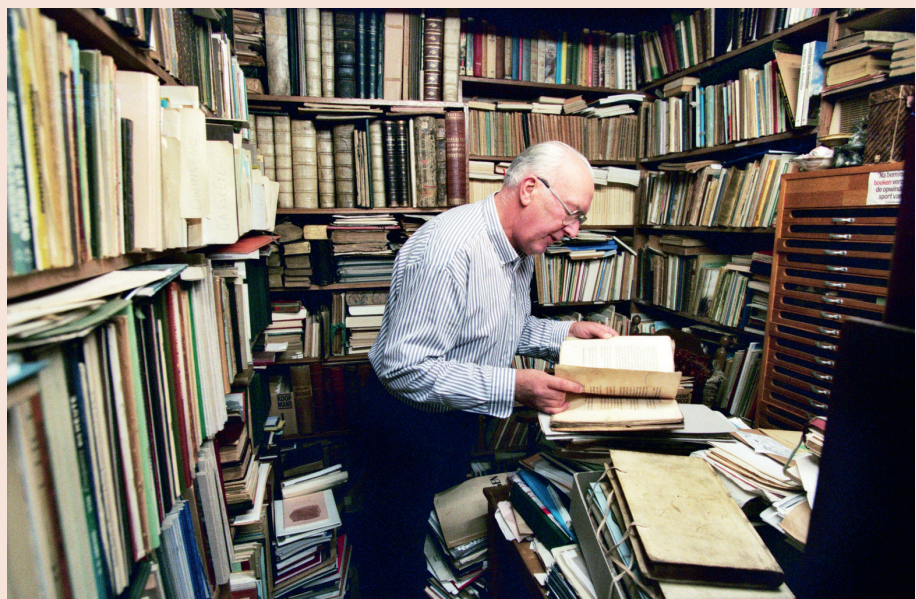
Museum Collectie Brands dankt haar naam aan **Jans Brands (1932 -2019)**. Wat ooit begon als een particuliere verzameling in zijn oude boerderij aan de Herenstreek in Nieuw-Dordrecht, groeide uit tot een erkend museum.

In **1980**, bij het 125-jarig bestaan van het dorp Nieuw-Dordrecht, hield Jans Brands een tentoonstelling van zijn collectie in het buurtgebouw De Klink. De plaatselijke bevolking, wel wetende dat er een verzameling was, maar niet beseffend dat de collectie zo groot en divers was, kreeg opeens kennis en besef van de unieke verzameling. Rond dezelfde periode ontstond er bij Jans Brands, die de leeftijd voor zijn pensioen naderde, het besef dat er stappen ondernomen moesten worden om zijn collectie te bewaren.

Na jaren van denken werd op **31 oktober 1991** de stap ondernomen tot oprichting van een stichting. Dat werd de stichting Nieuw-Dordrecht Historisch en Cultureel Collectie Brands. Het doel werd: **'het bevorderen van de cultuur en historie van Nieuw-Dordrecht en omgeving met een centrale plaats voor de collectie van Jans Brands.'**

Op **28 april 1993** benoemde Jans Brands de stichting als erfgenaam van zijn boerderij en gehele collectie.

Vier jaar later (**1997**) zat er geen schot in de pogingen om financiële ondersteuning te krijgen. Jans Brands berichtte toen dat hij zijn hele collectie over wilde brengen naar Amerika, Holland-Michigan.



Jans Brands (1932-2019) in een van zijn schatkamers

Dit leidde ertoe dat de provincie Drenthe en de gemeente Emmen onderzoek wilden doen naar de collectie. Er werd een onderzoekscommissie ingesteld die in **1999** een onderzoeksrapport presenteerde. De commissie constateerde dat de collectie **'cultuurhistorisch zeer waardevol' was, 'uniek voor Drenthe' en 'met grote samenhang.'** Op grond van de conclusies van het rapport werden er in **2008** door de provincie Drenthe en de gemeente Emmen subsidies beschikbaar gesteld voor de bouw van een volwaardig museum.

Een jaar later deed Jans Brands officieel afstand van zijn boerderij en collectie en werd er begonnen met de bouw van het museum.

Op **17 november 2011** werd Collectie Brands officieel geopend.

In **2015** werd de Collectie Brands beloond en opgenomen in het Museumregister Nederland als erkend museum.

Vanaf dat moment werd het **Museum Collectie Brands**.

In de periode **2017-2020** vonden er verschillende verbouwingen plaats. De collectie van Jans Brands was inmiddels uitgebreid met collecties van Janny Jalving en Jan Dekkers. Daarnaast richtte het museum zich op het industrieel erfgoed. De industrialisatie na 1945 is de factor die Emmen gemaakt heeft tot de gemeente in Drenthe met de meeste inwoners. Deze collectie-uitbreidingen vroegen om meer mogelijkheden om te exposeren. Deze werden gerealiseerd door de bestaande bibliotheekruimte her in te richten tot een expositiezaal evenals een deel van de oude boerderij.

Daarnaast werd een andere depotruimte gevonden in het centrum van Emmen die beter voldeed aan de gestelde eisen voor het conserveren van de collectie die niet in het museum wordt gepresenteerd.

Om de positie en continuïteit van het museum te versterken werden er in de periode vanaf **2021** plannen gemaakt om het museum verder uit te breiden. Met name bedoeld om meer expositieruimte te verkrijgen voor het industrieel erfgoed.

Vanaf **2018** ontvangt het museum een structurele subsidie van de gemeente Emmen om een semiprofessionele organisatie te zijn en te kunnen blijven.

Rechts: Vrijwilliger Jaap op de troon uit de tentoonstelling Een Koninklijk Leven.

Bladzijde 7, rechts: Voorzitter Hank Peters en Nicole Stiekema, directeur Facet, ondertekenen een intentieovereenkomst.



4. Evaluatie businessplan 2022-2025

Er is gekozen de beleidsperiode van dit businessplan parallel te laten lopen met de periode waarvoor de gemeente een cultuurnota vaststelt, namelijk 2025-2028.

De periode vanaf 2022 heeft in het teken gestaan van herstel na de coronajaren 2020 en 2021.

We hebben het initiatief genomen om samen met andere musea in de gemeente verdere **samenwerking** te zoeken, mogelijk met als resultaat een federatieve organisatie van musea in Emmen.

Het heeft in eerste instantie geresulteerd in een gezamenlijke reactie ten dienste van de nieuwe cultuurnota van de gemeente Emmen.

Samenwerking is gezocht met meerdere partners en zijn in intentieverklaringen, waarin is omschreven wat de samenwerking in praktische zin betekent, vastgelegd.

Met de Historische Vereniging Zuidoost-Drenthe heeft de samenwerking verdere vorm en inhoud gekregen, waarbij op verschillende gebieden wordt samengewerkt. Bijdragen van ons museum en van andere musea worden in het tijdschrift van de vereniging, *Kroniek*, gepubliceerd.

Met Facet Emmen zijn stappen gezet voor samenwerking. Deze vindt plaats op het gebied van industrieel erfgoed en het vertellen van het verhaal van Emmen.

Op het gebied van **erfgoed-educatie** zijn 21 programma's ontwikkeld voor basisscholen en voortgezet onderwijs.

De reiskoffers voor de acht groepen in het basisonderwijs zijn breder in de Provincie Drenthe ingezet via Kunst & Cultuur Assen. De belangstelling voor het aanbod erfgoed-educatie is onverminderd groot.



Het **beschrijven en registreren** en online publiceren van de collectie is een doorlopend proces, waarin jaarlijks voortgang wordt geboekt. Er zijn reeds 1.500 boeken en 4.200 objecten geregistreerd. De gehele vaste collectie in het museum is in kaart gebracht, uitgezocht, geregistreerd en ontsloten in *Hierkomjijweg.nl*.

Het museum presenteert naast de vaste collectie regelmatig wisseltentoonstellingen. In de periode 2022-2024 zijn dat geweest:

- Van Toverlantaarn tot YouTube;
- 100 jaar voetbalpassie bij Zwartemeer;
- Kerst & Kaart;
- Een blik van herkenning;
- Door de ogen van Janny Jalving;
- Pilot 1 Industrieel erfgoed - elektrotechniek;
- Pilot 2 Industrieel erfgoed - kunstvezels;
- 31 dagen december;
- Een Koninklijk Leven;
- Mens, jij ijdeltuit!

In 2024 zijn de beide stichtingen gefuseerd tot één stichting. De stichting tot Behoud van de Culturele en Historische Collectie Brands is eigenaar van de gebouwen, het terrein en de collectie. De stichting Nieuw-Dordrecht Historisch en Cultureel Collectie Brands exploiteert het museum. De nieuwe stichting draagt de naam: Stichting Cultuur Historisch Streekmuseum Zuidoost-Drenthe.

De opbouw van een collectie industrieel erfgoed is in deze periode feitelijk gestart. Er zijn 101 schenkingen gedaan. Verder zijn er twee schilderijen van de Drentse schilders en broers Rudi Seidel en Marcus Delanjo (pseudoniem voor Peter Seidel) geschonken.



Bord met clown door Jan Dekkers

Op basis van het jaarlijkse Cultuursector Merkenonderzoek BrandAlchemy TM staat ons museum in de ranglijst van sterkste musea & monumenten in de provincie Drenthe in 2023 op de 16e en in 2024 op de 19e plaats. Jaarlijks wordt een bezoekersenquête gehouden om inzicht te krijgen in de ervaringen van bezoekers. In 2022 steeg ons bezoekersaantal na 2021 met ruim 183%. De online bezoekers zijn in deze beleidsperiode gestegen.

In de periode 2022-2025 zijn de relaties met de media verder versterkt. Dit heeft geleid tot toenemende aandacht voor ons museum en haar collectie. RTV Drenthe, ZO!34, *Dagblad van het Noorden*, *Nederlands Dagblad* en lokale kranten als *De Zuidenvelder*, *Emmer Courant*, *Dorpskrant Klazienaveen*, *Klazienaveen Lokaal* en *De Nieuw Dordtenaar* hebben regelmatig aandacht aan ons museum besteed. Bij RTV Drenthe zijn veel radio- en TV-items aan ons museum besteed. In 2022 en 2023 heeft ons museum wekelijks meegewerkt aan het Programma Drenthe Toen waar steeds een object uit onze collectie werd besproken. Het museum is verder zichtbaar geweest in het programma *Expeditie Nederland* van Omroep MAX en het programma *Onderweg naar de Regio* van RTL4. Wij hebben selectief geadverteerd in relevante lokale, regionale en provinciale uitgaven en hebben een bioscoopreclame in Kinopolis Emmen en *De Nieuwe Kolk Assen* gehad.

Het museum restaureert in eigen beheer op professioneel niveau collectiestukken.

Er zijn 130 objecten gerestaureerd waarvan 61 boeken en 58 objecten en elf kunstwerken van Janny Jalving en Jan Dekkers.

De restauratiewerkzaamheden omvatten onder meer het repareren van serviesgoed en het opnieuw inbinden van boeken.

De **marketing en communicatie** is gericht op het verbeteren van het imago van het museum, vergroten van de naamsbekendheid en de collectie onder de aandacht te brengen en houden van een breed publiek.

Op 5 juli 2024 heeft het museum een nieuwe huisstijl ingevoerd, ontworpen door The Creative Rebels.

Wij hebben ons regelmatig aangesloten bij landelijke campagnes met **activiteiten**, zoals Gekleurd Grijs, Oktober Kindermaand, Weekend van de Wetenschap en dergelijke. Daarnaast is ons museum stempelpost geweest voor de Drentse Fiets4Daagse en hebben we op uitnodiging met een immersive experience op het Hello Festival gestaan. Een taxatieavond, georganiseerd door de stichting Vrienden van Museum Collectie Brands, was zeer succesvol met 146 bezoekers.

De jaren 2022 en 2023 hebben in het teken gestaan van de **uitbreidingsplannen voor het museum**. De ontwerp-, voorbereidings- en vergunningsfase werden succesvol afgerond. Met een nieuw museumcafé, vergrote receptieruimte, nieuwe entree, vergaderruimten, een expositiezaal, een klein openluchttheater en landschappelijke inpassing is het museum klaar voor een bestendige toekomst. De verdere financiering voor de huidige plannen kwam vervolgens niet rond. De noodzaak van een uitbreiding blijft aanwezig. Een heroverweging van de uitbreidingsplannen en de wijze waarop die gerealiseerd kunnen worden, zal in de volgende beleidsperiode plaatsvinden. Een klein openluchttheater als verlengstuk van storytelling en oral history zal in de komende beleidsperiode in eigen beheer worden gerealiseerd.



*Expositie
schilderijen
Janny Jalving*

Vanaf 2018 heeft het museum zich ingezet voor de ontwikkeling naar een **semiprofessionele organisatie**, waaraan in de periode 2022-2024 verder is gewerkt aan verbetering en optimalisering van onder meer de samenwerking en communicatielijnen binnen de organisatie. Het bestendigen van deze semi-professionele status is essentieel voor de continuïteit en de toekomst van het museum.

In 2023 zijn in het kader van verduurzaming zonnepanelen geplaatst. Er is een energierapport opgesteld aan de hand waarvan deze investering is gedaan met een lening van het Drents Energie Lokaal. Dit heeft tot een aanzienlijk lagere energierekening geleid. In 2024 zijn beslissingen genomen om verder te gaan met verduurzaming tot het museum het niveau van nul-op-de-meter heeft bereikt.

Stichting Vrienden van Museum Collectie Brands

In 2023 is de Stichting Vrienden van Museum Collectie Brands opgericht. De Stichting stelt zich ten doel:

'Het bevorderen van de bloei van het Museum Collectie Brands te Nieuw-Dordrecht, door enerzijds in brede kring belangstelling te wekken voor dit museum, zijn verzamelingen en activiteiten, en door anderzijds middelen bijeen te brengen die kunnen worden aangewend voor de uitvoering van die activiteiten, en ook voor de uitbouw en instandhouding van de collectie, zowel op beeldend, historisch als documentair gebied.'

De stichting tracht haar doel onder meer te verwezenlijken door:

- a. voortdurende uitbreiding van het aantal vrienden;**
- b. het in brede kring bekendheid geven aan het museum, zijn verzamelingen en activiteiten;**
- c. het werven respectievelijk inschakelen van vrijwilligers die, in overleg met de directie van het museum, specifieke taken in het museum kunnen verrichten;**
- d. het onderhouden van nuttige contacten met gelijksoortige stichtingen of verenigingen;**
- e. het verwerven ten behoeve van het museum van geldmiddelen via bijdragen van particulieren, bedrijven, instellingen en overheden door middel van bijdragen, schenkingen, legaten, subsidies enzovoorts;**
- f. het verwerven ten behoeve van het museum van kunstwerken of historische voorwerpen op beelden, historisch als documentair gebied, welke naar het oordeel van het Museum Collectie Brands passen in het verzamelbeleid van het museum, door aankoop, schenking, legaten, bruikleen of anderszins;**
- g. het ontplooiën van al die activiteiten die ter bereiking van het doel bevorderlijk en/of nuttig kunnen zijn.**



Het bestuur van de Stichting Vrienden van Museum Collectie Brands ondertekent op 12 september 2023 in aanwezigheid van notaris Harriët Prins (links) de oprichtingsakte. Verder vanaf links, Michiel Gerding, Robert Kleine, Roel de Jong en Astrid Mink.

5. Hoofddoelstellingen

De volgende hoofddoelstellingen zijn van toepassing voor de periode 2025 -2028:

- a. Het uitbreiden en positioneren van het museum als cultuurhistorisch streekmuseum voor Zuidoost-Drenthe.
- b. Het positioneren van het museum als maatschappelijke instelling die samenwerkt en bijdraagt aan het versterken van de culturele infrastructuur in de gemeente Emmen en Zuidoost-Drenthe.
- c. Het positioneren en presenteren van de collecties ten behoeve van de publieke relevantie, zowel fysiek als digitaal.
- d. Versterken van het imago en vergroten van de naamsbekendheid.



Jans Brands met oud kinderspeelgoed

6. Concrete deeldoelstellingen

De hoofddoelstellingen kunnen worden geconcretiseerd in de volgende deeldoelstellingen:

1. Beheren, conserveren, registreren, documenteren, publiceren, onderzoeken en digitaal ontsluiten van de collecties van Jans Brands, Janny Jalving, Jan Dekkers, industrieel erfgoed en de historie van Emmen, waaronder ook Nieuw-Dordrecht.
2. Fysiek ontsluiten en presenteren van de vaste collecties in de vorm van tentoonstellingen.
3. Realiseren van innovatie-ontwikkelingen in de presentaties van de collectie (s) gericht op alle doelgroepen met specifieke aandacht voor erfgoededucatie voor het onderwijs.
4. Uitbreiden van de collecties met de nadruk op industrieel erfgoed en de historie van Emmen en Zuidoost-Drenthe.
5. Bevorderen en aanbieden van de kennisoverdracht over vroegere en hedendaagse culturele, sociale en economische ontwikkelingen van Emmen en Zuidoost-Drenthe.
6. Samenwerken met cultuurpartners en participeren in de culturele infrastructuur van Emmen en Zuidoost-Drenthe gericht op versterking daarvan.
7. Bijdragen en deelnemen aan maatschappelijke activiteiten.
8. Onderschrijven en handelen overeenkomstig de Governance Code Cultuur, de Fair Practice Code, de Code Diversiteit en Inclusie en de Ethische Code voor Musea.



Vrijwilligers in het depot aan het werk

7. Collectie



De collectie is van cultuurhistorische waarde voor de provincie Drenthe in het algemeen en Zuidoost-Drenthe in het bijzonder. De collectie heeft een dubbele waarde, enerzijds voor onderzoekers en anderzijds voor een breed publiek. De museale collectie van Museum Collectie Brands omvat de collecties van Jans Brands, Janny Jalving, Jan Dekkers en industrieel erfgoed, historisch gegroeid tijdens de **industrialisatie van de gemeente Emmen** vanaf de Tweede Wereldoorlog.

De collectie heeft cultuurhistorische waarde en draagt bij aan de storytelling waarmee de historie voor het publiek levendig wordt gemaakt. Overeenkomstig de normen voor een erkend museum is het noodzakelijk de collectie op de juiste wijze te conserveren en tentoon te stellen, zodat deze overgeleverd kan worden aan volgende generaties. Binnen de organisatie van het museum zorgt een tentoonstellingsmaker en een conservator samen met een team Collectie en Exposities daarvoor.

7.1. Collectiebeschrijving

De collectie van Jans Brands, en het museum, telt naar schatting meer dan 70.000 objecten en boeken. Het grootste deel van de collectie bevindt zich niet in het museum, maar in een depot.

De collectie is verdeeld in boeken, objecten, kunstcollecties en een archief.

Boeken

De boekencollectie telt 295 meter aan literatuur en geschriften, waarvan maar 20 meter in het museum tentoongesteld staat. De rest staat in het museumdepot opgeslagen.

De collectie bijbels telt 367 exemplaren in diverse talen. Verder zijn er publicaties van lokale historische verenigingen en dorpsbladen, het *Staatsblad* van 1816 tot en met 1996, en een volledige set krantboeken van de *Provinciale Drentsche en Asser courant* van 1924 tot en met 1979; gezamenlijk 30 meter aan krantenpagina's.

Objecten

De objectencollectie telt naast de vele objecten die te bezichtigen zijn in het museum, ook nog meer dan 400 meter aan gevulde stellingplanken in het depot. Hier liggen onder andere funeralia objecten, zoals rouwkleding, antieke grafornamenten en een draagbaar van de lokale begrafenisvereniging.

De grootste categorie objecten wordt gevormd door alledaagse gebruiksvoorwerpen op het gebied van beroepen, huishoudelijke artikelen, en meer. Van keramieken zekeringen tot bakelieten draaitelefoons en van antieke bloempotten tot oud behang. De lijst is eindeloos.

De collectie heeft ook een serie objecten uit de Tweede Wereldoorlog uit de directe omgeving. Het gaat om voorwerpen vervaardigd van neergestorte geallieerde vliegtuigen en voorwerpen van de Duitse bezetter, Nederlands verzet, collaborateurs en geallieerde bevrijders.

Maar de collectie bevat veel meer. Zoals 420 blikken van alle groottes en tijden, diverse archeologische vondsten uit de omgeving, een brede textielcollectie, foto's en camera's door de jaren heen, en allerlei vrijetijdsmaterialen.

De collectie bevat ook de glasplaten (foto's) van Jan Oosting (1863-1941), de vader van de oprichter van het Noorder Dierenpark Emmen.



Industrieel erfgoed: piepers die onder andere bij de Nira (later Ericsson) zijn gemaakt.

Kunst

De kunstcollectie bestaat uit 98 meter planken. Hiervan is het overgrote deel afkomstig uit schenkingen van Janny Jalving (schilderijen) en Jan Dekkers (kunstwerken). Daarnaast bezit het museum ook werken van Hendrik Werkman, Otto Drenth, Rudi Seidel en Peter Seidel.

Archief

Het archief van het museum beslaat 23 meter aan archiefdozen. Hiervan is de Prakke-collectie het grootste. Naast de vele werken en papieren van Prakke beschikt het museum ook over materialen, aktes, folders, blauwdrukken, plattegronden van bijvoorbeeld het Noorder Dierenpark en verschillende landbouw- en veenbedrijven. Ook is er een persoonlijk archief van kandidaat-notaris Jan Oosting.

7.2. Collectieregistratie

De collectie van het museum wordt in het registratiesysteem Atlantis vermeld en geüpload naar de website Hierkomjijweg.nl, waardoor deze digitaal ontsloten wordt voor het brede publiek.

7.3. Behoud en beheer

De collectie van het museum is ondergebracht in een voormalige boerderij uit 1947 met aanbouw daterende uit 2011.

Het museum beschikt over een klimaatbeheerssysteem.

Een belangrijk deel van de collectie is ondergebracht in het depot aan De Bukakkers in Emmen.

7.4. Collectievorming

De collectie van Jans Brands is verzameld gedurende zo'n 65 jaar. Deze is in de loop der jaren uitgebreid met collecties van Janny Jalving en Jan Dekkers.

Een belangrijke prioriteit is de vorming van een collectie op het gebied van industrieel erfgoed. De historie van de industrialisatie (essentieel voor Emmen) kan op die wijze bewaard blijven, verteld worden en aan volgende generaties worden doorgegeven. Vanaf 2023, na voorbereidingen in voorgaande jaren, is het museum daar concreet mee begonnen. Oproepen in de media hebben geleid tot veel schenkingen van zowel particulieren als bedrijven. Daarmee is inmiddels een basis gelegd.

7.5. Collectiepresentatie

Museum Collectie Brands presenteert een deel van haar collectie in de voormalige boerderij en de latere aanbouw en uitbreiding.

In de voormalige boerderij zijn de voorkamer ('pronkkamer'), achterkamer en keuken in de authentieke inrichting gehandhaafd. In de moderne aanbouw wordt een deel van de vaste collectie gepresenteerd, onderverdeeld in thema's, die de collectie omvatten.

Met deze vaste presentatie wordt getracht de bezoeker een inzicht te geven in de omvang en cultuurhistorische waarde van de collectie.

Voor de beleving van de bezoeker zijn gidsen aanwezig, die met verhalen over de objecten, boeken en dergelijk het museumbezoek inhoud en vorm geven.

Innovatieve oplossingen als een immersive experience, 3D-brillen, een audiotour en video's dragen verder bij aan de verrassende beleving en ervaring van de bezoeker.

8. Publiek

8.1. Doelgroep

Het museum beschikt over een collectie die voor een breed publiek interessant en toegankelijk is. Bezoekers van alle leeftijden en achtergronden worden daardoor ook aangesproken om een bezoek te komen brengen.

Een groot deel van de bezoekers aan ons museum komt uit Drenthe, gevolgd door Noord-Holland. Met name de leeftijdscategorie 56 tot 80 jaar bezoekt het museum. Voor hen geldt dat de collectie **'een feest van herkenning'** is.

In toenemende mate komt ook een andere categorieën bezoekers naar het museum, vaak een combinatie van (groot)ouders met hun (klein-)kinderen, maar ook in familieverband stijgt de interesse voor een bezoek aan het museum.

Het museum versterkt het aanbod van arrangementen, waar steeds meer interesse voor wordt getoond. Verder blijft de inzet om regelmatig wisseltonstellingen te houden. De stijging van de herhaalbezoeken bevestigt het belang daarvan.

In de leeftijdscategorie basisschool wordt veel gebruik gemaakt van onze reiskoffers voor alle groepen van de basisschool. De ingeslagen weg om cultuuraanbod te ontwikkelen dat in eerste instantie op de scholen kan worden gebruikt, blijft het museum volgen.

Voor de periode 2011-2014, vanaf de opening van het museum, is het de ambitie geweest om 10.000 bezoekers te halen.

In het businessplan 2018-2021 en 2022-2025 is deze ambitie gehandhaafd.

In de periode 2018-2021 zou deze ambitie gerealiseerd worden met in 2019 7.488 bezoekers. De coronaperiode zorgde echter voor andere uitkomsten.

In de periode 2022-2024 is de ambitie van 10.000 bezoekers ook opgenomen. Met stijgingen van de bezoekersaantallen van 183% in 2022, 31% in 2023 en 34% in 2024 wordt deze ambitie voor de langere termijn nagestreefd.

In het nieuwe businessplan wordt wederom het realiseren van 10.000 bezoekers nagestreefd, waarbij de ervaring leert dat het tempo en de omstandigheden doorslaggevende factoren zijn. Het gemiddelde waarderingcijfer van de bezoekers over de periode 2019-2022 bedroeg 8,7 op een schaal van 1 tot 10. In 2019 was de waardering 8,5; in 2020 8,2; in 2021 8,8 en in 2022 eveneens 8,8.

In deze beleidsperiode werkt het museum aan verdere verhoging van de waardering.

Ondertekening van een samenwerkingsovereenkomst tussen Museum Collectie Brands, vanaf links Gerhard Vedder en Hank Peters en Historische Vereniging Zuidoost-Drenthe, met vanaf links Peter Kraan en Henk Jeurink.



8.2. Publieksactiviteiten

Museum Collectie Brands organiseert regelmatig activiteiten en sluit ook aan bij jaarlijkse landelijke, provinciale en regionale activiteiten.

Daarmee werken we onder meer verder aan het imago en de naamsbekendheid van het museum en het bereiken van breed publiek.

Het museum presenteert haar wisseltentoonstellingen in het Nederlands. Er zijn hand-outs in het Duits en Engels aanwezig. Alle objecten in de Janny Jalvingzaal hebben objectkaartjes met teksten in het Nederlands en het Duits. Verder zijn een aantal delen in het museum in de audioguide app in Nederlands en Duits uitgelicht.

Het museum vindt als maatschappelijke instelling de actieve betrokkenheid van inwoners van de gemeente Emmen belangrijk.

Door middel van het organiseren van bijeenkomsten voor bewoners en vrienden wordt daar blijvend vorm en inhoud aan gegeven. Toegevoegd is het uitnodigen van schenkers en bruikleengevers bij de opening van een tentoonstelling om hen te bedanken voor de schenking. Ook daarmee wordt de betrokkenheid vergroot.

Het museum heeft **samenwerken** als een belangrijk doel in haar vaandel staan.

Er wordt onder meer samengewerkt met het Veenpark, Industrieel Smalspoor Museum, Van Gogh Huis, Museum Janning, Zandstrooiboerderij en Museum Ergens in Nederland 1939-1945. Ook in de periode 2025-2028 zet het museum zich in om samenwerkingsverbanden aan te gaan en daar vorm en inhoud aan te geven.

Maar ook met instanties als UWV en Menso werkt het museum samen en zal dat blijven doen. Als erkend leerbedrijf biedt het museum werkontwikkelplekken, stageplekken, werkervaringsplekken en re-integratietrajecten.

Verder wordt met cultuurpartners als Facet en Historische Vereniging Zuidoost-Drenthe en in breder verband met Natu(u)park Moor-Veenland, Geopark De Hondsrug, Platform Drentse Musea, Growing Emmen en Tourist Info Emmen samengewerkt.

Het museum werkt ten slotte samen in het verband van de stichting ErfgoedNetwerk Emmen.

8.3. PR en Marketing

In de periode 2022-2024 zijn ten aanzien van PR & Marketing grote stappen gezet.

Belangrijk is dat samenwerking met mediapartners als RTV Drenthe en ZO!34 zijn ontstaan, waarbij de media ook ongevraagd aandacht aan ons museum blijven schenken en ons volgen.

Van de zijde van de schrijvende pers zoals de lokale en regionale kranten en het *Dagblad van het Noorden* krijgt het museum ook regelmatig aandacht.

In deze beleidsperiode bestendigt het museum deze samenwerking en werkt aan verdere uitbouw daarvan.

Daarmee wordt verder gewerkt aan het verbeteren van ons imago, vergroten van de naamsbekendheid en verhogen van de bezoekersaantallen.



Pilot 2 Industrieel erfgoed - kunstvezels

9. Bedrijfsvoering

De bedrijfsvoering vormt de basis voor de prestaties die het museum levert. Een gezonde en professionele organisatie is noodzakelijk voor een toekomstig bestaan.

9.1. Huisvesting en veiligheid

Het museum is eigenaar van een boerderij met een moderne aanbouw dat als museum is ingericht. Vanaf 2022 liggen er plannen voor een uitbreiding van het museum met een expositiezaal, nieuwe entree en museumshop, een corridor en een klein openluchttheater. De voorbereidings- en ontwerpfase zijn in 2023 afgerond en voor de uitbreiding is een vergunning verstrekt.

In deze beleidsperiode zal het museum zich inzetten om de uitbreiding van het museum in aangepaste vorm en tegen lagere investeringen te realiseren.



Vrijwilligsters Christa (links) en Nienke achter de receptie

9.2. Personeel en organisatie

Het museum heeft in 2018 haar organisatie anders ingericht en is vanaf eind 2018 semiprofessioneel, wat wil zeggen dat op essentiële functies betaalde professionals werkzaam zijn, naast een groot aantal vrijwillige medewerkers.

Het bestuur zet zich in deze semiprofessionaliteit te behouden en daar wordt in deze beleidsperiode alle aandacht aan gegeven, gelijktijdig met het vinden van de mogelijkheden om de semiprofessionaliteit op het niveau van management, collectiebeheer en erfgoed-educatie verder uit te bouwen.

Conservator Thomas Bruins met een object in zijn hand





*Bij de kaartenbak
in het depot*

In 2023 is een onderzoeksrapport opgesteld naar de mate waarin het museum voldoet aan de normen voor erkenning. In deze beleidsperiode zal het bestuur ervoor zorgen dat alle verplichte beleidsstukken die het normatief kader vormen voor een erkend museum waar nodig zijn geactualiseerd.

9.3. Verzekeringen

In 2024 heeft het bestuur samen met het Internationaal Klompenmuseum het initiatief genomen voor het afsluiten van een gezamenlijk verzekering met een aantal kleine musea. Museum Collectie Brands heeft een dergelijke verzekering afgesloten met als resultaat een lagere premie tegen betere voorwaarden.

9.4. Financiën en begroting

In de bijlagen is een meerjarenbegroting opgenomen voor de periode 2025-2028. Het werven van fondsen, het aantrekken van sponsors en een toename van vrienden zijn hierin meegenomen. Dat geldt ook voor het genereren van eigen inkomsten uit de brasserie, museumshop en hogere bezoekersaantallen.



*Een kijkje in de authentieke keuken
van Jans Brands*

10. Gedragscodes

Museum Collectie Brands past de 'Governance Code Cultuur', de 'Fair Practice Code' en de 'Code Diversiteit & Inclusie' als normatief kader in haar organisatie toe. Ook onderschrijft het museum de 'Code Goed Bestuur voor Goede Doelen' (behorende bij de ANBI-status) en de 'Ethische Code voor Musea'.

Governance Code Cultuur

Conform artikel 3, lid 1 h van de statuten heeft het bestuur besluiten genomen om de principes en uitgangspunten van de code in zijn beleid op te nemen. Eén keer per twee jaar toetst zij de toepassing van de code en stelt zo nodig een verbeterplan op. In 2025 en 2027 vinden er evaluaties plaats die worden vastgelegd. Jaarlijks vindt een verantwoording plaats die in het betreffende jaarverslag wordt opgenomen.



Fair Practice Code

Conform artikel 3, lid 1 h van de statuten heeft het bestuur besluiten genomen om de kernwaarden van de code toe te passen. Eén keer per twee jaar toetst zij de toepassing van de code en stelt zo nodig een verbeterplan op. In 2026 en 2028 vinden er evaluaties plaats die worden vastgelegd. Jaarlijks vindt een verantwoording plaats, die opgenomen wordt het betreffende jaarverslag.



Code Diversiteit & Inclusie

Conform artikel 3, lid 1 h van de statuten heeft het bestuur besluiten genomen om de kernwaarden van de code toe te passen. Eén keer per twee jaar toetst zij de toepassing van de code en stelt zo nodig een verbeterplan op. In 2027 vindt er een evaluatie plaats die wordt vastgelegd. Jaarlijks vindt een verantwoording plaats, die opgenomen wordt het betreffende jaarverslag.



11. Samenvatting

De ambities voor deze beleidsperiode zijn:

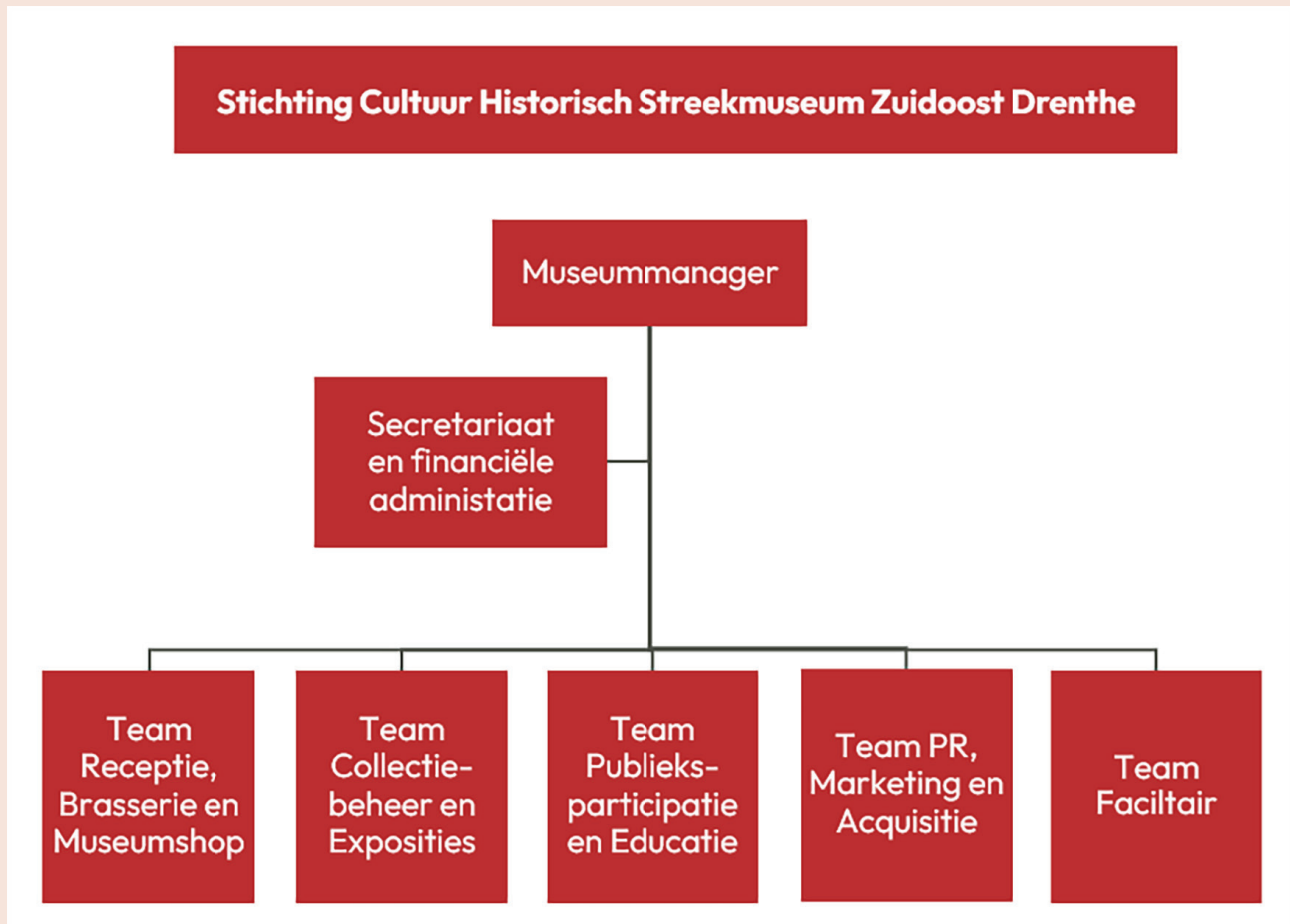
- a. Profilering/ juiste museumconcept;
- b. Uitbreiden van het museum in een aangepaste vorm;
- c. Uitbreiden van de collectie ten aanzien van industrieel erfgoed;
- d. Verdere ontwikkeling van erfgoededucatie in samenwerking met cultuurpartners en op het gebied van innovatie;
- e. Versterken van de samenwerking met cultuurpartners in Emmen;
- f. Door groeien van de bezoekersaantallen met gemiddeld 15 % per jaar met als streef aantal 10.000 bezoekers;
- g. Verder uitvoeren van het onderzoeksrapport naar de normen van erkenning en waar nodig aanpassen/actualiseren van alle relevante beleidsdocumenten;
- h. Versterken van het imago en vergroten van de naamsbekendheid;
- i. Behouden en versterken van de semiprofessionele organisatie;
- j. Versterken van het eigen verdienmodel.



Robbert Oosting van het radioprogramma *Op Tjak* van RTV Drenthe interviewt Evelien Wieling over de schenking van schilderijen van Rudi Seidel en Marcus Delanjo (pseudoniem van Peter Seidel).

12. Bijlagen

12.1. Organigram



Twee schilderijen van Janny Jalving: korenveld en boerderij

12.2. Meerjarenbegroting

INKOMSTEN	2025	2026	2027	2028
Opbrengst evenementen	€ 9.550	€ 12.500	€ 15.000	€ 17.500
Opbrengst activiteiten	€ 36.750	€ 41.250	€ 45.375	€ 49.900
Opbrengst donaties en sponsoring	€ 43.500	€ 43.500	€ 45.000	€ 47.500
Opbrengst subsidies	€ 70.000	€ 77.000	€ 77.000	€ 77.000
Opbrengst subsidies incidenteel	€ 22.000	€ 25.000	€ 25.000	€ 30.000
Overige opbrengsten		€ 750	€ 3.245	€ 3.500
Totaal generaal inkomen	€ 181.800	€ 200.000	€ 210.620	€ 225.400
UITGAVEN	2025	2026	2027	2028
Personeelskosten	€ 97.000	€ 106.700	€ 112.245	€ 123.470
Huisvestingskosten	€ 24.850	€ 26.350	€ 27.668	€ 24.500
Verkoopkosten	€ 15.850	€ 19.113	€ 21.024	€ 22.739
Organisatiekosten	€ 14.950	€ 18.237	€ 20.083	€ 25.091
Collectie en exposities	€ 5.250	€ 5.500	€ 5.500	€ 5.500
Autokosten	€ 3.300	€ 3.500	€ 3.500	€ 3.500
Afschrijvingen	€ 20.600	€ 20.600	€ 20.600	€ 20.600
Totaal generaal uitgaven	€ 181.800	€ 200.000	€ 210.620	€ 225.400

12.3. Bedrijfsgegevens

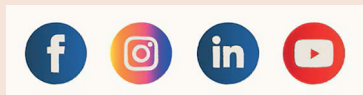
Museum Collectie Brands wordt met ingang van 1 januari 2024 door één stichting bestuurd:

Stichting Cultuur Historisch Streekmuseum Zuidoost-Drenthe

Adres: Herenstreek 11, 7885 AT Nieuw-Dordrecht

E-mail: info@collectie-brands.nl

Website: www.collectie-brands.nl



Overige gegevens

Telefoonnummer

+31 (0) 591 393400

Kamer van Koophandel nummer

41019611

Btw-nummer

NL 8160.82.649.BO

ANBI

RSIN-nummer 816.082.649

Openingstijden

Dinsdag t/m vrijdag: 11.00 uur – 17.00 uur

Zaterdag en zondag: 13.00 uur – 17.00 uur

Gesloten op nieuwjaarsdag, eerste paasdag, eerste pinksterdag, Bevrijdingsdag, eerste kerstdag en oudejaarsdag.

Tekst: bestuur Museum Collectie Brands.

Foto's: Marianne Bakker, Ina Meilink en Museum Collectie Brands.

Opmaak en productie: Uitgeverij Drenthe

Druk: Scholma, Groningen





Alledaagse gebruiksvoorwerpen



Mens, jij ijdeltuit! met een foto van de grootmoeder van Jans Brands