

Subsidieaanvraag: Focusprogramma 3 'Cultuur in de etalage van de stad'

1. Algemene gegevens

Gegevens aanvrager

Naam instelling Stichting Nationaal Jenevermuseum Schiedam

Statutaire naam Stichting Nationaal Jenevermuseum Schiedam

Bezoekadres Lange Haven 74

Postcode/Woonplaats 3111 CH / Schiedam

Website/sociale media

www.jenevermuseum.nl <https://www.facebook.com/jenevermuseum>

<https://www.youtube.com/@jenevermuseumschiedam3600>

<https://www.instagram.com/jenevermuseumschiedam/>

<https://open.spotify.com/show/5KHLqoTXR5CIM9hNJhtHC0?si=4dc4e87aaec043a9>

Correspondentieadres/contactpersoon

Naam contactpersoon Arij Groenewegen of Margaret Rijntalder

Functie contactpersoon directeur / medewerkster bedrijfsvoering

Adres Lange Haven 74

Postcode/Woonplaats 3111 CH / Schiedam

Email arij@jenevermuseum.nl margaret@jenevermuseum.nl

Telefoonnummer 010-2469676

Financiële gegevens van de aanvrager

Rekeningnummer IBAN NL54 RABO 0122 6476 29

T.n.v. Stg. Nat. Jenevermuseum Schiedam

Rechtsvorm Stichting

Jaar van oprichting 1994

Inschrijving KvK te Rotterdam

KvK nummer 41134295

Gevraagd subsidiebedrag 2026-2027

Totale kosten per jaar

2026 1.113.633

2027 1.147.042

Gevraagd structureel bedrag van de gemeente

2026 575.000

2027 592.250

Organogram



- Bestuur
 - o Directie (1 FTE)
 - Collectie & Facilitair (1FTE)
 - Events & Marketing (1FTE)
 - Hoofd administratie (1FTE)
 - Hoofd Branderij (0,67 FTE)
 - Hoofd marketing & Communicatie (0,89 FTE)
 - Junior Conservator (0,83 FTE)
 - Senior medewerker collectie (0,22 FTE)
 - Medewerker molen (0,14 FTE)
 - Medewerkers receptie (3,13 FTE)

1 FTE = 36 uur

Hoe is de artistieke leiding in uw organisatie geborgd?

De artistieke leiding van het Nationaal Jenevermuseum Schiedam en Museummolen De Walvisch is belegd bij de directie, in nauwe samenwerking met de conservator en de vakinhoudelijke specialisten (hoofdstoker, molenaar, depotbeheer). Samen bewaken zij de inhoudelijke koers en de kwaliteit van tentoonstellingen, de Branderij, de educatieve programma's en de publieksactiviteiten in zowel het museum als de molen. Artistieke keuzes zijn vastgelegd in beleids- en jaarplan en worden jaarlijks geëvalueerd en afgestemd met bestuur en partners. Daarnaast worden externe deskundigen en samenwerkingspartners (historici, distillateurs, molenaars, vormgevers en stedelijke partners) betrokken, zodat actuele kennis en een brede inbreng geborgd zijn. Hiermee

wordt de artistieke inhoud en publieksrelevantie verankerd, in lijn met de Cultuurvisie Schiedam (authentiek, levendig, vernieuwend) en de Code Diversiteit & Inclusie.

Hoe is de zakelijke leiding in uw organisatie geborgd?

De zakelijke leiding van het Nationaal Jenevermuseum Schiedam en Museummolen De Walvisch is belegd bij de directie, ondersteund door de afdelingen administratie, publiekszaken en marketing. De directie is verantwoordelijk voor de financiële continuïteit, personeelsbeleid en dagelijkse bedrijfsvoering. Voor zowel het museum als de molen worden de begrotingen en rapportages opgesteld conform de Governance Code Cultuur en gecontroleerd door de penningmeester van het bestuur.

De organisatie werkt met een meerjarenbegroting, kwartaalrapportages en een externe accountantscontrole. Het bestuur keurt begroting en jaarrekening goed en ziet toe op naleving. Hiermee zijn de zakelijke en organisatorische processen professioneel geborgd, inclusief toepassing van de Fair Practice Code en aandacht voor inclusie.

Aantal vrijwilligers (in aantallen)

48

Aantal personeelsleden vast (in FTE)

9,88 FTE

Aantal personeelsleden inhuur (in FTE)

0,05 FTE

2. Aansluiting bij de culturele doelen van gemeente Schiedam

Focusprogramma 3 'Cultuur in de etalage van de stad'

Bewoners en bezoekers ervaren Schiedam als een aantrekkelijke en levendige stad en dragen dit actief uit

- Bewoners en bezoekers ervaren Schiedam als een aantrekkelijke en levendige stad en dragen dit actief uit
- Schiedammers en bezoekers waarderen het erfgoed van de stad. Bezoekers komen graag cultureel aanbod in Schiedam bezoeken.
- Schiedam heeft een sterk positief imago, waardoor Schiedammers en bezoekers de stad als een fijnere plek ervaren

3. Plan van aanpak

Programmatitel: *Schiedam als levende etalage van erfgoed en cultuur*

1. Welke activiteit(en) bent u van plan te organiseren om bij te dragen aan bovengenoemde doelen? Licht toe wat de activiteit(en) inhoudt (maximaal 1000 woorden).

De programmering van het Nationaal Jenevermuseum en Museummolen de Walvisch sluit aan bij de Cultuurvisie en het erfgoedbeleid. Ambacht, traditie en innovatie worden in samenhang gepresenteerd en dragen zo bij aan een sterk cultureel profiel van Schiedam.

- **Identiteit, Ambacht & Beleving**
Historische branderij en vaste tentoonstelling laten de jenevergeschiedenis herleven met doorlopende demonstraties.
- **Molenaar & Mouterij; De Walvisch als landmark**
Malen op windkracht, publieksdagen en de heropening van de historische Mouterij maken vakmanschap en vernieuwing tastbaar.
- **Teelt & Oogst:**
Regionale coöperatie en authentieke oogstmethoden tonen de volledige keten van akker tot molen.
- **Duurzaam distilleren:**
Innovatieve technieken als circulair hergebruik, vergroening en roetfilters verbinden erfgoed met duurzaamheid.
- **Schiedam Highlights:**
Fluisterbootroute met verhalen langs molens en museum laat stad en erfgoed vanaf het water beleven.
- **Erfgoed & Makers:**
Exposities en markten waar makers erfgoed vertalen naar eigentijdse creaties.

Deze activiteiten presenteren Schiedam als een authentieke, levendige en vernieuwende erfgoed- en cultuurstad.

2. Heeft u ervaring met het uitvoeren van deze activiteit(en)? Zo ja, omschrijf uw voorgaande projecten of samenwerkingen (maximaal 1000 tekens).

Het museum en de molen hebben ruime ervaring in het zichtbaar maken van erfgoed en organiseren van culturele evenementen:

- **Publieksevenementen**

Het Jeneverfestival, Around Town, Molendag, Open Monumentendag, thematische proeverijen en doorlopende branderijdemonstraties trekken jaarlijks duizenden bezoekers, waaronder toeristen uit binnen- en buitenland.

- **Educatie & participatie**

Met projecten als *JM in de Wijk*, schoolprogramma's en erfgoededucatie is bewezen dat wij inwoners actief betrekken en ook nieuwe doelgroepen weten te bereiken.

- **Cultureel netwerk**

De samenwerking met de Bibliotheek Schiedam, DigiTaalhuis en DOCK leverde succesvolle pilots op die erfgoed koppelden aan taal, educatie en participatie.

- **Lokale samenwerking**

Voor evenementen werken wij structureel samen met horeca, muzikanten en makers.

- **Organisatorische slagkracht**

Het museum beschikt over professionele stokers, molenaars, een groot vrijwilligersteam en een breed netwerk van partners.

Bovenstaande projecten en samenwerkingen bewijzen dat wij zowel de inhoudelijke deskundigheid als het netwerk in huis hebben om Schiedam in 2026-2027 overtuigend in de etalage te zetten.

Wat is de planning van de activiteit(en) (maximaal 1000 tekens)?

De programmering is gespreid over 2026–2027 en borgt continuïteit en zichtbaarheid:

- **Identiteit, Ambacht & Beleving**

Doorlopend, wekelijks op zaterdag

- **Molenaar & Mouterij; De Walvisch als landmark**

Doorlopend programma; themadagen tijdens Molendag (mei) en Open Monumentendag (september) structureel onderdeel van het publieksprogramma, heropening Mouterij gepland in 2027.

- **Teelt & Oogst**

Jaarlijkse oogst in zomer, gekoppeld aan publieksdagen in de molen.

- **Duurzaam distilleren**

Vast publiekscomponent in het branderijprogramma, vergroening zichtbaar in stad vanaf 2026.

- **Schiedam Highlights-route**

Start voorjaar 2026: wekelijkse routes tijdens het vaarseizoen (april–oktober)

- **Erfgoed & Makers**

2026 en 2027 telkens 2 exposities en markten (zomer- en wintereditie).

Door de spreiding in tijd en type activiteit ontstaat een constante culturele zichtbaarheid en een terugkerende programmering die Schiedam versterkt als erfgoed- en cultuurstad.

Waar gaat u deze activiteit(en) uitvoeren (wijk, buurt, exacte locatie)?

De gekozen locaties zijn strategisch en versterken de profilering van Schiedam als erfgoed- en cultuurstad:

- Nationaal Jenevermuseum (museum, branderij & binnenplaats): hart van de historische binnenstad, waar ambacht en erfgoed voor bezoekers zichtbaar worden.
- Museummolen De Walvisch: iconisch landmark aan de rand van de binnenstad, zichtbaar vanaf spoor en water.
- Toekomstige Mouterij De Gestreepte Ezel: als onderdeel van een ambachtencentrum, nieuw podium voor ambacht en innovatie.
- Binnenstad en waterwegen: via Fluisterbootroutes die molens, museum en historische panden verbinden.
- Binnenstadlocaties: markt, pleinen en steegjes in de nabijheid van onze iconische eigen locaties

Samen vormen deze plekken een herkenbaar netwerk dat de binnenstad positioneert als levende etalage van Schiedam.

Waarom heeft u deze plek gekozen? Relateer dit aan uw gekozen (sub)doel (maximaal 1000 tekens).

De locaties zijn gekozen omdat zij het unieke erfgoed en de identiteit van Schiedam zichtbaar maken en aansluiten bij de subdoelen:

- **Erfgoedwaardering**

De branderij en molens zijn nationaal unieke erfgoedlocaties. Door ze actief te programmeren wordt de waardering van inwoners en bezoekers vergroot.

- **Bezoekers trekken**

Routes, en exposities zijn publieksvriendelijk en trekken toeristen en dagjesmensen naar de binnenstad.

- **Imago versterken**

De combinatie van authentiek erfgoed en vernieuwende presentaties (design en circulair ambacht) laat Schiedam zien als een authentieke, levendige en vernieuwende stad.

De specifieke meerwaarde van deze locaties:

- Het Nationaal Jenevermuseum: laat zien dat Schiedam de jeneverstad van Nederland is.
- De Walvisch: fungeert als landmark en versterkt de stad als molenstad.
- Fluisterboot: etaleert de stad letterlijk vanaf het water, uniek in de regio.
- Binnenstadlocaties: levendig, aantrekkelijk en versterkend voor omliggende lokale partners.

Deze plekken en activiteiten samen maken Schiedam herkenbaar en aantrekkelijk, voor bewoners én bezoekers, en dragen direct bij aan het hoofddoel van het focusprogramma.

3.1 Heeft u voor deze specifieke activiteit(en) al eerder subsidie ontvangen vanuit de gemeente Schiedam?

Ja

4. Inhoudelijk plan

Op welke manier draagt deze activiteit bij aan het hoofddoel en gekozen subdoel(en)? (maximaal 2500 tekens)

De activiteiten maken ambacht zichtbaar (authentiek), programmeren de binnenstad jaarrond (levendig) en presenteren erfgoed in nieuwe vormen (vernieuwend). Daarmee dragen we aantoonbaar bij aan het hoofddoel 'Bewoners en bezoekers ervaren Schiedam als aantrekkelijke en levendige stad en dragen dit actief uit' en de onderliggende subdoelen.

Schiedammers en bezoekers waarderen het erfgoed van de stad.

Met de activiteiten '*Identiteit, Ambacht & Beleving*,' '*Molenaar & Mouterij*' en '*Teelt & Oogst*' worden eeuwenoude ambachten visueel en tastbaar gemaakt. Bezoekers zien hoe graan wordt gemalen op windkracht, hoe moutwijn volgens Schiedamse traditie wordt gestookt en hoe oogst en transport historisch plaatsvonden. Dit immaterieel erfgoed wordt zichtbaar en tastbaar door ambachtelijke demonstraties, vaste tentoonstellingen en publieksdagen. Door deze keten volledig zichtbaar te maken, groeit de waardering van bewoners én bezoekers voor het unieke erfgoed van Schiedam. Het herstel van de '*Mouterij De Gestreepte Ezel*' onderstreept bovendien de duurzame inzet voor behoud en doorontwikkeling van ambacht. Erfgoed wordt niet alleen behouden maar ook opnieuw benut, geheel in lijn met het erfgoedbeleid: benutten, beleven en behouden.

Bezoekers en bewoners komen graag cultureel aanbod in Schiedam ervaren.

Met '*Schiedam Highlights*' en *Erfgoed & Makers* wordt een gevarieerd en vernieuwend publieksaanbod ontwikkeld. Deze activiteiten trekken verschillende doelgroepen: van gezinnen en toeristen tot jonge makers en creatieven. Het aanbod is gespreid over seizoenen, waardoor Schiedam het hele jaar zichtbaar en aantrekkelijk is. Samenwerking met S'DAM en toeristische netwerken zorgt ervoor dat de stad ook buiten de regio op de kaart komt.

Schiedam heeft een sterk positief imago, waardoor bewoners en bezoekers de stad als een fijnere plek ervaren.

Door traditie te verbinden met actuele thema's als duurzaamheid, circulariteit en urban culture positioneert Schiedam zich innovatief en eigentijds: als erfgoedstad met toekomst. '*Duurzaam distilleren*' koppelt erfgoed en ambacht aan vergroening en circulariteit. Co-creatie met (jonge) makers versterkt het beeld van een stad die authentiek, levendig en vernieuwend is.

Versterkende rol

Bewoners ervaren trots en verbondenheid met hun stad, bezoekers worden aangetrokken door onderscheidend erfgoedaanbod en Schiedam profileert zich

regionaal, nationaal en internationaal als stad van ambacht, erfgoed en innovatie. Ondernemers en culturele partners profiteren van de economische en toeristische spin-off, zo wordt de stad letterlijk en figuurlijk in de etalage gezet: herkenbaar, aantrekkelijk en met een sterk positief imago.

4.1

Hoe komt de artistieke kwaliteit van uw activiteitenplan tot uiting? Licht toe op welke manier uw plan blijkt geeft van oorspronkelijkheid, vakmanschap en zeggingskracht, zoals gedefinieerd in de Subsidieregeling Meerjarige Subsidies Focusprogramma's Cultuur Schiedam 2026 – 2027 (max 2500 tekens)

De artistieke kwaliteit van het programma '*Schiedam als levende etalage van erfgoed en cultuur*' ligt in de combinatie van erfgoed, innovatie en publieksbeleving. Door traditie en ambacht te verbinden met actuele thema's en hedendaagse kunstvormen ontstaat een herkenbare en onderscheidende signatuur. Hiermee wordt niet alleen de trots van Schiedammers versterkt, maar wordt Schiedam ook aantrekkelijk voor bezoekers uit de regio, toeristen uit het land en internationale bezoekers.

Oorspronkelijkheid

Het programma onderscheidt zich door erfgoed en ambacht niet alleen te tonen, maar te verbinden met actuele thema's als duurzaamheid, circulariteit en hedendaagse kunstvormen. Activiteiten zoals '*Duurzaam distilleren*' (erfgoed + vergroening) en '*Erfgoed & Makers*' (urban design meets ambacht) maken de signatuur van het Nationaal Jenevermuseum en Museummolen De Walvisch zichtbaar: een artistieke identiteit waarin Schiedam als ambachts- en erfgoedstad vernieuwend wordt gepresenteerd. Deze combinatie van traditie en innovatie is uniek en geeft de stad een herkenbaar en eigentijds profiel dat zowel bewoners van de stad als bezoekers van buiten zal aanspreken. Het draagt bij aan de lokale en (inter)nationale positionering van Schiedam als erfgoed- en cultuurstad.

Vakmanschap

De inhoudelijke kwaliteit is geborgd door de expertise van ervaren stokers, molenaars en educatieve professionals die immaterieel erfgoed op hoog niveau presenteren. Met activiteiten als '*Identiteit, Ambacht & Beleving*', '*Molendagen*', '*Open Monumentendag*', '*Around Town*' en '*Het Jeneverfestival*' is bewezen dat de organisatie beschikt over de competenties om ambacht toegankelijk en publieksgericht te tonen. Daarnaast wordt er samengewerkt met professionele kunstenaars, ontwerpers en ambachtelijke producenten, hiermee versterken we de artistieke ontwikkeling middels co-creatie en kennisuitwisseling. Het herstel van de historische Mouterij '*De Gestreepte Ezel*' toont de inzet om vakmanschap niet alleen te bewaren, maar actief te vernieuwen en toekomstbestendig te maken.

Zeggingskracht

Het programma bereikt en raakt publiek door zintuiglijke en interactieve vormen: bezoekers ruiken het distillatieproces, ervaren de kracht van de molen en ontmoeten creatieve makers. Deze aanpak creëert meer dan kennisoverdracht: het prikkelt, ontroert en nodigt uit tot reflectie op de identiteit van de stad. Schiedammers van verschillende generaties, achtergronden en wijken worden verbonden met elkaar en ervaren trots en verbondenheid, bezoekers van buiten waarderen Schiedam als een vernieuwende erfgoedstad. De combinatie van erfgoed, duurzaamheid en kunst zorgt voor een breed bereik onder inwoners. Tegelijkertijd spreekt het programma toeristen, jongeren en creatieve makers aan en trekt het bezoekers uit de regio, het land en daarbuiten.

Voor het gekozen hoofddoel en de subdoel(en): geef zo duidelijk mogelijk aan welke uitkomsten u verwacht. Hoe draagt uw activiteit bij tot de genoemde veranderingen (maximaal 2500 tekens)?

Door deelname aan onze activiteiten ervaren Schiedammers in hun volle diversiteit meer trots en verbondenheid met hun stad. Het zelf meemaken van ambachten als: stoken, malen en oogsten, wordt erfgoed tastbaar en betekenisvol in het dagelijks leven. Hiermee wordt invulling gegeven aan de pijlers *'benutten, beleven, behouden'* uit het erfgoedbeleid en groeit erfgoed uit tot een bron van identiteit en gemeenschap.

Door deelname aan branderijdemonstraties en molenactiviteiten ervaren bezoekers en bewoners dat Schiedam zich onderscheidt van andere steden. Zij koppelen hun bezoek expliciet aan de jenever- en molengeschiedenis en zien de stad als authentiek en uniek. Dit draagt direct bij aan de doelstelling van de Cultuurvisie om het stedelijk profiel te versterken met erfgoed en ambacht als kern.

Door deelname aan programma's waarin traditie wordt verbonden met duurzaamheid en kunst zoals murals, circulair gebruik van reststromen en vergroening in de stad, ontdekken jongeren en nieuwe doelgroepen dat erfgoed ook toekomstgericht en vernieuwend kan zijn. Hiermee wordt aangesloten bij de gemeentelijke ambitie om cultuur te verbinden met actuele maatschappelijke opgaven als duurzaamheid en inclusie.

Door deelname aan routes, fluisterboottochten en makersmarkten ontdekken bezoekers en ervaren bewoners Schiedam als culturele bestemming. Dit vergroot de instroom en versterkt de kernwaarde *'levendig'*. Zo draagt het programma bij aan het gemeentelijke doel van een aantrekkelijk en levendig stadscentrum.

Door deelname aan de jaarrond programmering ontstaan herhaalbezoek, langere verblijfsduur en hogere bestedingen in de binnenstad. Dit sluit aan bij de uitkomstdoelen van het focusprogramma, waarin cultuur niet alleen wordt gezien als waarde op zich, maar ook als motor voor economische vitaliteit.

Door deelname aan evenementen en publieksprogramma's waarderen bezoekers het culturele aanbod hoog en bevelen dit actief aan. Dit versterkt het positieve imago van de stad en zorgt voor regionale en landelijke profilering.

Door deelname aan dit samenhangende programma ervaren bewoners en bezoekers Schiedam nadrukkelijk als '*authentiek, levendig en vernieuwend*', de kernwaarden uit de Cultuurvisie. De koppeling van traditie met duurzaamheid (circulariteit, vergroening) en kunst (design, urban culture) versterkt bovendien het innovatieve profiel van de stad en vergroot de aantrekkelijkheid voor nieuwe makers, doelgroepen en partners.

Door deelname aan deze activiteiten ontstaat duurzame verandering: meer trots en verbondenheid bij bewoners, groei van bezoekersaantallen en verblijfsduur, en een helderder, positiever imago van Schiedam als erfgoed- én innovatiestad. Daarmee sluiten de uitkomsten naadloos aan op de doelen van het gemeentelijk focusprogramma.

Waar zijn de genoemde verwachte uitkomsten op gebaseerd? (max 1500 tekens)

Lokale ervaring

Jaarlijkse evenementen zoals het Jeneverfestival (8.000 bezoekers, waardering 8,2, NPS +46) tonen dat actieve beleving van ambacht direct leidt tot meer trots en erfgoedwaardering. Projecten als 'JM in de Wijk' en de samenwerkingen met Bibliotheek Schiedam en DOCK bewezen dat erfgoedparticipatie nieuwe doelgroepen bereikt en sociale cohesie versterkt.

Lokale behoefte

De 'Cultuur? Check! (2023)' laat zien dat Schiedammers kleinschalige, toegankelijke en inclusieve activiteiten wensen. Ons programma biedt dit met interactieve erfgoedbeleving en open stadsactiviteiten in samenwerking met lokale partners.

Landelijke en internationale praktijk

Voorbeelden als Open Monumentendag en Nationale Molendag laten zien dat erfgoed en ambacht aantoonbaar zorgen voor hogere waardering en aantrekkingskracht.

Onderzoek en beleid

'Het Verdrag van Faro' en studies van 'Kenniscentrum Immaterieel Erfgoed' tonen dat actieve deelname aan erfgoedpraktijken identiteit en gemeenschapsgevoel versterkt.

‘LKCA- en Cultuurmonitor-rapporten’ bevestigen dat interactieve erfgoedbeleving structureel leidt tot meer trots en een sterker stedelijk imago.

Duurzaamheid

Met de geplande roetfilterinstallatie wordt aantoonbaar milieuwinst geboekt: het levert vergroening in de stad op.

Bewezen lokale impact, beleidsmatige kaders en meetbare duurzaamheid maken de verwachte uitkomsten stevig en realistisch onderbouwd. De aanpak volgt het erfgoedbeleid ‘benutten, beleven, behouden’ en de cultuurvisie-kernwaarden ‘authentiek, levendig, vernieuwend’, waardoor beleid en uitvoering aantoonbaar samenvallen.

4.2 Hoe krijgt u inzicht in de effecten en uitkomsten van uw activiteit

Wij hanteren een Theory of Change-aanpak:

- **Aannames**

Beleving van levend erfgoed vergroot trots en verbondenheid; zichtbaarheid via routes trekt nieuw publiek; de koppeling erfgoed met duurzaamheid versterkt het stedelijk imago.

- **Activiteiten → outputs → outcomes**

Stook- en maalactiviteiten en routes en leiden tot groei in waardering, herhaalbezoek en een positief imago ‘*authentiek, levendig en vernieuwend*’.

- **Indicatoren**

- % bezoekers dat trots/waardering voor erfgoed ervaart (exit-surveys Walvisch & Branderij);
- groei in unieke bezoekers en verblijfsduur (ticketdata, Fluisterboot-partner);
- associatie van Schiedam met kernwaarden (bewonersonderzoek, social listening).

Alle indicatoren worden halfjaarlijks gerapporteerd in een ToC-logboek en samengevat in het jaarverslag.

- **Nulmeting**

- bezoekerscijfers 2025
- factsheet Jeneverfestival 2024 (NPS +46, beoordeling 8,2)

- CultuurCheck 2023 (behoefte aan kleinschalige evenementen, lokale levendigheid).
- **Peilmomenten**
 - per activiteit en halfjaarlijks in ToC-workshops met partners (plan–measure–learn–adapt, EUR Toolbox).

Waarom is het belangrijk dat uw organisatie deze activiteiten verricht?

Het Nationaal Jenevermuseum en Museummolen De Walvisch zijn de kernbeheerders van Schiedams distillatiecultuur en het molennetwerk; immaterieel erfgoed dat nergens anders zo compleet en zichtbaar aanwezig is. Met specialistische kennis, vakmanschap en unieke faciliteiten maken wij dit erfgoed niet alleen toegankelijk, maar ook levend en beleefbaar. Onze iconische locaties in de historische binnenstad trekken jaarlijks duizenden bezoekers en versterken de profilering van Schiedam als erfgoed- en innovatiestad. Wij zijn diep verankerd in de stad en werken structureel samen met scholen, makers, vrijwilligers en partners in cultuur, toerisme en welzijn. Daarmee geven wij invulling aan de *‘Cultuurvisie: authentiek, levendig en vernieuwend’* en aan de behoefte uit de *‘Cultuur? Check! (2023)’* aan kleinschalige, toegankelijke, inclusieve programmering. Juist wij kunnen erfgoed geloofwaardig verbinden met duurzaamheid, innovatie en sociale cohesie, en zo Schiedam toekomstgericht en zichtbaar in de etalage zetten.

4.3 Doelgroepen

Wie is/zijn de doelgroep(en) en wat typeert hen? (maximaal 1000 tekens)

Het programma richt zich op een brede mix doelgroepen die samen Schiedam als erfgoed- en cultuurstad beleven:

- Lokale Vrijtijdsgenieters (16%): buurtbewoners en senioren die laagdrempelig erfgoed waarderen en trots ervaren in herkenbare verhalen.
- Sociale Cultuurhoppers (11%): multiculturele jongeren en jongvolwassenen die cultuur ontdekken via peers en evenementen, gevoelig voor beleving in de openbare ruimte.
- Proevende Buitenwijkers (11,5%): gezinnen uit de buitenwijken die betaalbare, toegankelijke uitjes zoeken en erfgoed koppelen aan horeca en gezelligheid.
- Startende Cultuurspeurders (9%): jonge stedelingen en gezinnen die nieuwsgierig zijn naar nieuwe verhalen en creatieve vormen van erfgoedbeleving.

- Flanerende Plezierzoekers (13%): bezoekers die cultuur combineren met horeca en citytrip en bijdragen aan Schiedams positief imago.
- Culturele Alleseters & Kindrijke Cultuurvreter (6–7%): hoger opgeleiden en jonge gezinnen die verdieping en educatie zoeken in combinatie met ontspanning.
- Weelderige Cultuurminnaars (5%): bovenmodale kwaliteitszoekers die erfgoed beleven als onderdeel van een compleet cultureel dagje uit.

Waarom heeft u voor deze doelgroep(en) gekozen? Hoe sluit dit aan op uw gekozen doel(en) en op basis waarvan is de keuze gemaakt? Omschrijf ook welke behoefte dit voor de doelgroep(en) vervult (maximaal 1000 tekens).

- Lokale Vrijtijdsgenieters: breed lokaal draagvlak, ons programma voedt hun behoefte aan herkenning en versterkt erfgoedwaardering.
- Sociale Cultuurhoppers: sluiten aan bij stedelijke diversiteit, onze evenementen voorzien in hun behoefte aan gezamenlijke en inclusieve beleving.
- Proevende Buitenwijkers: zoeken cultuur in gezinsverband, betaalbare uitjes gekoppeld aan erfgoed vervullen hun behoefte aan ontspanning.
- Startende Cultuurspeurders: staan nieuwsgierig tegenover vernieuwing, creatieve vormen vervullen hun behoefte aan nieuwe ervaringen
- Flanerende Plezierzoekers: dragen bij aan citymarketing, onze programmering vervult hun behoefte aan een complete dagtrip.
- Culturele Alleseters: fungeren als ambassadeurs voor innovatie, onderscheidende erfgoedervaringen vervullen hun behoefte aan vernieuwing.
- Kindrijke Cultuurvreter: geven erfgoed door aan de volgende generatie, workshops vervullen hun behoefte aan educatie en samendoen.
- Weelderige Cultuurminnaars: versterken het Schiedams kwaliteitsimago, hoogwaardige en sfeervolle belevingen vervullen hun behoefte aan culturele verdieping en inspiratie.

Hoeveel mensen verwacht u te bereiken met uw activiteit in deze subsidieperiode?

Voor de subsidieperiode 2026-2027 verwachten wij jaarlijks 34.000-37.500 bezoekers. Dit aantal bestaat uit het reguliere museum- en molenbezoek, aangevuld met pieken tijdens evenementen zoals Open Monumentendag en het Jeneverfestival, en activiteiten die de zichtbaarheid van Schiedams erfgoed vergroten, zoals lichtprojecties en makers markten.

Over de twee subsidiejaarperioden samen betekent dit dat wij naar verwachting 70.000-73.000 bezoekers bereiken, inclusief een brede groep inwoners, regionale bezoekers en toeristen. Deze prognose is realistisch en onderbouwd door feitelijke bezoekersdata uit

2024 en 2025 en houdt rekening met de effecten van onze structurele programmering en publieksverbreding.

Hoe gaat u de doelgroep(en) bereiken? U mag hierbij ook verwijzen naar uw marketing- en communicatieplan, als onderdeel van uw meerjarenbeleidsplan (maximaal 1000 tekens).

We bereiken onze doelgroepen met een geïntegreerde aanpak. Online zetten we social mediacampagnes in waarbij ambacht en beleving in korte video's en reels centraal staan. We benutten formats die er goed koppelen aan actualiteit en lifestyle. Met influencer-samenwerkingen (culinair, cultureel, regionaal en internationaal) bereiken we jongere Culturele Alleseters. De combinatie van OOH-advertenties met printkanalen vergroot onze zichtbaarheid bij lokale doelgroepen. PR zorgt voor regionale en landelijke profilering. Onze publieksevenementen bieden laagdrempelige toegang en versterken de binding met gezinnen en bewoners. Samenwerking met S'DAM, Centrummanagement en de Fluisterboot borgt regionale en stedelijke zichtbaarheid en zorgt dat Schiedam als erfgoedstad breed wordt uitgedragen. We meten bezoekersaantallen per activiteit, route en evenement (o.a. via Fluisterboot, museumtickets en festivalcijfers). Daarnaast analyseren we social mediabereik en verzamelen we feedback via korte enquêtes (NPS, herkomst, waardering). De volledige strategie is uitgewerkt in ons meerjarenbeleidsplan.

5. Zakelijk plan

Organisatie

Wat is de governance structuur van uw organisatie

Zie governance Code Cultuur verklaring

5.1 Hoe is het bestuur van uw organisatie samengesteld? Wie zijn de bestuursleden en welke profielen zijn vertegenwoordig?

Zie governance Code Cultuur verklaring

5.2 Samenwerkingen

Hoe sluit uw activiteit aan bij het werk van andere (cultuur) organisaties binnen Schiedam?

Het Jenevermuseum en de museummolens vervullen een essentiële rol in het Schiedamse culturele ecosysteem. Wij zijn diepgeworteld in de stad en dragen met erfgoed, ambacht en innovatie de Schiedamse identiteit uit. Onze aantrekkingskracht en organisatiekracht zorgen niet alleen voor eigen bezoekers, maar versterken ook het Stedelijk Museum, de Fluisterboot, het Coöperatieve Museum en lokale galeries. Daarnaast zijn we een vaste motor achter stadsbrede evenementen, zoals de Brandersfeesten, die zonder onze inbreng minder impact zouden hebben. Deze samenwerkingen dragen direct bij aan gemeentelijke subdoelen: het vergroten van erfgoedwaardering, het trekken van bezoekers en het versterken van het imago van Schiedam. De gemene deler in al onze samenwerkingen is dat we gelijkwaardig optrekken: niet vanuit “what’s in it for us”, maar vanuit de vraag “wat betekent dit voor de gemeenschap van Schiedam?”. Samen zorgen we dat Schiedammers cultuur in hun eigen stad beleven en trots kunnen uitdragen. Met deze partners borgen wij bereik in alle wijken en doelgroepen. We kijken naar elkaars belangen en waarderen die, waardoor we met beperkte middelen veel kunnen realiseren en impact hebben – lokaal, regionaal én internationaal.

5.3 Welk type samenwerkingspartners heeft u nodig voor de activiteit waar u subsidie voor aanvraagt en waarom?

- **Co-creatief:** KunstWerkt (Social Glue, Melcherszaal), Sodafabriek (live art IDDF), Centrummanagement & S'DAM (Halloween & Brandersfeesten) leveren tentoonstellingen en stadsactiviteiten die erfgoed waarderen en Schiedam profileren.
- **Infrastructureel:** Fluisterboot (routes), De Stadsmolenaar, De Restauratiewerkplaats en Stichting de Schiedamse Molens maken erfgoedlocaties en verhalen beleefbaar.
- **Promotioneel:** gedistilleerd cluster (distillateurs, horeca, Van der Valk, bars), coöperatieve musea en S'DAM-partners zorgen via promotie en citymarketing voor bezoekers en imago.
- **Kennis & expertise:** gedistilleerd cluster (open dagen, productinnovatie), De Restauratiewerkplaats, De stadsmolenaar, zeilschepen, graancoöperatie en Bomenridders versterken erfgoededucatie, gastvrijheid en beleving en vernieuwen het imago van Schiedam met innovatie, duurzaamheid en vakmanschap.

Welke samenwerkingsverbanden heeft u al georganiseerd en hoe werken jullie samen?

Wij werken al jarenlang nauw samen met ons netwerk van partners. Deze samenwerkingen vergroten erfgoedwaardering, trekken bezoekers en versterken het Schiedamse imago. We werken structureel en gelijkwaardig samen, in lijn met de Fair Practice Code.

- **Co-creatief:** KunstWerkt voor tentoonstellingen Melcherszaal. Sodafabriek voor live art tijdens het IDDF. Centrummanagement & S'DAM voor Halloween & Brandersfeesten.
- **Infrastructureel:** Stichting De Schiedamse Molens voor programmering en de vrijwilligers. Fluisterboot voor het verzorgen van de publieksroutes. De Stadsmolenaar voor het malen van graan. De restauratiewerkplaats voor het behoud van vakmanschap.
- **Promotioneel:** Gedistilleerd cluster voor open dagen, productinnovaties en promotie. Coöperatieve musea voor doorverwijzingen en campagnes.
- **Kennis & expertise:** De Stadsmolenaar voor het malen van graan. De restauratiewerkplaats voor het behoud van vakmanschap. Het gedistilleerd cluster voor kennisdeling.

5.4 & 5.5 Meerjarenbegroting

Zie aanvraagformulier + meerjarenbegroting doc

6. Culturele codes

Code Fair Practice – Reflectie & Actieformulier

Solidariteit

Het Jenevermuseum hanteert de CAO musea voor alle medewerkers en zorgt voor een eerlijke en marktconforme beloning. Freelancers worden slechts incidenteel ingezet, maar altijd tegen marktconforme tarieven, waarbij transparant overleg plaatsvindt over de vergoeding. Fair Pay is een centrale pijler in ons museale beleid. Vrijwilligers krijgen een duidelijke taakomschrijving, rol en begeleiding door een vaste (betaalde) kracht, en nemen daadwerkelijk deel aan het ambacht en publiekswerk. Stagiaires ontvangen een passende vergoeding en een helder takenpakket. Als waardering voor iedereen binnen de organisatie, organiseren wij iedere twee maanden een vrijwilligersavond (met eten en open bar), ook voor medewerkers en vrijwilligers van drie partnerinstellingen. We streven ernaar om vanaf 2026 structureel te toetsen of samenwerkingspartners voldoen aan de Fair Practice Code en nemen een clausule hierover op in nieuwe contracten, het personeelshandboek en samenwerkingsafspraken.

Middelen

- Loonkosten CAO Musea.
- Stagevergoedingen.
- Vrijwilligersbudget incl. Vrijwilligersavonden.
- Incidentele freelancekosten (reeds opgenomen in begroting).

Resultaten

- 2026: Fair Practice-clausule opgenomen in contracten en personeelsbeleid.
- 2027: Structurele toetsing van samenwerkingspartners op Fair Practice.

Transparantie

Alle ANBI-gegevens, het jaarverslag en meerjarenbeleidsplan zijn publiek toegankelijk via onze website. Projectplannen en begrotingen zullen, vanaf subsidiejaar 2026, vaker openbaar worden gedeeld, mits privacygevoeligheid hier niet in het geding komt. In onze grotere rapportages (jaarverslag, grote projectverslagen) nemen we een aparte paragraaf op over de naleving van de Fair Practice Code. We organiseren jaarlijks intern een plenair overleg en vragen hier deelnemers om nieuwe verbeterpunten te signaleren.

Middelen

- Kosten voor publicatie en verslaglegging (jaarverslag, projectrapportages, online communicatie).

Resultaten

- 2026: Eerste Fair Practice-paragraaf in jaarverslag opgenomen.
- 2027: Projectplannen en begrotingen structureel gedeeld via website.

Duurzaamheid

Iedere medewerker heeft een persoonlijk leer- en ontwikkelplan, en krijgt minimaal eenmaal per jaar een evaluatiegesprek. Scholing wordt actief gestimuleerd, zowel voor vaste krachten als vrijwilligers. Denk aan distillateursopleidingen, cocktailcursussen en teamontwikkeling. Na iedere grote activiteit of project vindt een teamreflectie plaats, waarbij verbeterpunten worden vastgelegd en opgevolgd. Fysiek en mentaal welzijn staat centraal, met zo nodig externe ondersteuning. Deze acties worden voortaan gemonitord en vastgelegd in onze jaarplannen en evaluaties.

Middelen

- Scholings- en ontwikkelbudget voor medewerkers en vrijwilligers.
- Middelen voor externe begeleiding vitaliteit en welzijn.

Resultaten

- 2026: Alle medewerkers beschikken over een leer- en ontwikkelplan; teamreflecties structureel ingevoerd.
- 2027: Monitoring van leerplannen en vitaliteitsbeleid geborgd in jaarplannen.

Diversiteit

Wij streven actief naar meer diversiteit in ons team. Bij werving en selectie wordt kritisch gekeken naar de samenstelling en kansen op alle vlakken. Verdere toelichting is te vinden in de code culturele diversiteit. Wij toetsen daarnaast tentoonstellingen, educatie en publieksactiviteiten aan de Code Diversiteit & Inclusie om zo een breder en diverser publiek te bereiken.

Middelen

- Wervingskosten gericht op diversiteit.
- Opleidingsbudget.
- Programmabudget voor activiteiten met diverse doelgroepen.

Resultaten

- 2026: Eerste toetsing van tentoonstellingen en educatie aan Code Diversiteit & Inclusie.
- 2027: Code Diversiteit & Inclusie volledig geïmplementeerd in HR- en programmabeleid

Vertrouwen

Wij behandelen auteursrechten en bronvermelding zorgvuldig conform wet- en regelgeving. Hoewel geschillen zeldzaam zijn binnen ons museum, zullen we in de toekomst aansluiting zoeken bij relevante geschillencommissies, indien het soort activiteiten daar aanleiding toe geeft. Binnen het museum geldt het uitgangspunt: geschillen oplossen wij bij voorkeur informeel, met respect en transparantie.

Middelen

- Juridische advies- en contractbeheerbudget (reeds opgenomen in begroting).

Resultaten

- 2026: Auteursrechten en geschillenafspraken geborgd in contracten en interne werkwijze.
- 2027: Voorbereiding aansluiting bij externe geschillencommissie (indien relevant).

Evaluatie en monitoring

We voeren jaarlijks een Fair Practice evaluatie uit, onder medewerkers, vrijwilligers en samenwerkingspartners. Cijfers als het aantal getrainde vrijwilligers en andere indicatoren delen we via het jaarverslag. Structurele monitoring van de naleving, evaluatiemomenten en verbeteracties van alle codes moeten met ingang van 2027 geborgd zijn in beleid en jaarplanning.

Ambities:

- 2026: Fair Practice paragraaf in jaarverslag.
- 2027: Implementatie Code Culturele Diversiteit en toetsing partners op de Fair Practice Code.
- 2027: Structureel delen van begrotingen en projectplannen op website (indien mogelijk).
- 2028: Jaarlijkse Fair Practice evaluatie en rapportage

Met deze acties en borging tonen we aan dat Fair Practice structureel verankerd is en dat er gewerkt wordt aan concrete verbeterpunten met duidelijke ambities.

Middelen

- Interne coördinatie (€ 3.500–5.000 p/j).
- Enquête/monitoringtools (€ 500 p/j).
- Externe peer review/advies (€ 1.000–1.500 p/j).
- Publicatie & communicatie (€ 500–1.000 p/j).

Resultaten

- 2026: Eerste Fair Practice-evaluatie uitgevoerd en opgenomen in jaarverslag.
- 2027: Structurele monitoring en rapportage geborgd in beleid en jaarplanning.

Code Diversiteit & Inclusie – Reflectie & Actieformulier

Nationaal Jenevermuseum Schiedam & Museummolen De Walvisch

Diversiteit en inclusie zijn voor ons geen abstracte begrippen, maar een vanzelfsprekend onderdeel van onze dagelijkse praktijk. Het Jenevermuseum en de Museummolen zijn diep verankerd in de stad Schiedam en staan midden in een samenleving die zelf zeer divers is. Wij zien het als onze verantwoordelijkheid om die diversiteit te weerspiegelen, te waarderen en er actief ruimte voor te maken in ons publiek, ons programma, onze organisatie en onze samenwerkingen.

Publiek

Onze musea ontvangen een breed palet aan bezoekers: van internationale toeristen en liefhebbers van gedistilleerd tot families, jongeren en wijkbewoners. Juist doordat wij werken in de haarvaten van de stad, weten wij doelgroepen te bereiken die grote instellingen vaak minder goed bereiken. Activiteiten in wijkcentra, educatieve projecten en samenwerkingen met scholen en verenigingen brengen ons in direct contact met verschillende gemeenschappen. In de komende twee jaar willen wij dit versterken door publieksdata systematischer te verzamelen en per jaar een specifiek project te richten op doelgroepen die nu minder goed vertegenwoordigd zijn, zoals jongeren uit Schiedam-Zuid of nieuwe Nederlanders. Daarbij nemen wij ook stappen om de toegankelijkheid verder te verbeteren, zowel fysiek, digitaal als financieel.

Middelen

- Publieksonderzoek en monitoring (€ 3.500 p/j).
- Extra marketing voor specifieke doelgroepen (€ 1.000 p/j).

Resultaten

- 2026: Eerste aanvullende publieksproject gerealiseerd; basismeting publieksdiversiteit.
- 2027: Vergroting bereik onder jongeren en nieuwe Nederlanders met minimaal +10% deelname.

Programma

Onze programmering legt nadruk op zowel het ambacht als de samenleving van vandaag. Tentoonstellingen en activiteiten belichten maatschappelijke thema's als alcohol en gezondheid, koloniale geschiedenis, politiek en erfgoed. Daarmee bieden wij ruimte aan verschillende perspectieven en verhalen. Evenementen zoals het International Dutch Distillers Festival brengen uiteenlopende gemeenschappen samen: distillateurs, bartenders, consumenten en inwoners van de stad. Wij willen dit in de

komende periode verder uitbouwen door jaarlijks minimaal één tentoonstelling of programma-onderdeel expliciet te verbinden aan diversiteit en inclusie, en door onze communicatie toegankelijker te maken, bijvoorbeeld via eenvoudiger taalgebruik en tweetalige uitingen. Het beoogde resultaat is dat bezoekers zich beter gerepresenteerd voelen en dat meer verschillende perspectieven zichtbaar worden gemaakt in ons aanbod.

Middelen

- Programmakosten tentoonstellingen D&I (€ 10.000 p/j, reeds in tentoonstellingsbudget).
- Vertaling en inclusieve communicatie (€ 1.000 p/j).

Resultaten

- 2026: Eerste D&I-programma geïmplementeerd; basis tweetalige communicatie.
- 2027: Structurele verankering in jaarkalender, bereik vergroot onder diverse publieksgroepen.

Personeel en vrijwilligers

Onze organisatie leunt op een mix van medewerkers en een grote groep vrijwilligers. Samen zijn zij de eerste vertegenwoordigers van onze musea richting het publiek. Wij zien dat ons personeelsbestand veroudert en dat er kansen liggen voor verjonging en verbreding. De komende jaren willen wij bij nieuwe instroom - of het nu gaat om medewerkers, stagiairs of vrijwilligers - nadrukkelijk inzetten op diversiteit. Daarnaast investeren wij in trainingen en begeleiding, zodat iedereen in ons team toegerust is om bezoekers op een inclusieve en gastvrije manier te ontvangen. Voor vrijwilligers betekent dit ook dat wij nieuwe groepen actief zullen benaderen en opleiden, zodat ons vrijwilligersbestand een betere afspiegeling vormt van de samenleving. Daarbij bouwen wij aan een veilige en open aanspreekcultuur en introduceren wij een laagdrempelig meldpunt voor ongewenst gedrag of discriminatie.

Middelen

- Training & begeleiding (€ 2.500 p/j).
- Vrijwilligersprogramma's inclusief werving & scholing (€ 1.500 p/j).

Resultaten

- 2026: Nieuwe instroom divers vrijwilligersbestand, minimaal 10% jonger dan 35 jaar.
- 2027: Vrijwilligersbestand weerspiegelt bredere Schiedamse samenleving; team getraind in inclusieve gastvrijheid.

Partners en netwerken

Onze musea zijn sterk in samenwerking. Lokale partners zoals het Zakkendragersgilde, wijkcentra, horeca en marktorganisaties verbinden ons met de directe omgeving. Via Syntra en internationale distillateurs halen wij een breed scala aan kennis en ervaringen binnen. Met de voorgenomen samenwerking met de Schiedamse Molens ontstaat bovendien een breder cultureel netwerk waarin diversiteit en inclusie een gezamenlijke verantwoordelijkheid zijn. In de komende twee jaar willen wij minimaal twee structurele samenwerkingen aangaan met maatschappelijke organisaties die ons helpen om nieuwe doelgroepen te bereiken, bijvoorbeeld op het gebied van welzijn, migrantenparticipatie of toegankelijkheid voor mensen met een beperking. Daarbij nemen wij expliciet op dat diversiteit en inclusie onderdeel uitmaken van de afspraken met partners en gezamenlijke evaluaties.

Middelen

- Partnerschapsbudget (€ 7.500 p/j).
- Co-creatieprojecten met maatschappelijke organisaties (€ 5.000 p/j).

Resultaten

- 2026: Eerste partnerschappen gerealiseerd (bijv. welzijnsorganisatie en migrantenorganisatie).
- 2027: Structureel netwerk actief; gezamenlijke publieksprojecten uitgevoerd met brede maatschappelijke impact.

Governance Code Cultuur – Reflectie & Actieformulier

Principe 1: Maatschappelijke doelstelling

In 2024 is de maatschappelijke doelstelling besproken en bevestigd in het nieuwe beleidsplan 2024–2027. Deze doelstelling krijgt vorm door tentoonstellingen, evenementen, educatie en het behoud van het ambacht. Bij de uitvoering van tentoonstellingen en educatieve programma's wordt de artistieke en vakinhoudelijke integriteit nadrukkelijk gewaarborgd, zodat kwaliteit en authenticiteit leidend blijven. De doelstelling is ingebed in de superdiverse context van Schiedam en richt zich op brede toegankelijkheid en inclusie, waarbij verschillende gemeenschappen en generaties actief worden betrokken. Voor de toekomst kan dit verder worden versterkt door meetbare indicatoren te ontwikkelen, zoals publiekswaardering en het aantal bereikte jongeren, en door jaarlijks een stakeholderdialoog te organiseren met gemeente, vrijwilligers, bezoekers en distillateurs.

Middelen

- Inzet directie- en bestuursuren (beleidsontwikkeling en stakeholderdialoog).
- Onderzoeksbudget voor publieksmonitoring en evaluatie (€ 5.000 per jaar?).

Resultaten

- 2026: Eerste publieksmonitor uitgevoerd en resultaten opgenomen in jaarverslag.
- 2027: Groei zichtbaar in publiekswaardering en jongerenbereik; stakeholderdialoog herhaald.

Principe 2: Toepassing en toelichting

Het bestuur heeft in 2024 een implementatieplan opgesteld met concrete acties en deadlines voor de toepassing van de Governance Code Cultuur. De verantwoording hierover is vastgelegd in het jaarverslag. Een vervolgstap kan zijn om in toekomstige jaarverslagen een compact overzicht, bijvoorbeeld in de vorm van een infographic, op te nemen waarin per principe kort wordt toegelicht hoe de Code is toegepast. Ook kan een jaarlijkse evaluatie worden ingericht om te toetsen of bijstelling nodig is. Daarbij kan expliciet aandacht worden besteed aan risicobeheersing, interne controle en beloningsbeleid, zodat deze onderdelen zichtbaar worden meegenomen in jaarverslag en op de website, conform de Governance Code Cultuur.

Middelen

- Opmaak en communicatie infographic (€ 2.500).
- Bestuurs- en directie-uren voor jaarlijkse evaluatie.

Resultaten

- 2026: Infographic toegevoegd aan jaarverslag en eerste jaarlijkse evaluatie uitgevoerd.
- 2027: Verbeterpunten verwerkt en cyclus structureel geborgd.

Principe 3: Onafhankelijk en integer handelen

In 2024 is de onafhankelijkheid van bestuursleden besproken en zijn nevenfuncties in kaart gebracht. Bij mogelijke belangenverstrengeling, zoals bij bestuurslid x, onthouden leden zich van stemming. Om dit structureel te borgen kan een gedragscode en integriteitsverklaring worden ingevoerd en kan jaarlijks worden gecontroleerd op nieuwe nevenfuncties of belangen. Als vervolgstap kan een formele meldplicht worden ingevoerd waarbij (mogelijke) belangenverstrengeling schriftelijk wordt gemeld aan de voorzitter en vastgelegd. Het bestuur kan hier vervolgens gemotiveerd een besluit over nemen en dit in het jaarverslag transparant rapporteren.

Middelen

- Juridisch advies en opstellen gedragscode/integriteitsverklaring (€ 3.500 eenmalig in 2026).
- Jaarlijkse administratieve uren voor check nevenfuncties.

Resultaten

- 2026: Gedragscode en integriteitsverklaring vastgesteld en eerste check nevenfuncties uitgevoerd.
- 2027: Meldplicht structureel toegepast en transparant gerapporteerd in jaarverslag.

Principe 4 – Rollen en verantwoordelijkheden

De verdeling van taken en bevoegdheden is vastgelegd in het directiereglement en in 2024 expliciet besproken, onder andere rond de tekenbevoegdheid. Voor nieuwe bestuurs- en directieleden kan dit nog verder worden verduidelijkt door een introductieprogramma. Daarnaast kan een jaarlijkse gezamenlijke dag van bestuur en directie de samenwerking en rolverdeling versterken. Om dit verder te versterken kan nadrukkelijk worden ingezet op een open cultuur en onderlinge aanspreekbaarheid, zodat bestuur en directie elkaar tijdig kunnen bevragen en corrigeren waar nodig.

Middelen

- Jaarlijkse heidag/werkdag bestuur & directie (€ 1.000 p/j).
- Ontwikkeling introductieprogramma (interne uren).

Resultaten

- 2026: Eerste gezamenlijke heidag uitgevoerd; introductieprogramma gebruikt bij nieuwe leden.
- 2027: Jaarlijkse cyclus structureel ingebouwd en geëvalueerd.

Principe 5: Functioneren en resultaten

Het bestuur heeft in 2024 toezicht gehouden op de directie, en had een leidende rol bij de werving van een nieuwe directeur, artistieke integriteit is besproken en verwerkt in beleid. Om de resultaten nog beter zichtbaar te maken, kunnen de kwartaalrapportages worden uitgebreid met kwalitatieve indicatoren, zoals publieksimpact en maatschappelijke waarde. Daarnaast kan jaarlijks een 360 graden-evaluatie worden uitgevoerd waarin bestuur en directie elkaar beoordelen en feedback geven. In de verantwoording kan expliciet worden opgenomen hoe de artistieke en vakinhoudelijke integriteit wordt bewaakt en hoe risicobeheersing en interne controle zijn ingericht, zodat de kwaliteit van functioneren toetsbaar en inzichtelijk blijft.

Middelen

- Uitbreiding kwartaalrapportages (extra uren, € 3.000 p/j).
- 360 graden-evaluatie met externe begeleiding (€ 4.000 in 2026).

Resultaten

- 2026: Kwartaalrapportages uitgebreid met kwalitatieve indicatoren; eerste 360°-evaluatie uitgevoerd.
- 2027: Verbeterpunten uit evaluatie doorgevoerd en zichtbaar in rapportages.

Principe 6: Zorgvuldig omgaan met mensen en middelen

In 2024 heeft het bestuur aandacht besteed aan risicobeheersing, cybersecurity, financieel beheer en arbeidsvoorwaarden. Arbeidsovereenkomsten zijn geactualiseerd en ontwikkelmogelijkheden voor medewerkers zijn geboden. Als vervolgstap kan in 2026-2028 het personeelshandboek en de gedragscode worden afgerond, en kan er een vrijwilligersbeleid worden opgesteld waarin scholing en waardering centraal staan. Ook kan een uitgebreider reserves- en risicobeleid bijdragen aan continuïteit. Daarnaast kan de organisatie een open en veilige cultuur stimuleren waarin medewerkers en vrijwilligers elkaar kunnen aanspreken en dilemma's bespreekbaar zijn. Dit onderstreept de voorbeeldfunctie van bestuur en directie.

Middelen

- Ontwikkeling personeelshandboek, vrijwilligersbeleid en reserves- en risicobeleid (advies en interne uren, totaal € 7.500 over 2026–2027).

Resultaten

- 2026: Personeelshandboek en gedragscode vastgesteld; concept vrijwilligersbeleid opgesteld.
- 2027: Vrijwilligersbeleid geïmplementeerd en reserves- en risicobeleid vastgesteld.

Principe 7: Toezicht

Dit principe is formeel niet van toepassing vanwege het bestuur-directie model. Wel kan transparanter worden gemaakt hoe het bestuur intern toezicht borgt, bijvoorbeeld door externe toetsing van de jaarrekening of het instellen van een adviescommissie.

Middelen

- Externe accountantskosten (€ XX invullen bedrag, reeds opgenomen in begroting).

Resultaten

- 2026: Jaarrekening extern getoetst; mogelijkheid adviescommissie verkend.
- 2027: Besluit genomen over structurele externe review of adviescommissie.

Principe 8: Samenstelling en deskundigheid

In 2024 is gewerkt aan een profielschets voor nieuwe bestuursleden met specifieke aandacht voor museale expertise. Ook is besloten om in 2025 een heidag te organiseren voor reflectie en inspiratie. Vervolgstappen zijn het vastleggen van benoemingsprocedures, het ontwikkelen van een introductieprogramma, het uitvoeren van periodieke zelfevaluaties (eventueel met externe begeleiding) en het opstellen van een diversiteitsplan om deskundigheid en evenwichtige samenstelling te waarborgen.

Middelen

- Externe begeleiding zelfevaluatie (€ 3.500 in 2027).

Resultaten

- 2026: Diversiteitsplan opgesteld en benoemingsprocedure uitgewerkt.
- 2027: Eerste externe begeleide zelfevaluatie uitgevoerd.

