

# BELEIDSPLAN

MUSEUM HET MARKIEZENHOF  
2018 - 2023



MARKIEZENHOF





## Bergen op Zoom, stad vol verhalen

### Inleiding

#### 1. WAAR STAAN WE NU

- Ontkoppeling Historisch Centrum het Markiezenhof en vorming Cultuurbedrijf
- Kaders beleidsperiode 2018 - 2023

#### 2. WAAR WILLEN WE HEEN

- Missie
- Visie
- Waarden museum

#### 3. HOE GAAN WE DIT DOEN

- Verhalend museumconcept Publiek Geheim, Geheim Publiek
- Hoe ziet dit eruit voor de diverse disciplines

#### 4. EDUCATIE

- Verhalen als basis voor participatie

#### 5. COLLECTIEBELEID

- Collectiebeleidsplan
- Opbouw collectie
- Beweging in de collectie

#### 6. HUISVESTING

- Uitgangspunten
- Hoofdvestiging het Markiezenhof
- Dependance de Gevangenpoort
- Museumdepot
- Erfgoedlocaties
- Commerciële exploitatie
- Cultureel ondernemerschap

#### 7. MARKETING

- Doelgroep
- Marketinginstrumenten
- Samenwerking

#### 8. ORGANISATIE, BESTURINGSMODEL EN PERSONEEL

- Personeel en organisatie

#### 9. FINANCIËN

- Financieel perspectief
- Investerings narratief concept



Bergen op Zoom is rijk aan tradities, met onder andere de Maria Ommegang, de Jeugdmonumentendag en de Bergse Vastenavond; ieder met eigen gebruiken en rituelen. Daarnaast hebben de verschillende migrantenstromen verhalen en tradities meegebracht. Tel daarbij het rijke culturele leven van de Brabantse Wal waar Bergen op Zoom deel van uitmaakt en je kunt hét verhaal van Bergen op Zoom en de Brabantse Wal vertellen met het Markiezenhof als grootste (monumentale) parel. Het is een prachtig uitgangspunt voor een hernieuwd beleidsplan.

*C.J.L. Meijer*

Directeur Cultuurbedrijf Bergen op Zoom / Museum het Markiezenhof



## Inleiding

Het beleidsplan voor het museum het Markiezenhof is opgesteld voor de periode 2018 - 2023. De laatste beleidsnota van het museum was vastgesteld voor de periode 2005 - 2015. De kaders waarbinnen Het Markiezenhof haar invulling krijgt zijn sinds de vaststelling van de Cultuurvisie (2013) sterk veranderd:

- Per 1 juli 2015 zijn het museum en de archiefdienst ontkoppeld.
- Per 1 juli 2015 maakt het museum onderdeel uit van het Cultuurbedrijf Bergen op Zoom. De museale uitingen zijn zichtbaar in het hoofdgebouw van het Markiezenhofcomplex en in de Gevangenpoort.
- Binnen de Brede Aanpak Binnenstad vervult het Markiezenhofcomplex een belangrijke rol om bezoekers naar de stad te trekken. Als topmonument vervult het een boegbeeldfunctie. Het is een uitdaging om een brede doelgroep aan te trekken, waarbij 'jonge gezinnen modaal plus' door de gemeenteraad aangewezen zijn als hoofddoelgroep.

Dit beleidsplan beschrijft het beleid van het museum in relatie tot de functie van de toerismepoort (VVV) en de commerciële exploitatie in het Markiezenhof.

De museumfunctie kan niet los gezien worden van het hoofdgebouw van het Markiezenhof, omdat het hoofdgebouw zelf als het ware het topstuk in de collectie vormt.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Hier wordt het hoofdgebouw bedoeld en niet de bijgebouwen in het complex zoals het Koetshuis, het bibliotheekgebouw en restaurant 'La Pucelle'.



## 1. WAAR STAAN WE NU

Tijdens de vorige beleidsperiode vond de samenvoeging plaats van Museum het Markiezenhof en het Regionaal Historisch Centrum (RHC, archief) tot Historisch Centrum het Markiezenhof (HCM). Het HCM ging zich richten op drie speerpunten, te weten.:

- De geschiedenis van stad en streek
- De geschiedenis van de kermis
- Internationale politieke spotprenten vanaf 1900

Het doel was om een kenniscentrum te worden voor de drie speerpunten. Tien zalen in het museum zijn tussen 2007 en 2009 heringericht om de geschiedenis van stad en streek te laten zien. Het kermismuseum was al gereed op de bovenverdieping van het Markiezenhof.

Er werden tijdelijke tentoonstellingen georganiseerd met politieke spotprenten en tweejaarlijks een internationaal Cartoonfestival. Verder werden er tijdelijke tentoonstellingen georganiseerd met uiteenlopende onderwerpen, zowel historisch als kunsthistorisch van aard. Vooral de rondreizende tentoonstelling met etsen van Rembrandt in 2013 was een succes. Dit was een gezamenlijk project van vijf musea in Nederland. Deze vijf musea zullen in de nieuwe beleidsperiode nog nauwer gaan samenwerken bij de realisatie van vier exposities met schilderijen uit het Rijksmuseum Amsterdam.

De laatste jaren van de beleidsperiode 2005 - 2015 is er geen aandacht meer besteed aan tijdelijke tentoonstellingen met politieke spotprenten. Het Cartoonfestival werd voor het laatst in 2013 in het Markiezenhof gehouden en wordt inmiddels elders georganiseerd.

## Ontkoppeling Historisch Centrum het Markiezenhof en vorming Cultuurbedrijf

Het gemeentebestuur besloot om per 1 juli 2015 het museum en de archiefdienst te ontkoppelen. De archiefdienst is opgegaan in het West-Brabants Archief (WBA), dat per 1 januari 2017 operationeel werd. Het WBA is gevestigd in het Koetshuis binnen het Markiezenhofcomplex.

Museum het Markiezenhof is per 1 juli 2015 gefuseerd met CKB/ De Maagd.<sup>3</sup> Alle drie de instellingen maken nu deel uit van het Cultuurbedrijf onder leiding van directeur Cees Meijer. Daarnaast is door het gemeentebestuur besloten dat de Gevangenpoort per 1 juli 2015 in beheer zou komen bij het Markiezenhof. Dit monument is in 2015 gerestaureerd en opnieuw ingericht met het verhaal van de rechtspraak in de stad en verhalen van cipers en gevangenen. Als belangrijk commercieel onderdeel is de *escape room* in dit thema vormgegeven en ingericht.

## Kaders beleidsperiode 2018 - 2023

Door de gemeenteraad van Bergen op Zoom zijn een aantal kaders vastgesteld die als vertrekpunt dienen voor de positionering van het museum.

---

<sup>3</sup> Het Centrum voor de Kunsten in Bergen op Zoom was reeds eerder gefuseerd met Theater De Maagd.

## Cultuurvisie

Door de inzet van cultuur liggen er volop kansen om de aantrekkelijkheid van onze gemeente te vergroten op maatschappelijk, toeristisch, ruimtelijk en economisch gebied. Dat is de insteek van de Cultuurvisie (door de raad vastgesteld in 2013). Dit doen we met de vaandels: historisch Bergen op Zoom, creatief/innovatief Bergen op Zoom en talentvol Bergen op Zoom. Het Cultuurbedrijf, en daarmee ook het museum, biedt faciliteiten aan organisaties die invulling (willen) geven aan die drie vaandels.

## Museumregistratie

Het Museumregister is een register van museale instellingen die aantoonbaar voldoen aan criteria voor een kwalitatief hoogwaardige invulling van de functies van een museum. Het Markiezenhof is geregistreerd sinds 7 december 2000. De criteria zijn samengevat in de Museumnorm. In 2016 is een zelfanalyse uitgevoerd.

## Erfgoedwet

Het museum heeft geen wettelijke taak zoals het archief met de Archiefwet. Niettemin is op 1 januari 2016 de Erfgoedwet aangenomen in de Tweede Kamer. Deze wet waarborgt onder meer de gezamenlijke verantwoordelijkheid van overheden voor de bescherming van onze collecties. Er wordt landelijk gepleit voor afstemming van museum- en collectiebeleid van de verschillende overheden om de toegankelijkheid van collecties voor publiek te vergroten.<sup>4</sup> Belangrijke objecten worden door de Erfgoedwet beschermd en mogen alleen buiten het museum/de overheid geplaatst worden na een toets. Die toets is onderdeel van de al bestaande VNG-Richtlijn Afstoting Gemeentelijk Cultuurbezit en de Leidraad Afstoting Museale Objecten (LAMO) van de Museumvereniging.<sup>5</sup> De Museumvereniging heeft zich tot taak gesteld de LAMO en de Erfgoedwet met ingang van 2016 op elkaar te laten aansluiten.<sup>6</sup>

## Erfgoedbeleid /-verordening

Bergen op Zoom kent ruim 800 beschermde monumenten en twee door het Rijk aangewezen beschermde stadsgezichten. Deze monumenten worden beschermd door wet- en regelgeving zoals de Monumentenwet (2016) en de Erfgoedverordening gemeente Bergen op Zoom (2017). Het Markiezenhof en de collectie Gemeente Bergen op Zoom vallen onder deze erfgoedverordening.



<sup>4</sup> [www.brabant.nl/dossiers/dossiers-op-thema/cultuur/erfgoed-en-monumenten/erfgoedkader.aspx](http://www.brabant.nl/dossiers/dossiers-op-thema/cultuur/erfgoed-en-monumenten/erfgoedkader.aspx), ( geraadpleegd op 21-09-2017).

<sup>5</sup> [www.museumvereniging.nl/Voorleden/Ethischecode/LAMO](http://www.museumvereniging.nl/Voorleden/Ethischecode/LAMO), ( geraadpleegd op 21-09-2017).

<sup>6</sup> [www.erfgoedbrabant.nl/kennisplatform/activiteiten/in-samenspraak-suggesties-voor-het-gesprek-tussen-musea-en-gemeenten/](http://www.erfgoedbrabant.nl/kennisplatform/activiteiten/in-samenspraak-suggesties-voor-het-gesprek-tussen-musea-en-gemeenten/), ( geraadpleegd op 21-09-2017).



In het gemeentelijk erfgoedbeleid is als doelstelling opgenomen dat een verschuiving plaatsvindt van een objectgerichte benadering naar een gebiedsgerichte benadering. We kijken dus niet alleen meer naar een Markiezenhof sec, als losstaand monument, maar ook naar het monument in verbinding met de binnenstad, andere monumenten en als onderdeel van de Brabantse Wal.

### Vastgoedbeleid

Binnen het vastgoedbeleid zijn door de gemeenteraad van Bergen op Zoom voor het cultureel vastgoed de volgende primaire waarden benoemd:

- Verhogen belevingswaarde
- Duurzaamheid
- Conserveren en stimuleren lokaal erfgoed
- Stimuleren van sociaal-maatschappelijke effecten.

### Brede aanpak Binnenstad/Expeditie Catan

De terugloop van de aantrekkingskracht van de binnenstad van Bergen op Zoom vormt een belangrijk aandachtspunt. De gemeenteraad heeft aangegeven dat cultuur en monumenten een belangrijke bijdrage leveren om dit te verbeteren. Binnen het project *Brede Aanpak Binnenstad* is het Markiezenhof benoemd als belangrijke trekker voor de binnenstad. In 2016 hebben we daarom in samenwerking met diverse externe adviesgroepen gezocht naar een onderscheidend thema. Daaruit is geconcludeerd dat *storytelling* een themarichting is die goed past bij de cultuur van Bergen op Zoom. Dit hele proces heeft plaatsgevonden onder de werktitel 'Expeditie Catan'.



Kaart opgesteld bij Expeditie Catan, inspirerend voor het geheimenpaleis.

## 2. WAAR WILLEN WE HEEN

Wij willen ons in de beleidsperiode 2018 - 2023 meer richten op het verbinden van het materieel met het immaterieel erfgoed en het verbinden van de bewoners met de verhalen, geheimen en tradities die samen onze gemeenschap vormen. We specialiseren ons dus in *storytelling*, waarbij het delen van geheimen een speciale plaats inneemt. De koers die het Markiezenhof uit wil zetten sluit aan op bestaand beleid en de uitkomsten van een intensief co-creatie proces. Het museum heeft de volgende missie en visie geformuleerd.

### Missie

Museum het Markiezenhof verrijkt Bergen op Zoom en de Brabantse Wal door samen met zoveel mogelijk mensen binnen en buiten de gemeente een innovatief en dynamisch platform te bieden voor kunst, cultuur en erfgoed.

De slogan van het museum '*De Kunst van het Verbinden*' omvat deze visie.

### Visie

Museum Het Markiezenhof zet zichzelf en Bergen op Zoom op de kaart door een actieve rol te spelen in cultureel, museaal en monumentaal Bergen op Zoom, en het toepassen van een narratief concept '*Publiek Geheim, Geheim Publiek*'

We doen dit door:

- verhalende kwaliteitstentoonstellingen (semipermanent en tijdelijk) waarin het universele thema van geheimen centraal staat;
- activiteiten binnen het eigen complex (*on site*);
- verhaalroutes en activiteiten in de stad en op de Brabantse Wal (*off site*);<sup>7</sup>
- podium te bieden om verborgen verhalen en talenten te tonen (*on site* en *online*).

Als onderdeel van het Cultuurbedrijf worden daarbij *cross-overs* gemaakt tussen de verschillende cultuuruitingen binnen het Cultuurbedrijf en wordt samenwerking gezocht met kunstenaars en andere organisaties zoals Basisbibliotheek Het Markiezaat, gemeentelijk beleidsafdeling, het Poppodium, Stichting Vrienden van het Markiezenhof, het West-Brabants Archief, cultuurhistorische organisaties etc. We creëren een omgeving waarin het luisteren naar, het beleven van, het ontwikkelen en uiten van verhalen mogelijk is. Wij gaan daarbij uit van de drie sleutelbegrippen in de Cultuurvisie van de gemeente Bergen op Zoom: creatief/innovatief, talentvol en historisch.

Het Markiezenhof is ook hét centrale knooppunt van de verschillende verhaalroutes van (de binnenstad van) Bergen op Zoom en de Brabantse Wal. We haken onder andere aan bij de vier erfgoedverhaallijnen<sup>8</sup> van de provincie Noord-Brabant. In het museum worden verbindingen aangebracht naar één of meer erfgoedverhaallijnen.

---

<sup>7</sup> Met *off site* wordt in dit beleidsplan bedoeld: op andere erfgoedlocaties in de gemeente Bergen op Zoom of beeldbepalende plekken op de Brabantse Wal.

<sup>8</sup> De erfgoedverhaallijnen zijn: bevochten Brabant, bestuurlijk Brabant, innovatief Brabant en religieus Brabant.  
<https://www.brabant.nl/dossiers/dossiers-op-thema/cultuur/erfgoed-en-monumenten/erfgoedkader.aspx>

## Waarden museum<sup>9</sup>

Door de museumvereniging is de maatschappelijke betekenis van musea gedefinieerd op basis van vijf waarden. Deze waarden hebben wij toegepast op ons beleidsplan en daarbij steeds de vraag gesteld waar wij naar toe willen.

### **Collectiewaarde**

Musea verzamelen en beheren collecties voor en namens de samenleving. Al die objecten en verhalen in musea vormen samen het geheugen van Nederland. Museum het Markiezenhof vervult in Bergen op Zoom deze belangrijke rol. Het museum vertelt niet alleen verhalen die direct samenhangen met de museumcollectie, maar verbindt die collectie ook met de verhalen van bewoners en bezoekers.

### **Verbindende waarde**

Een museum is een ideaal platform voor verbinding tussen verschillende generaties en culturen. Verhalen vormen daarbij een universeel verbindmiddel. Daarom zoeken wij de verbinding met de samenleving, het onderwijs, (amateur)kunstenaars en het bedrijfsleven. Het Markiezenhof moet een plaats zijn waar mensen elkaar ontmoeten en met elkaar in verbinding te komen. Dit sluit direct aan bij de slogan van het museum en het Cultuurbedrijf 'De Kunst van het Verbinden.'

### **Educatieve waarde**

Wij bieden als onderdeel van het Cultuurbedrijf een inspirerende leeromgeving en een podium voor talentontwikkeling. Geleerd wordt niet alleen de eigen identiteit te ontwikkelen maar ook door middel van cultuur een bredere kijk op de wereld te krijgen. Daarbij wordt de waarde en functie van geheimen belicht. Talentontwikkeling is een van de vaandels van de Cultuurvisie. Het Cultuurbedrijf faciliteert ook educatie op het gebied van *storytelling*.

### **Belevingswaarde**

Het Markiezenhof heeft als stadspaleis en Topmonument Brabant een hoge belevingswaarde. Het is een plek waar je tot rust kan komen en op andere momenten biedt het juist een decor voor feestelijk vermaak en museumactiviteiten. Wij kunnen de collectie nog meer inzetten voor belevenissen door de tentoonstellingen meer interactief te maken.

### **Economische waarde**

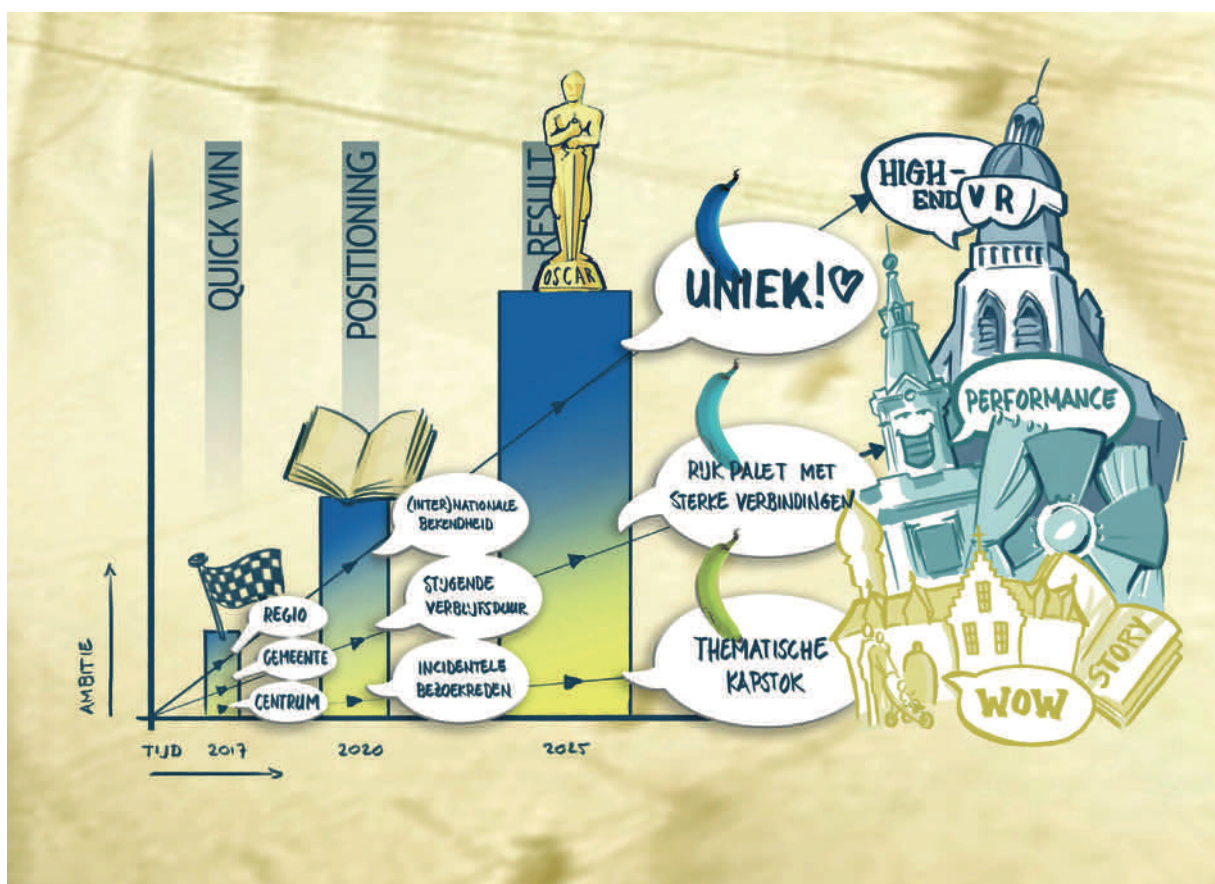
Musea zijn een bron van activiteiten, reuring en aantrekkingskracht en vormen daarmee toeristische trekpleisters. Binnen de *Brede Aanpak Binnenstad* wordt het Markiezenhof ook gezien als dé grote trekker voor de binnenstad. Het stadspaleis ligt midden in het centrum van de stad, waardoor bezoekers makkelijk een bezoek aan het monument kunnen combineren met een bezoek aan het winkelgebied. Een museum geeft een bepaalde meerwaarde aan de stad en draagt bij aan het vestigingsklimaat voor bewoners en bedrijven.

---

<sup>9</sup> [www.museumvereniging.nl/Portals/0/Meer%20dan%20waard.pdf](http://www.museumvereniging.nl/Portals/0/Meer%20dan%20waard.pdf) (geraadpleegd 3 oktober 2017).

**Dit is samen te vatten in de volgende doelen:**

1. Positionering van het Markiezenhof als grote publiekstrekker voor de binnenstad en het vergroten van het publieksbereik van het museum.
2. Stimulering van participatie en maatschappelijke bewustwording van materieel en immaterieel erfgoed.



Tekening opgesteld bij Expeditie Catan, inspirerend voor het geheimenpaleis.

3. Op sterkte houden van de kennis van de geschiedenis van stad en streek.
4. Het gebruiken van onderzoeksresultaten om verschillende verhalen (rondom de museale collectie) te laten beleven.

**Hieraan kunnen de volgende randvoorwaardelijke doelen gekoppeld worden:**

5. Vergroting van de naamsbekendheid via een aangescherpt marketingbeleid in afstemming met Citymarketing en duurzame samenwerking met de VVV Brabantse Wal.
6. Verbetering van het niveau van beheer en behoud van de collectie.
7. Verbetering van de positionering van Museum het Markiezenhof, waardoor het museum als gemeentelijke organisatie met behulp van steunstichtingen in aanmerking kan komen voor meer financieringsbronnen.

### 3. HOE GAAN WE DIT DOEN

#### Verhalend museumconcept: Publiek Geheim, Geheim Publiek

Door het laten beleven van 'onze verhalen' volgens een vaste formule (narratief concept), wordt het museum onderscheidend van andere musea. Dit staat of valt met de kwaliteit van uitvoering en consequentheid van het toepassen van het concept.

Het narratief concept bestaat uit vier bouwelementen. Alleen door steeds weer alle vier bouwelementen in combinatie toe te passen wordt het narratief concept onderscheidend:

- Geheimen of Geheimzinnigheid (dit zijn collectieve begrippen);
- Authentieke Verhalen (dit betreft lokaal of regionaal erfgoed);<sup>10</sup>
- Theater (dit betreft de manier of uitstraling);
- Activatie (dit betreft de interactie met de museumbezoeker).

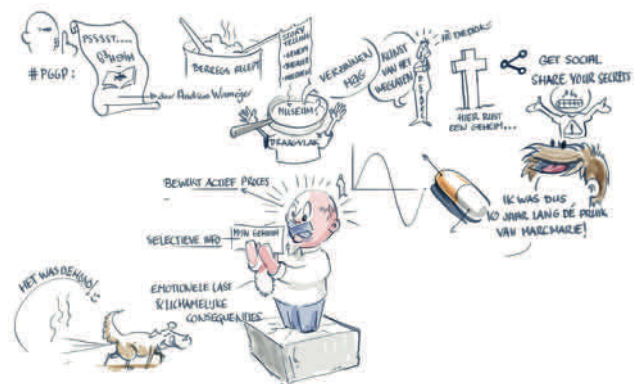
Door het ontrafelen van de geheimen van Bergen op Zoom wordt het publiek deelgenoot van deze geheimen. Daarmee ontstaat er verantwoordelijkheid om deze geheimen samen te behouden.

Binnen dit concept kunnen verschillende verhalen worden verteld. Wij passen het concept toe op zowel de semipermanente opstelling van het museum als de verhalenroutes. Bij tijdelijke museale exposities wordt verbinding gezocht met het thema *geheimen*. Zoals gezegd wordt het concept sterker als dit consequent wordt toegepast. Daarom gaan we de museumwinkel, het museumcafé en de niet-museale exposities 'daar waar mogelijk' op het concept aan laten sluiten.

Bewoners en toeristen laten we de verhalen van de stad en de regio op locatie beleven door het museum via verhaalroutes te verbinden met monumenten en andere beeldbepalende plekken van de gemeente en de Brabantse Wal. Daarbij vormen de erfgoedlijnen (verhalen) van de Provincie Noord-Brabant een belangrijke bron van inspiratie.<sup>10</sup> Daarvoor realiseren we in het Markiezenhof een fysieke toerismepoort, waarbij de VVV Brabantse Wal een belangrijke partner is om bezoekers te inspireren tot het beleven van deze routes. Als projecten en verhaallijnen in de stad en regio aansluiten op het narratief concept, wordt het concept sterker.

We doen dit door:

- Verhalende kwaliteitstentoonstellingen (semipermanent en tijdelijk) waarin het universele thema van geheimen centraal staat;
- Activiteiten binnen het eigen complex (*on site*);
- Verhaalroutes en activiteiten in de stad en op de Brabantse Wal (*off site*);
- Podium te bieden om verborgen verhalen en talenten te tonen.



Afbeelding: Steven Bouwens / Visueel vergaderen

<sup>10</sup> De NHTV (internationaal hoger onderwijs Breda) heeft dit omschreven als 'van bij ons'.

<sup>11</sup> De verhalen van Brabant zijn: Bevochten Brabant, Religieus Brabant, Bestuurlijk Brabant en Innovatief Brabant.

We gaan een mix maken van de verschillende cultuuruitingen binnen het Cultuurbedrijf en zoeken de samenwerking met kunstenaars en andere organisaties zoals Basisbibliotheek Het Markiezaat, het Poppodium, het West-Brabants Archief, cultuurhistorische organisaties etc. Het Markiezenhof is hét centrale knooppunt van de verschillende verhaalroutes van (de binnenstad van) Bergen op Zoom en de Brabantse Wal. Zoals hiervoor vermeld haken we onder andere aan bij de vier erfgoedverhaallijnen van de provincie Noord-Brabant. In het museum worden verbindingen aangebracht naar een of meer erfgoedverhaallijnen.

## Hoe ziet dit eruit voor de diverse disciplines

### Semipermanente tentoonstelling

In de beleidsperiode 2018 - 2023 zal de semipermanente tentoonstelling veranderd worden. In deze tentoonstelling gaat de waarde van geheimen centraal staan; uitgelegd wordt waarom mensen geheimen hebben en wat de functie is van geheimen.

Wij willen dat binnen de nieuwe tentoonstelling deelpresentaties gewisseld kunnen worden, onder een overkoepelende kapstok (verhaal). Daarmee houden we de tentoonstelling in het Markiezenhof vernieuwend (innovatief), zonder dat steeds de hele opstelling aangepast moet worden.

De deelpresentaties kunnen bijvoorbeeld thema's behandelen als Geheimen van het Markiezenhof en/of haar bewoners, 'geheime wapens', 'geheime productieprocessen' of 'ontdekkingen uit verleden of heden (*biobased economy*)'.<sup>12</sup> Deze verhalen geven inhoud aan de getoonde collectie en maken de maatschappelijke waarde van geheimen voelbaar.

Bij de wijziging van de huidige opstelling willen we ook de volgende zaken aanpakken

- Meer interactie (doe-activiteiten)/*experience* in verband met de focusgroep 'jonge gezinnen';
- Duidelijke *routing*.

Landelijke ontwerp bureaus wordt gevraagd een tentoonstellingspitch te houden op basis van het museale (narratief) concept en een grove afbakening van de thema's.

### Tijdelijke museale exposities

We sluiten bij tijdelijke exposities zoveel mogelijk aan op het thema geheimen. Daarbij zijn ook exposities met landelijke aantrekkingskracht denkbaar die de waarde van geheimen uit laten komen. Dit betekent dat dan een geheim van een landelijk bekend persoon of gebeurtenis centraal komt te staan.

### Realisatie expositieruimte: De Schatkamer

Om te kunnen voldoen aan de vraag om toonaangevende exposities te houden is het noodzakelijk om ruimten te creëren waar waardevolle bruiklenen van andere musea en particulieren kunnen worden tentoongesteld. Deze ruimten moeten zowel voldoen aan beveiligingseisen als aan strenge klimaateisen.

---

<sup>12</sup> In de huidige opstelling (2009) wordt geen invulling meer gegeven aan tijdelijke exposities over internationale politieke spotprenten na 1900. In de nieuwe semipermanente tentoonstelling zal dit ook niet aan de orde komen.

Daarom wordt in 2018 op een deel van de 1<sup>e</sup> verdieping van het Markiezenhof een 'Schatkamer' gerealiseerd die bestaat uit verschillende ruimten die voldoen aan de genoemde eisen. Voor de komende beleidsperiode staan de volgende tijdelijke exposities gepland:

### Expositiereeks Uit 't Rijks

In de komende beleidsperiode wordt een intensieve samenwerking aangegaan met vier andere stads-musea in Nederland, Zutphen, Harlingen, Gouda en Hoorn. Daarbij is het doel om in zeven jaar (2018 t/m 2024) vier hoogwaardige tentoonstellingen samen te stellen die putten uit het bezit van het Rijksmuseum Amsterdam rondom de elementen *Aarde*, *Water*, *Lucht* en *Vuur*. De stukken uit het Rijksmuseum reizen naar de vijf samenwerkende musea. In ons museum wordt een combinatie gemaakt met objecten uit de eigen collectie, de geschiedenis van Bergen op Zoom en het thema geheimen. Daarbij werken we samen met het culturele veld. De eerste expositie '*Lage Landen*' rond het thema 'Aarde' zal begin 2019 in Bergen op Zoom te zien zijn.

### Expositie 75-jaar bevrijding Brabantse Wal

In samenwerking met de Stichting Bevrijding Brabantse Wal, het Bevrijdingsmuseum Zeeland en vier verzamelaars wordt er een expositie georganiseerd over 75 jaar bevrijding Brabantse Wal. Tijdens de Tweede Wereldoorlog was Nederland bezet door Duitsland. Vanaf 6 juni 1944 begon de bevrijding van Europa door de geallieerden met de troepenlanding in Normandië. De gemeenten op de Brabantse Wal werden door de Canadezen bevrijd in de periode oktober-begin november 1944. Deze gevechten vormden onderdeel van de Slag om de Schelde in West-Brabant en Zeeland. De expositie zal verspreid zijn over locaties op de Brabantse Wal in de gemeenten Woensdrecht, Bergen op Zoom en Steenbergen. De verhalen (achter de objecten) zullen centraal staan. Tevens zal er worden aangehaakt bij het project *Crossroads* van Visit Brabant en Erfgoed Brabant. De expositie is te zien vanaf 27 oktober 2019 tot en met mei 2020.

### Overige culturele activiteiten

- Naast de ambiance van het Markiezenhof zal de vernieuwing van de semipermanente tentoonstelling en de tijdelijke exposities voor nieuwe aandacht, toeloop en bedrijvigheid zorgen. Flankerende activiteiten – al dan niet gekoppeld aan de tentoonstellingsprogrammering – zorgen voor extra aandacht en bezoek. Door het faciliteren van concerten, ontvangsten, (*storytelling*) workshops, Hofzaalzingen, boekaanbiedingen en dergelijke, willen wij zorgen dat het museum de komende jaren functioneert als geheimenpaleis. Hiebij zoeken wij samenwerking met Basisbibliotheek Het Markiezaat, Erfgoed Brabant, het West-Brabants Archief, cultuur(historische) organisaties, onderwijsinstellingen en boekhandels.
- We beschikken over de daartoe noodzakelijke faciliteiten en met name over geschikte ruimten, waaronder de Hofzaal en de Tuinzalen. In Tuinzaal 1 is het ook mogelijk om onder bepaalde voorwaarden een podium te bieden aan initiatieven voor niet-museale exposities. Voor Tuinzaal 2 zijn plannen aanwezig om horeca te combineren met een workshopruimte. Wij bieden een podium om de verborgen verhalen en talenten van 'Bergenenaren' te tonen. Dit kan in het Markiezenhof of op een andere erfgoedlocaties.

## 4. EDUCATIE

Met erfgoedonderwijs werken we aan de volgende doelen:

- We maken de verbinding met onze geschiedenis, ik, mijn omgeving en de wereld. Door middel van erfgoedonderwijs ervaart men dat de eigen omgeving betekenisvol is en dat het cultureel erfgoed verbonden is met eenieder van ons. Er ontstaat een cultureel bewustzijn in de samenleving.
- Erfgoededucatie is voor iedereen en verbonden met het leven. Een belangrijke doelgroep hierin zijn jongeren. Met erfgoededucatie voor deze doelgroep haken we aan op de brede onderwijsdoelstelling: het ontwikkelen van 21<sup>e</sup>-eeuwse vaardigheden. Erfgoed wordt als middel ingezet om competenties te ontwikkelen. Samen met partners zoals het West-Brabants Archief, Basisbibliotheek Het Markizaat, het onderwijs ontwikkelen we educatieve programma's. Daarbij sluiten we aan op het narratief concept en zetten we in op zelfontplooiing, burgerschap en talentontwikkeling.
- Bergen op Zoom is een multiculturele gemeente. Om goed samen te kunnen leven is het belangrijk dat alle bevolkingsgroepen elkaars cultuur, de bijbehorende uitingen en gebruiken leren waarderen, begrijpen en accepteren. Erfgoedonderwijs is bij uitstek het middel om in aanraking te komen met andere culturen, gebruiken en gewoontes en deze te plaatsen in een breder perspectief. Wij stellen ons als doel met erfgoededucatie de verbinding aan te gaan met en voor alle bevolkingsgroepen binnen de gemeente.
- Met het ontwikkelen van de educatieve projecten sluiten we aan bij de doelen van de gemeente Bergen op Zoom als *Age-friendly City*.
- We passen de huidige educatieve producten aan op het narratief concept. Daarbij bewaken we de toepassing van 21<sup>e</sup>-eeuwse vaardigheden. Dit doen we in verbinding met het Cultuurbedrijf zowel actief als passief.
- We delen kennis met onze bestaande en nieuwe partners om zo elkaar te versterken en deskundigheid te bevorderen.
- We bieden stage- en onderzoeksmogelijkheden aan het beroepsonderwijs en wetenschappelijk onderwijs.

### Verhalen als basis voor participatie

Het heden en het verleden zijn bronnen voor verhalen, voor ieder mens, verbonden aan het ik, de omgeving of de wereld. Actieve participatie is één van de bouwstenen van het museale narratief concept. Daarbij word je uitgedaagd om een verhaal te creëren, te delen, vorm te geven, te beleven of een geheim te ontdekken of te delen. Voor het delen van Bergse verhalen van de inwoners speelt het Markiezenhof als ontmoetingsplek een belangrijke rol. Het museum treedt hierbij ook buiten de muren van het Hof en zoekt hierin naast samenwerking met partners in het culturele veld, samenwerking met partners in het sociaal-maatschappelijke en economische domein. Bergse verhalen en geheimen die ingebracht worden, worden verzameld in een zogenaamde *storybible* welke als bron van inspiratie zal dienen voor de toekomst.



## 5. COLLECTIEBELEID

### Collectiebeleidsplan

Een goed beheer en het voor iedereen toegankelijk maken van de collectie zijn basistaken van het museum. Beide taken hadden een hoge prioriteit in het voormalige collectieplan. Sindsdien is veel vooruitgang geboekt. Er is een nieuw depot ingericht en het handmatige registratiesysteem is overgezet in een collectieregistratiesysteem. Er werd ook een begin gemaakt met collectiewaardering en de selectie van A- en B-objecten (prioriteiten aanduiding).

Het museum, als onderdeel van het Cultuurbedrijf, gaat zich richten op *storytelling* en de waarde van geheimen en maakt daarbij gebruik van het narratief concept *Publiek geheim/Geheim publiek*. Deze veranderingen vergen een andere focus en beleid op het museum en de collectie. In de komende periode wordt er een duidelijkere scheiding aangebracht tussen de commerciële begane grond en de museale bovenverdiepingen. Vanuit dit beleid is de Hofzaal ontdaan van haar museale objecten. Deze worden herplaatst op de bovenverdiepingen.

### Opbouw collectie

De collectie van de gemeente Bergen op Zoom heeft drie beheerders, te weten:

- De Archeologische Dienst: deze dienst beheert het grootste deel van de bodemvondsten.
- Het West-Brabants Archief; het archief beheert de prenten en tekeningen voor een aantal gemeenten in West-Brabant waaronder Bergen op Zoom.
- Het Museum het Markiezenhof: het museum beheert de museale collectie.

De museale collectie bestaat uit objecten en schilderijen binnen de twee hoofdthema's *Stad en streek*, en *Kermis*. We hanteren hierin drie hoofdcategorieën, te weten:

#### 1 Topstukken

- Hebben een hoog uniciteitsgehalte voor Bergen op Zoom
- Vertegenwoordigen een hoge representatieve waarde

#### 2 Kerncollectie

- Vertellen de verhalen van de gemeente Bergen op Zoom

#### 3 Steuncollectie

- Ondersteunen de verhalen of het narratief concept

Het derde thema *Internationale politieke spotprenten vanaf 1900* zal in de komende beleidsperiode worden afgestoten.

Een deel van de museale collectie wordt tentoongesteld in de semipermanente tentoonstelling in het Markiezenhof en de Gevangenpoort. Daarnaast worden objecten gebruikt bij tijdelijke exposities of in bruikleen gegeven aan andere musea. Een klein deel van de collectie wordt (tijdelijk) zichtbaar gemaakt in andere erfgoedlocaties zoals het Oude Stadhuis, de Sint-Gertrudiskerk, diverse erfgoedlocaties en de voormalige Synagoge. Daarbij moeten wel de klimatologische condities en beveiligingsaspecten in ogenschouw genomen worden. Een deel van de BKR-collectie bevindt zich in het gemeentelijke Stads-kantoor. Objecten die niet zichtbaar zijn worden bewaard in het ondergrondse museumdepot.

## Beweging in de collectie

### Acquisitie

In de komende jaren wordt er passief geacquireerd op de collecties *stad* en *streek en kermis*. Aangeboden schenkingen en aankopen worden beoordeeld door de werkgroep Collectie of ze binnen het beleid passen. Er wordt actief geacquireerd op de ondersteunende collectie voor het narratief concept.

### Herbestemmen

In het Markiezenhof is er in de jaren 1960 - 1980 een groot aantal van de zogenoemde BKR-kunstwerken in de collectie gekomen. Deze vallen niet meer binnen het huidige beleid en het museum wil in deze beleidsperiode in ieder geval een groot gedeelte van deze collectie dat zich in het depot bevindt, retourneren naar de kunstenaar en/of herbestemmen.

De deelcollectie internationale spotprenten vanaf 1900 is in het verleden doelbewust verzameld. In het huidige beleid past deze deelcollectie niet meer, waardoor we deze deelcollectie willen herbestemmen.

### Beheer en behoud van de collectie

In deze beleidsperiode wordt niet alleen gewerkt aan de zichtbaarheid van de collectie maar zal ook gewerkt worden aan het verder professionaliseren van het beheer en behoud van de collectie. Enerzijds betreft dit fysieke aanpassingen, zoals het realiseren van klimaatkamers voor tijdelijke exposities, en anderzijds het verbeteren van processen en administratieve procedures. Dit wordt nader uitgewerkt in het collectieplan.

Dit is een vooruitblik op het *Collectiebeleidsplan 2018 - 2023*. Dit plan zal op een later moment op aanvraag beschikbaar zijn.



## 6. HUISVESTING

### Uitgangspunten

Aan het huisvestingsconcept liggen de volgende uitgangspunten ten grondslag:

- In het museale concept wordt uitgegaan dat het Markiezenhof dé centrale plek vormt in het netwerk van verhaalroutes binnen de gemeente Bergen op Zoom (en de Brabantse Wal). In het hoofdgebouw van het Markiezenhofcomplex bevindt zich de hoofdvestiging van het museum als basis voor de semipermanente tentoonstelling en de publiekspresentaties. De Gevangendoor is aangemerkt als dependance van het museum.
- De gemeente Bergen op Zoom is eigenaar van deze gebouwen. Het Cultuurbedrijf, wat een gemeentelijke organisatie is, is hoofdgebruiker van deze gebouwen. Met de professionalisering van de vastgoedtaken van de gemeente (medio 2012) valt het beheer van het Oude Raadhuis in Halsteren, de vml. Synagoge en het Stadhuis al geruime tijd niet meer onder het beheer van het museum.
- De gemeente Bergen op Zoom en de Brabantse Wal zijn tevens podia voor het museum, voor de verhalen van de stad en de regio. Het Markiezenhof fungeert als station waar verschillende verhaalroutes aankomen en vertrekken door verhaalroutes te verbinden met monumenten en andere beeldbepalende plekken van de gemeente (en Brabantse Wal). In het Markiezenhof realiseren we daarvoor een fysieke toerismepoort, waarbij de VVV Brabantse Wal een belangrijke partner is om bezoekers te inspireren tot het beleven van deze routes.
- Het museum treedt ook buiten zijn muren door deelname aan *on site* en *off site* producties, zodat erfgoed en cultuur echt gaan leven. Als onderdeel van het Cultuurbedrijf worden daarbij *cross-overs* gemaakt tussen de verschillende cultuuruitingen binnen het Cultuurbedrijf en samenwerking gezocht met andere organisaties zoals Basisbibliotheek Het Markiezenhof, het Poppodium, het West-Brabants Archief, cultuurhistorische organisaties etc.
- Niet alles is in een keer te regelen. Uitgegaan wordt van een doorgroeimodel.

### Hoofdvestiging het Markiezenhof

#### Kansen

Door de verhuizing van de medewerkers van het archief ontstaan nieuwe mogelijkheden om meer ruimten in het Markiezenhof beschikbaar te stellen voor bezoekers.

- Het voormalige directiekantoor: het is niet nodig deze twee ruimten nog langer in te zetten voor kantoorhuisvesting. Onderzocht wordt hoe deze ruimten kunnen worden ingezet ten behoeve van een museale invulling. Dit compenseert enigszins het afvallen van de Hofzaal waaraan in het nieuwe huisvestingsplan geen museale functie is toegekend.
- De grote galerij en het naastliggende kantoor: door een herschikking van ruimten kunnen deze ook toegankelijk worden voor bezoekers.
- Door een nieuwe liftkolom kunnen meerdere verdiepingen toegankelijk gemaakt worden voor rolstoelgebruikers en ouders met kinderwagens.
- De publieksvoorzieningen op de begane grond van het huidige museum worden verbeterd, met name de entrees, horeca en museumwinkel. Daarbij zetten we in op meer ruimte voor publieksparticipatie en een goede fysieke verbinding tussen het museum en de binnenstad.

Dit leidt wel tot verhuis- en inrichtingskosten waarin bij de begroting van het museum nog niet is voorzien.

## Knelpunten

- Het Markiezenhof heeft als monument zijn beperkingen. Het gebouw is niet volledig geoutilleerd op een brede museale functie. Het volledig geschikt maken van het hoofdgebouw voor de museale functie, inclusief hoogwaardige klimaatbeheersing en veiligheid, zal grote investeringen met zich meebrengen. Bovendien is het de vraag of de belevingswaarde van het monument zelf dan niet te veel wordt aangetast. Echter voor het verkrijgen van bruiklenen van andere musea zullen nog steeds investeringen nodig zijn. We onderzoeken daarom of we tot een optimalisatie kunnen komen van een beperkt aantal expositie ruimten, waarbij we het financiële aspect nauwlettend in het oog houden.
- De begane grond van het hoofdgebouw van het Markiezenhof wordt multifunctioneel gebruikt. Dit gebruik conflicteert regelmatig met de museale eisen die gesteld worden aan het behoud van de collectie. Dat is een belangrijke reden om museale tentoonstellingen niet meer op de begane grond te laten plaatsvinden.
- Aan de uitstraling van de ingangen aan zowel de Grote Binnenplaats als aan de Steenbergsestraat valt het nodige te verbeteren, met name ten aanzien van de gastvrijheid. In 2018 wordt groot onderhoud uitgevoerd aan het Markiezenhof. Het zou goed zijn om dan ook deze aanpassingen mee te laten lopen.
- De interne bewegwijzering/*routing* in het Markiezenhof is verouderd en moet aangepast worden. Het museumgedeelte is helaas niet geheel toegankelijk te maken voor mindervalide bezoekers. Het complex is gebouwd aan het einde van de vijftiende en het begin van de zestiende eeuw, met een verbouwing van de woonvleugel tijdens het begin van de achttiende eeuw. Telkens werden er delen aangebouwd en niet altijd op de dezelfde vloerhoogte op de verdiepingen als in het hoofdgebouw. Hierdoor zijn er beperkingen die niet allemaal zijn op te lossen omdat dit dan in conflict komt met de status als rijksmonument.
- De museumwinkel is niet professioneel ingericht en het museumcafé nodigt onvoldoende uit om er iets te gebruiken.
- Een knelpunt vormt ook de opslag van tentoonstellingsmaterialen, daarvoor is in het Markiezenhof of museumdepot weinig ruimte.

We gaan niet uit van scenario's waarbij de museumfunctie in een ander gebouw wordt gehuisvest, omdat daar mogelijk installatietechnisch de condities eenvoudiger zijn aan te passen. Dit omdat het Markiezenhof zelf in feite het belangrijkste collectiestuk vormt en



grote aantrekkingskracht heeft op het publiek. We onderzoeken of we met beperkte middelen tot een verbetering van de bestaande situatie kunnen komen. Groot onderhoud aan het totale complex is de verantwoordelijkheid van de vastgoedeigenaar, te weten de gemeente Bergen op Zoom. De middelen hiervoor zijn opgenomen in de gemeentelijke begroting. Kosten voor gebouw aanpassingen zijn echter niet meegenomen in de begroting. In de komende beleidsperiode moet duidelijk worden hoe deze knelpunten worden opgepakt. Het voornemen is om de begane grond van het Markiezenhofcomplex meer in te richten voor het multifunctionele gebruik en hierdoor herhaalbezoek te stimuleren en nieuwe bezoekers aan te trekken.

## Dependance de Gevangenpoort

Na de restauratie van de Gevangenpoort in 2015 is het monument aangemerkt als dependance van het museum. In die zin zijn er geen knelpunten te melden. Het monument is helaas niet toegankelijk te maken voor mindervalide bezoekers. Door de middeleeuwse architectuur zijn er beperkingen die vrijwel niet zijn op te lossen.



## Museumdepot

Het museum maakt gebruik van een deel van het ondergronds archiefdepot onder het Wilhelminaveld. Dit voldoet aan alle moderne eisen die daarvoor gesteld worden. Deze ruimte is wel beperkt.

## Erfgoedlocaties

De gemeente is ook eigenaar van andere beeldbepalende erfgoedlocaties in de gemeente, zoals de Grebbe, de Sint-Gertrudiskerk, het Stadhuis, de voormalige Synagoge, het Ravelijn en Fort de Roovere. Belangrijk is dat het museum verbonden wordt met deze monumenten door middel van verhaalroutes. De gemeente heeft een dienstverleningsovereenkomst gesloten met Stichting Bezichtiging Monumenten voor het geven van rondleidingen in deze monumenten. Het museum werkt samen met deze stichting en andere cultuur(historische) organisaties om die verhaallijnen verder vorm te geven.

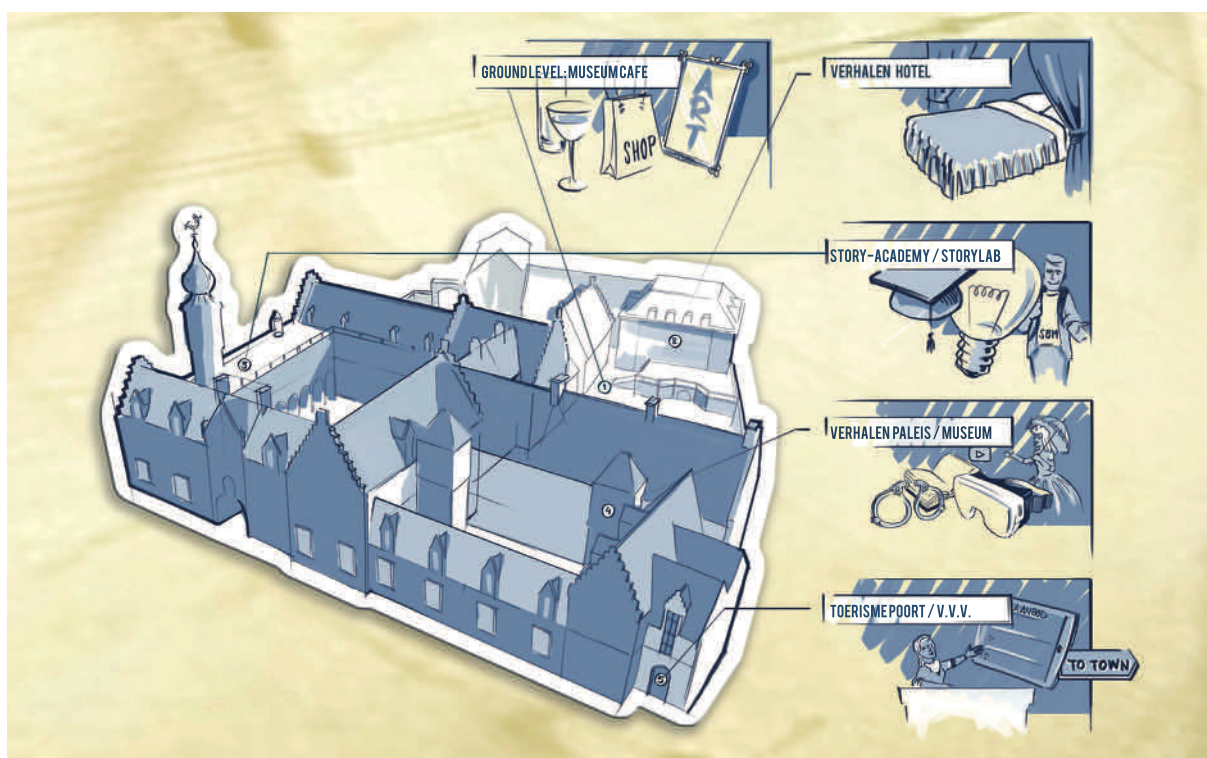
## Commerciële exploitatie

### Cultuurcafé en winkel

Het cultuurcafé kan worden uitbesteed aan een externe ondernemer (zie ook beleidsplan 2005 - 2015). Deze ondernemer zorgt voor een passende inrichting (aansluitend op het museumconcept) onder regie van het Cultuurbedrijf. Er moeten goede afspraken worden gemaakt over samenwerking, openingstijden, inrichting, prijsniveau en aanbod van het menu, inclusief koffievoorziening voor de medewerkers.

De Kleine Binnenplaats kan worden ingericht als terras. Zowel café als terras worden gebruikt voor kleinschalige culturele evenementen. Gedacht wordt bijvoorbeeld aan lezingen, ontmoetingen met kunstenaars en kleinschalige muzikale activiteiten. In samenwerking met de VVV Brabantse Wal worden cultuurproducten verkocht. Het zal ook mogelijk worden om aan de (cultuur)balie kaartjes te verkopen voor voorstellingen, evenementen etc.

De museumwinkel moet kwalitatief goed zijn. De winkel verkoopt producten die aansluiten bij de verhalen van de semipermanente tentoonstelling, tijdelijke exposities in het museum, of die het museale concept ondersteunen (geheimen ontdekken/ontrafelen etc.). Daarnaast wordt *merchandise* ontwikkeld rondom het Markiezenhof als Topmonument van Brabant. Daarbij verdient de doelgroep kinderen extra aandacht.



Tekening opgesteld bij Expeditie Catan, inspirerend voor het geheimenpaleis

## Cultureel ondernemerschap

Gastvrijheid betekent ook de mogelijkheid geven aan derden, zoals bedrijven, netwerken, culturele verenigingen om gebruik te maken van het Markiezenhof. De begane grond van het Markiezenhof biedt mogelijkheden voor kwalitatief hoogstaande commerciële activiteiten: recepties, feesten, trouwerijen, productpresentaties, vergaderingen, diners, symposia, enz. Het Cultuurbedrijf regelt vanaf medio 2015 de verhuuractiviteiten. Deze vinden plaats op de gehele benedenverdieping van het Markiezenhof. Omdat dubbel museaal en commercieel gebruik van de Hofzaal kan conflicteren met het behoud van de museale objecten wordt de inrichting van deze zaal alleen afgestemd op niet-museale activiteiten. Dit betekent dat op de Begane Grond geen exposities meer worden gehouden met klimatologische eisen in verband met het behoud van museale objecten. Het blijft wel mogelijk om de Hofzaal en tuinzalen te gebruiken voor culturele activiteiten. De tuinzalen kunnen ook ingezet blijven voor kleine (niet-museale) exposities of bijvoorbeeld een *pop up art gallery* waarbij op voorhand bekend is dat de klimatologische en veiligheidseisen minder een rol spelen. Het is dan voor een bezoeker niet meer nodig om een volledig museumticket te kopen om deze exposities te bekijken. Het museum krijgt dan een courtage over de omzet van de verkochte items.

Op beperkte schaal is de cipierswoning van de Gevangenpoort ook te gebruiken voor kleinschalige verhueringen, zoals trouwerijen en activiteiten die gelieerd zijn aan de culturele functie. De *escape room* in de Gevangenpoort is uitbesteed aan een externe ondernemer.

## 7. MARKETING

Het narratief concept '*Publiek Geheim, Geheim Publiek*' zal zoveel mogelijk de basis zijn voor alle marketinguitingen. Door langdurig en consequent vast te houden aan dit concept, en de onderliggende bouwstenen (geheimen, Bergse verhalen, theater en activatie) in te zetten bij verschillende grote en kleine projecten kan het museum én Bergen op Zoom en omstreken op den duur geïdentificeerd worden met dit concept. Wil de bezoekerservaring positief zijn, dan moet het totaalconcept kloppen. Het heeft ook te maken met gastvrijheid, kwaliteit van de omgeving, en het breed doorvoeren van thema's. Wij hebben ons doel bereikt als bezoekers positieve ervaringen (geheimen of verhalen) weer doorvertellen aan anderen.

### Doelgroep

Voor de herinrichting van het Markiezenhof en de semipermanente tentoonstelling wordt rekening gehouden met verschillende behoefteprofielen van (museum)bezoekers. Niet iedereen komt met dezelfde verwachtingen naar het Markiezenhof. De een komt bijvoorbeeld om te ontspannen in een historische omgeving, de ander komt om specifiek iets te leren of zich te vermaken. Door ook in de marketing rekening te houden met verschillende behoefteprofielen, wordt een bredere groep aangesproken. De doelgroep *jonge gezinnen modaal plus* verdient daarbij extra aandacht.

### Marketinginstrumenten

Een krachtig marketinginstrument is natuurlijk ook het monument zelf. Het oudste stadspaleis van Nederland (een van de vier Topmonumenten Brabant) in het centrum van het monumentale Bergen op Zoom met (betaalde) parkeergelegenheden daaromheen en op loopafstand van het NS-station.

De digitale cultuur speelt in de periode 2018 - 2023 in alle kernactiviteiten van het Markiezenhof een rol. *Social media* zijn krachtige middelen. We hebben de ambitie om meer fysieke bezoekers te genereren en een digitale klantenbinding op te bouwen welke als ambassadeurs fungeren op het internet. Onze fans en volgers brengen ons weer onder de aandacht bij hun netwerk, en zo bereiken we nieuwe mensen. Mond-tot-mondreclame is ook in deze vorm een van de belangrijkste beïnvloedingsfactoren. We ondersteunen deze *free publicity* bij grote tentoonstellingen met een uitgekende betaalde campagne. De wijze waarop we verschillende marketinginstrumenten inzetten zijn nader uitgewerkt in marketingplannen die we regelmatig actualiseren.

### Samenwerking

We werken samen met partners die onze berichten actief delen. Deze *earned media* vormen een belangrijke bron van objectieve informatie voor potentiële bezoekers. De belangrijkste partners zijn onze integrale samenwerkingspartners, te weten: *Aangenaam Bergen op Zoom (Citymarketing)* en VVV Brabantse Wal. Door integrale samenwerking hebben we meer slagkracht voor betreft regionale marketing.

## 8. ORGANISATIE, BESTURINGSMODEL EN PERSONEEL

### Personeel en organisatie

Het museum maakt vanaf 1 juli 2015 onderdeel uit van het Cultuurbedrijf. Dit betekent dat een aantal functies (management, administratie en marketing) wordt uitgevoerd voor zowel het museum als het theater en het centrum voor de kunsten. Specifiek voor het museum zijn op 1 januari 2017 circa 19 fte werkzaam.

In de komende periode hebben we te maken met een natuurlijke uitstroom van managers en specialisten op het gebied van museumtaken. Het is van belang dat deze functies volwaardig worden opgevuld, met oog voor specifieke deskundigheid en vaardigheden.

Wij zien al onze medewerkers, vast of vrijwillig, als een visitekaartje en aanspreekpunt voor onze bezoekers. We willen dat onze mensen goed hun werk kunnen doen en met plezier naar hun werk gaan. We moedigen ze aan hun talenten te ontplooiën. Medewerkers kunnen hun individuele wensen op het gebied van opleiding en ontwikkeling kenbaar maken. Als onderdeel van de gemeentelijke organisatie kunnen we aanhaken bij algemene opleidingsprogramma's op het gebied van competentieontwikkeling, anderzijds zullen specifieke kennis en vaardigheden voor het museum getraind moeten worden.

Voor de medewerkers van het museum is het verplicht kennis te hebben genomen van de Ethische Code voor Musea van de Museumvereniging en ICOM-Nederland.<sup>13</sup> Deze code vormt de basis van de beroepsethiek van de museale sector in Nederland. Het Markiezenhof is lid van de Museumvereniging en daarmee verplicht de Ethische Code voor Musea als uitgangspunt te hanteren in zijn handelen.

Het museum is voor een deel afhankelijk van de inzet van vrijwilligers. Zo zorgen onze kermisvrijwilligers ervoor dat de kermisminiaturen technisch onderhouden worden zodat jong en oud ervan kan genieten. De rondleidingen in de Gevangenpoort worden verzorgd door de Stichting Bezichtiging Monumenten.

Het museum maakt gebruik van rondleiders die groepen bezoekers thematische rondleidingen aanbieden in verschillende talen. De rondleiders krijgen hiervoor een vergoeding.

---

<sup>13</sup> [www.museumvereniging.nl/Voorleden/Ethischecode](http://www.museumvereniging.nl/Voorleden/Ethischecode) (geraadpleegd 3 oktober 2017).



## 9. FINANCIËN

### Financieel perspectief

Het museum voert voor de Gemeente Bergen op Zoom twee taken uit:

- Het beheren van de gemeentelijke museale collectie;
- Het uitvoering geven aan de presentatietaak (tentoonstellingen/cultuureducatie etc.).

Het Cultuurbedrijf is onderdeel van de gemeente Bergen op Zoom en ook als zodanig opgenomen in de gemeentelijke begroting. Binnen deze begroting staat wat een onderdeel mag kosten. Voor de museale producten geldt dat dit, na verrekening met de te genereren opbrengsten, € 1.318.044, -- mag zijn. Dit is inclusief personeelskosten die direct te relateren zijn aan hun werkzaamheden in het museum. Dit is exclusief de kosten voor het gebouw en de salariskosten van het management.

Het museum zet zich voor de komende beleidsperiode in op een groei van het aantal betalende en niet-betalende bezoekers. Voor de groei van het aantal bezoekers wordt ingezet op het vrijstellen van de toegangsprijs van de Begane Grond van het Markiezenhof. De bezoeker gaat voor het museum betalen, als hij naar de eerste of tweede verdieping gaat. Deze prijs moet marktconform zijn. Hierbij wordt naar andere vergelijkbare musea gekeken. Om meer jeugd en jongeren te trekken zal ook onderzocht worden of het haalbaar is voor de groep tot en met 18 jaar een gereduceerd tarief te vragen of het museum gratis toegankelijk voor hen te maken.

Wij zijn van mening dat dit zal werken als:

- de semipermanente tentoonstelling op de eerste en tweede verdieping vernieuwend blijft en voldoende aansprekend is;
- het narratief concept consequent wordt doorgevoerd en integraal wordt samengewerkt tussen de verschillende marketingafdelingen in de vermarkting van dit concept. Het museale concept wordt ook buiten het museum via verhaalroutes en projecten ondersteund;
- aanvullende inkomsten worden gerealiseerd vanuit cultureel ondernemerschap;
- door de vastgoedeigenaar investeringen worden gedaan zodat het monument voldoet aan de eisen van deze tijd. Het betreft investeringen op het gebied van duurzaamheid en toegankelijkheid voor mindervaliden.

Het museum spant zich in om de financieringsmix te verbreden door ook inkomsten te verwerven uit private middelen: schenkingen en bijdragen van bedrijven en fondsen. Naast de middelen die door de gemeente Bergen op Zoom beschikbaar worden gesteld probeert het Markiezenhof subsidies te verwerven en actief naar sponsors te zoeken; te denken valt aan provinciale subsidies, het Prins Bernhardfonds, het VSB-fonds, de Mondriaanstichting, de Postcodeloterij, et cetera. Deze middelen kunnen zowel voor kleine projecten als grote worden aangevraagd, afhankelijk van het beleid dat wordt gevoerd door subsidiegevers en sponsors. Daarbij wordt onderzocht hoe de structuur verbeterd kan worden (opleidingstraject *Wijzer Weruen*), zodat het gemeentelijke museum in aanmerking kan komen voor subsidies die aan rechtspersonen worden verstrekt.

## Investerings narratief concept

Binnen het Markiezenhof wordt een publieksfunctie (ontmoetingsplek voor inwoners en toeristen) gecombineerd met de museumfunctie. Voor de bezoeker moet sprake zijn van een totaalconcept, waarbij verschillende functies naadloos in elkaar overlopen.

Voor het realiseren van de ambities van de *Brede Aanpak Binnenstad* en de doelstellingen in het operationeel beleidsplan museum 2018 - 2023 zijn investeringen nodig. Voor de invulling van de museumfunctie zijn binnen de lopende begroting kredieten aanwezig. Aflopende kredieten zullen allereerst benut worden voor de implementatie van het nieuwe narratieve concept binnen de museumfunctie.

	2017	2018	2019	2020	2021
Museum modernisering 2017	50.000				
Museum vormgeving grafische inrichting	100.000				
Museum vormgeving grafische inrichting		417.550			
Museum vervanging klimaatbeheersing (vitrines) 2019			29.800		
Museum vervanging/updaten audiovisuele presentaties 2020				135.800	
Museum aanlichten binnenplaats 2020				52.900	
Museum herinrichting 2021					34.000

Naast de museumfunctie zullen in het Markiezenhof meerdere functies komen die complementair zijn aan de museumfunctie. Om het monument meer multifunctioneel in te richten en toegankelijker te maken, zullen onderbouwde investeringsvoorstellen worden gedaan aan de raad. Daarbij willen we ook meer inzicht geven in mogelijke bijdragen van derden, zoals externe subsidies.

Het Markiezenhof is een museum vol verhalen. Een geheimenpaleis. Geheimen die wat ons betreft doorverteld mogen worden, want daarmee verbind je mensen. En dat is iets waar we graag voor staan; de kunst van het verbinden!





Ben jij net zo enthousiast over de nieuwe richting voor het museum?

Wil jij daar aan meewerken of een bijdrage aan doen? Dan zijn daar verschillende mogelijkheden voor:

1. Word actief lid van de Stichting Vrienden van het Markiezenhof (zie [www.vriendenmarkiezenhof.com](http://www.vriendenmarkiezenhof.com))
2. Word verhalenverteller bij de Stichting Bezichtiging Monumenten (zie [www.sbm-boz.nl](http://www.sbm-boz.nl))
3. Pas het narratief concept toe binnen jouw eigen project (zie [www.publiekgeheimgeheimpubliek.nl](http://www.publiekgeheimgeheimpubliek.nl))

---

Foto's voorpagina, p.24, p.25 [www.pictureperfectfotografie.nl](http://www.pictureperfectfotografie.nl).

Tekeningen p.2, p.10, p.11 en p.20 Stevens Bouwens. [www.visueelvergaderen.nl](http://www.visueelvergaderen.nl).

