

# Museum it Tsiispakhûs Wommels

Beleidsplan 2025-2028



*'LEEFTIJD IS NIET BELANGRIJK .... TENZIJ JE EEN KAAS BENT'*

*Stichting It Tsiispakhûs  
Wommels*



1. Inleiding .....	3
2.1 Doel, middelen, missie en visie.....	4
2.2 Ethische Code Musea.....	5
3. Collectie.....	6
4. Publiek.....	6
4.1 Algemeen.....	6
4.2 Publieksactiviteiten.....	8
4.2.1 Presentatie collectie.....	8
4.2.2 Wisselexposities.....	8
4.2.3 Educatieve taken.....	9
4.2.4 Publicaties.....	10
4.2.5 Gastvrijheid.....	10
4.2.6 Marketing & PR.....	11
4.2.7 Overige Publiciteitsactiviteiten.....	11
4.2.8 Samenwerkingen.....	12
5. Bedrijfsvoering.....	13
5.1 Personeel & Organisatie.....	13
5.2 Automatisering.....	13
5.3 Financiën & Begroting.....	13
6. Nawoord.....	14

**STICHTINGSGEGEVENS**

*Stichting It Tsiispakhûs is ingeschreven bij de Kamer van Koophandel registratienummer 41002558.*

*Stichting It Tsiispakhûs is per 01-01-2000 door de Belastingdienst aangemerkt als een Algemeen Nut Beogende Instelling (ANBI)*

*Fiscaal nummer. 805489034 en dossiernummer 65144*

*Stichting It Tsiispakhûs bankrekeningnr. NL13 RABO 0372 000 835*

*Het adres van het secretariaat van de Stichting:*

*Ald Hiem 2 8731BR Wommels Telefoon: 0515-331408*

*@mail adres: [info@tsiispakhus.nl](mailto:info@tsiispakhus.nl)*

*Museumkaart is niet geldig*

*Lid van de Museum Federatie Fryslân*

## 1. Inleiding

Het uitbrengen van dit nieuwe beleidsplan voor de periode 2025-2028 komt op een gunstig kruispunt: het vorige beleidsplan is aflopend terwijl de nieuwe subsidieregeling musea Súdwest-Fryslân 2025-2028 onlangs is vastgesteld.

Sinds de aankoop van het oude vervallen kaaspakhuis in 1985 door de dat jaar opgerichte stichting it Tsiispakhûs en de opening van museum it Tsiispakhûs in 1990 is er door de jaren heen, mede dankzij de vele vrijwilligers een aansprekend museum gerealiseerd met een specifieke collectie erfgoed en historisch materiaal. Ook door haar collectie onderscheidt museum it Tsiispakhûs zich van een doorsnee streek- of landbouwmuseum.

In de afgelopen beleidsperiode is al een solide basis gelegd voor de ambities die in dit onderhavige beleidsplan verder worden ontvouwd. Deze ambities dwingen ons tot meer creativiteit en vernieuwing, professionalisering en een andere wijze van contact met het publiek.

Het bestuur is op sterkte, de interne organisatie en de financiën zijn gezond en het museum voldoet met het predicaat Geregistreerd Museum aan de criteria van Museum Register Nederland.

Maar we moeten aan de slag in de wetenschap dat ons museum nog steeds een ‘verborgen schat’ is.

Voor een klein museum als it Tsiispakhûs is het volgen van de beleidslijnen overzichtelijk maar anderzijds een opgave vanwege de ruimtelijke, financiële en professionele beperkingen. Het vinden van de juiste expertise voor beleidsonderdelen en de beschikbaarheid van professioneel geschoolde krachten is voor het realiseren van ambities noodzakelijk.

Het professioneel uitvoeren van ambities is de laatste tijd iets gemakkelijker geworden omdat in de regio en in de provincie advies en deskundigheid dichtbij voorhanden is. We doelen hier op de Museum Federatie Fryslân, de St. Samenwerkende Musea Zuid-West Fryslân, de SSMZ, bij het platform agrarische en rurale musea in Friesland en bij het Fries Landbouw museum, als onze grote oudere ‘broer’. Het is echter nog te vroeg om tot beleids-afspraken met deze musea te komen. Afstemming met deze partners op gebied van thematische exposities of presentaties blijft een punt van oplettendheid en overleg,

Elke nieuwe koers moet concreet en uitvoerbaar zijn en zodanig worden beschreven dat deze na bestuurswisselingen houvast geeft voor intern gebruik.

Hoewel beleidsplannen gericht zijn op verbeteringen in de toekomst, nemen we u toch even mee naar het jongste verleden. Vanaf het jaar 2016 heeft het museum it Tsiispakhûs intern een duidelijke ontwikkeling doorgemaakt. Het bestuur heeft gezorgd voor wissel tentoonstellingen op de begane grond met een eigen thema maar met een herkenbare connectie met de Friese zuivel, de vaste expositie of de omgeving.

De eerste dusdanige wisselexpositie getiteld “In bannich libben” behandelde het thema melkvervoer,



met het accent op het transport ten tijde van de eerste ‘melkfabrieken’ en op het leven van de melkvaarder of -rijder. Daarna was de expositie “Boer zoekt ... fabriek” te zien, een tentoonstelling ook met het thema de mens in relatie tot de ontwikkelingen in de zuivel. In 2021 kon men de expositie “Loei-goed”, over koeien, wat zij eten, hun melk en onze melk bezoeken. Momenteel is de wissel tentoonstelling “Hulde aan de koe” te bezichtigen. Met beide laatste exposities brengen we

een ode aan de koe, die we in een ander daglicht zetten dan vaak in de media het geval is.  
De Friese cultuur zit in een glas melk!

De rol van het museum in de samenleving is door de gemeente Súdwest Fryslân als volgt benoemd: "it Tsiispakhûs speelt een belangrijke rol in de gemeenschap als bewaker van cultureel erfgoed". Het heeft zowel vanuit maatschappelijk, cultureel als sociaal perspectief een toegevoegde waarde voor de gemeenschap. Dat 'kaas' ooit een economisch grote rol in Wommels heeft gespeeld blijkt ook uit de talrijke (nog aanwezige) karakteristieke kaaskoopmanshuizen in het dorp.

Met dit nieuwe beleidsplan willen we voldoen aan:

- a) de zorg voor de collectie en voor het publiek
- b) de basisvoorwaarden voor toekomstige subsidieaanvragen en /of fondsenwervingen
- c) de functie van richtinggevend document voor het bestuur bij het maken van keuzes
- d) de voorwaarden om de ANBI status te behouden

## 2.1 Doel, middelen, missie en visie

In 1985 is de "Stichting it Tsiispakhûs" opgericht. Volgens de statuten (1985 en 2023) heeft de stichting als doel:

### STATUTEN

#### Artikel 1 - Naam en zetel

1. De naam van de stichting is: **Stichting it Tsiispakhûs**.
2. De stichting is gevestigd in de gemeente Súdwest-Fryslân te Wommels.
3. De stichting beoogt het algemeen nut.
4. De stichting beoogt niet het maken van winst.

#### Artikel 2 - Doel

1. De stichting heeft als doel: in het bijzonder de instandhouding van het voormalige kaaspakhuis gelegen aan het Ald Hiem te Wommels met daarin gevestigd museum it Tsiispakhûs, dat als doel heeft het bewaren van het cultureel erfgoed, dat getuigenis is van de zuivelhistorie in Friesland.

#### Artikel 3 - Middelen

1. De stichting tracht haar doel onder meer te bereiken door genoemd gebouw

en

zodanig te beheren en in te richten dat het zijn uitwendig en oorspronkelijk karakter behoudt tevens dienstbaar kan zijn aan de culturele, educatieve en maatschappelijke belangen van de inwoners van het dorp Wommels en haar omgeving, in het bijzonder de culturele, educatieve en maatschappelijke belangen van de jeugd.

2. Voor het behouden van het voormalige kaaspakhuis, het beheren en het behartigen van de genoemde belangen is museum it Tsiispakhûs gevormd.
3. De stichting tracht haar museumdoelstellingen onder meer te verwezenlijken door het ontplooiën van de volgende initiatieven:
  - a. Publiek kennis laten maken met genoemd cultureel erfgoed, de kennis daarover bij het publiek te verrijken en te motiveren zich in het verleden te verdiepen. Dit trachten we te realiseren door presentatie van en informatie over de culturele en maatschappelijke achtergronden van de materiële erfgoederen, alsmede over het gebruik en de tijdsperiode waarin deze zijn vervaardigd en toegepast.
  - b. Het verwerven, bewaren, beheren, conserveren, registreren en presenteren van het cultureel erfgoed dat getuigenis is van de mens en zijn relatie met de zuivel, de zuivelproductie, de zuivelhistorie en de melkveehouderij in Friesland en omgeving. Het betreft zowel materiële als immateriële overleveringen in een breed perspectief.
  - c. Het presenteren van de collectieonderdelen in hun onderlinge verband.
  - d. Zorgen voor de faciliteiten voor bovenstaande initiatieven en activiteiten.
  - e. De stichting zal geen bedrijfsmatige activiteiten ontplooiën.

#### Artikel 4

Onze **missie**: zie statuten art. 3

Toelichting:

Het gebouw is een essentieel deel van het verhaal dat museum it Tsiispakhûs vertelt. Het museum stelt de geschiedenis van de Friese zuivel en de ontwikkelingen door de eeuwen centraal en maakt inzichtelijk hoe sterk veeteelt en zuivel met de Friese samenleving en de Friese identiteit verbonden waren en zijn.

Onze **strategische** doelstellingen voor de beleidsperiode 2025-2028:

1. Het bijeenbrengen en/of verwerven, beheren en exploiteren van materiële en immateriële collecties die in brede zin in relatie staan tot de ontwikkelingsgeschiedenis van de Friese zuivel.
2. Het verbeteren van de permanente tentoonstelling met nadruk op kwaliteit en beleving (digitale middelen).
3. Het inrichten van een één - of twee jarige tentoonstelling op cultureel, historisch of actueel gebied, gerelateerd aan de permanente tentoonstelling en met beleving op een aantal onderdelen (digitale middelen).
4. Het organiseren van educatieve activiteiten zoals presentaties, lezingen of bijeenkomsten en andere ondersteunende programma 's.
5. Het verwerven van subsidies ten behoeve van restauratie én onderhoud van het gebouw.
6. Het verrichten van activiteiten ter promotie van: de naamsbekendheid, een meer en diverser publiek, het actueel en toegankelijk houden van de website, het organiseren van activiteiten voor jeugd en overig publiek, open dagen, ontvangsten schoolklassen, van lespakketten voor de jeugd, van arrangementen en meer donateurs.
7. Het op professionele wijze presenteren van de collectie mét het verhaal.
8. Samenwerking met regionale partners in de cultuur- en recreatiesector.

Onze **visie**:

- Het museum wil in haar omgeving meer herkenbaar aanwezig zijn
- Het museum wil in de regio een relevant museum met een educatief kenmerk zijn
- Meer bewoners, vrijwilligers en donateurs structureel informeren en betrekken bij onze activiteiten
- Educatieve initiatieven op gebied van melk, melkproducten en voeding uitvoeren
- Een toekomstige dialoog creëren: het museum wil bezoekers stimuleren eigen verhalen in te brengen en aldus kennis te delen

*“Plans are nothing, planning is everything” (Eisenhower)*

## 2.2 Ethische Code voor Musea (ECM).

De statuten, missie en strategie (doelstellingen) en de ICOM definitie van museum vormen samen het kader waarbinnen museum it Tsiispakhûs opereert. De Ethische Code voor Musea (ECM) vormt de leidraad voor het handelen van bestuur, van gastvrouwen /-heren voor de omgang met publiek en voor het beheer en behoud van de collectie. Bestuursleden en vrijwilligers zijn bekend met de ECM.

## Zelfanalyse anno 2024 museum it Tsiispakhûs

Sterke punten	Zwakke punten
Unieke identiteit en geschiedenis	Naamsbekendheid
Originele en authentieke collectie	Locatie in niet-toeristisch gebied
Vaste naast wisseltentoonstelling	Ontbreken voldoende ruimte / geen uitbreiding
Monument	Ontbreken andere attracties in nabijheid
Persoonlijke ontvangst	Kaas is verdwenen uit dorp
Bereikbaarheid	Toegankelijkheid minder validen
Kleinschaligheid	Beleving
Laagdrempelig	Imago van zuivelproducten
Interne communicatie organisatie	Kleinschaligheid
Kaasmaken komt op boerderij terug	Beleving voor kinderen
Team vrijwilligers	

### 3. Collectie

Zie: Collectieplan

### 4. Publiek

#### 4.1 Algemeen

Het museum richt zich met betrekking tot de doelgroepen op alle leeftijden en lagen van de bevolking. Het verwelkomt een gemengd publiek te verdelen in:

Primaire doelgroepen

- Toeristen die in Friesland verblijven. Uit onze publieksmonitor blijken fietstoeristen en watersporters het minst frequent het museum te betreden.
- Inwoners van de provincie.
- Mensen die doelgericht op ons museum/expositie afkomen.
- Docenten van basisscholen die wij in staat stellen met de klas aan het educatieprogramma mee te doen.

Secundaire doelgroepen

- Verenigingen, instellingen en groepen die het museum als plaats van ontmoeting en collectieve beleving gebruiken.

Beperkende factoren voor de publieksdoelstellingen van museum it Tsiispakhûs zijn:

- de locatie in een niet toeristische regio
- de aard en samenstelling van de collectie
- het ontbreken van andere locale attracties
- een “dagje Wommels doen “ is geen attractie
- sporen van het zuivelverleden in de Greidhoek zijn wel in verhalen maar nauwelijks meer fysiek aanwezig

Door de toenemende concurrentie in de vrije tijdsector en door genoemde knelpunten is het veroveren van het publiek lastiger en moet het museum meer belevingswaarde stimuleren. Wisselexposities kunnen een bijdrage leveren ons publiek vast te houden en nieuw publiek te animeren. Omdat het publiek andere eisen stelt, moeten we het museum de komende

beleidsperiode dynamischer maken: bezoekers moeten het verhaal meeleven en niet eenzijdig de objecten en de toelichting consumeren.

Open Dagen of kortlopende activiteiten blijken als belevingsactiviteit in trek te zijn en extra publiek te genereren. Mits de kosten voor de organisatie laag of subsidiabel zijn, willen we hierop in de toekomst focussen.

Een belangrijke bijdrage levert het bezoek in groepsverband op, een collectief vermaak dat het museum stimuleert. Want groepen zijn ook buiten openingstijden welkom en maken graag gebruik van de gratis rondleiding, waarbij frequent sprake is van tweerichtingsverkeer. Groepsbezoek beschouwen we als een speerpunt bij de werving van nieuw publiek.

Speciale aandacht en uitnodigingen voor activiteiten ontvangen onze Vrienden van it Tsiispakhûs.

Een voormalige overeenkomst met een melkveebedrijf om groepen te ontvangen verplaatsen we naar het bedrijf Smink in Bayum dat volledig hierop is toegerust.

Er zijn vergevorderde plannen een overeenkomst met de nieuwe eigenaar van een originele historische melkboot te sluiten. De boot is al ingericht om - tegen vergoeding – vanuit het museum vaartochten met gasten te maken.

Met Dorpsbelang Wommels en met St. Promotie Greidhoek is een begin van overleg gestart om de verouderde bewegwijzering in Wommels te vernieuwen.

De toegankelijkheid voor mensen met een fysieke beperking is een knelpunt van blijvende aard.

Terrein	Voornemen	Invulling	2024	2025	2026	2027	2028
Publiek	Beleving (zie ook CP)	Verhaal / oral history / uitleg versterken	+	+	+		
	Groepen	Stimuleer mond op mond/ max. grootte	+	+	+	+	+
	Arrangement	Boerderij / horeca; vaartochten melkboot	+	+	+	+	+
	Zichtbaarheid	Bewegwijzering dorp		+			
	Open dagen	Alde Maaie OMD OMM nov. Verhalenavond	+	+	+	+	+



## 4.2 Publieksactiviteiten

### 4.2.1. Presentatie van de collectie (zie ook CP)

De permanente opstelling van drie deelcollecties, de kerncollectie, is de belangrijkste pijler onder het museum en blijft invulling geven aan de geformuleerde missie, visie en doelstellingen. Veranderingen (verbeteringen) in de vaste presentatie zijn doorlopend gaande. Dit vindt zijn oorzaak in het continue aanbod van objecten die we óf ter aanvulling óf ter verbetering inzetten. Exposities verzorgen we geheel zelf waarbij we vooral waken voor een te dichte presentatie.

De informatie op de audio tour willen we inkorten. Indien een object in de tentoonstelling wordt toegevoegd of verplaatst is de content en de volgorde van afspelen lastig aan te passen. Hierbij schakelen we de hulp van de leverancier/ontwerper in.

Bij alle objecten in de tentoonstellingen zijn eenvoudige naambordjes aanwezig. Deze naambordjes gaan we verbeteren.

Een voornemen dat we al eerder hebben gemeld is het toevoegen van een QR - code aan een object om met het scannen ervan het maakproces met het gelijknamige object vandaag de dag te laten zien of te vertellen.

Terrein	Voornemen	Invulling	2024	2025	2026	2027	2028
Permanente expo	Verbetering / aanvullen	Voortdurend	+	+	+	+	+
	Audio tour	Inkorten / herzien	+	+		+	
	Tekstbordjes	Tekstuele informatie; renoveer	+	+			
	Informatie bij object	QR codes verdieping / maakproces nu		+			
	Films / oraal erfgoed	Beleving bij / werking van objecten	+	+			
	Geur van kaas	Zuilen			+		

### 4.2.2. Wisseltentoonstellingen

Wisseltentoonstellingen zijn één - tot tweejarige exposities die altijd een specifiek thema betreffen en bedoeld zijn ter verdieping maar ook om te verrassen en te prikkelen. Met het organiseren van tijdelijke tentoonstellingen willen we een herhalingsbezoek en ook andere doelgroepen (jongere) bereiken.

Voor de inrichting zijn beperkte financiële middelen beschikbaar, daarom kiezen we veelal voor een tweejarig interval. Het thema van een wisselexpositie heeft altijd een cultureel, een historisch of een actueel karakter naast een verplichte relatie met óf het pakhuis óf met de vaste expositie.



Een hobbel bij het maken van tijdelijke tentoonstellingen is het gebrek aan professionele kennis op gebied van ontwerp en vormgeving. Door het samenwerkingsverband SSMZ van negen musea in de gemeente SWF is op dit terrein straks kosteloos advies in te winnen.

Terrein	Voornemen	Invulling	2024	2025	2026	2027	2028
Wissel-expo	Melkstaking van 1943	Wisseltentoon - stelling inrichten		+	+		

#### 4.2.3. Educatieve taken

Deze specifieke vorm van publieksbegeleiding in het museum richt zich op twee doelgroepen: schooljeugd en volwassenen.

a. Het KEK - programma (Kultuur Educatie en Kwaliteit) voor klassen van de basisschool breiden we deze beleidsperiode uit met het digitaliseren van het lespakket en het samenstellen van een leskist. Museum it Tsiispakhûs wil ook meer prioriteit leggen op het bezoek van schoolklassen; misschien mogen we later de familieleden begroeten? Dit programma wordt door vier vaste vrijwilligers begeleid en ons aanbod maken we in de jaarlijkse edities van de cultuurbrochures van Akte2 en GroenDoen kenbaar. Voor kinderen die het museum individueel bezoeken is er de ( bijna traditionele) speurtocht.

Een bezoek aan de ervarings-boerderij in Bayum is voor kinderen in groepsverband erg educatief. Een voorbeeld van een vloerpuzzel voor kinderen hebben we en laten we uit eenvoudige materialen vervaardigen.



b. Voor het onderdeel volwassen - educatie bieden we groepen een inleiding met rondleiding aan, die vaak een dialoog oplevert. De individuele bezoeker bieden we informatie m.b.v. de audio tour aan naast achtergrondinformatie via tekstbordjes, zaalteksten, wandplaten en beeldmateriaal.

Voor de connectie 'hoe gaat het nu in een zuivelfabriek' met het verleden willen we middels een te scannen QR - code bij een object een 'verdiepingslaag', bestaande uit film en /of schriftelijke informatie, ontwikkelen.

Daarbij komen bij melk veel meer dan vroeger nieuwe waarden als gezondheid, invloed op landschap en natuur om de hoek kijken. We hebben een begin gemaakt met het geven van voorlichting over met name recent ontwikkelde zuivelproducten. Met behulp van een touchscreen willen we jonge en oude bezoekers objectieve informatie geven over melk, zuivelproducten en gezondheidsaspecten. Daarnaast krijgen we regelmatig de vraag wat de verschillen tussen de diverse soorten kaas zijn. Op digitale manier, door en met studenten van de NHL Hogeschool, willen we dit duiden.

Educatie	Voornemen	Invulling	2024	2025	2026	2027	2028
Kind & volw.	KEK school - programma	2-talig Fries/ Ned.	+	+			
		Opdrachten vernieuwen		+			
		Digitaal lespakket	+				
		Leskist zuivel (2st.)		+			
	Speurtocht	Herzien	+				
	Immaterieel erfgoed	Story-telling NHL		+			
	Vloerpuzzel	Hulp van buro Opvallend	+	+			
	Melk en voeding	Touchscreen		+			
	Kaas en de verschillen	NHL Stenden		+	+		

#### 4.2.4. Publicaties

In de komende beleidsperiode bestaat, evenals in de afgelopen periode, niet het voornemen tot het uitbrengen van publicaties. We schrijven voorafgaand aan een publieksactiviteit of een nieuwe expositie een kort inhoudelijk artikel in locale en provinciale media. We gebruiken de website voor informatie, agenda, nieuws over het museum.

#### 4.2.5. Gastvrijheid

Het museumbeleid is ook een goede gastvrijheid waarborgen. Vóórafgaand aan het museumseizoen attenderen we onze vrijwilligers (de gastvrouwen en -heren) in twee bijeenkomsten erop dat zij voor de bezoeker de eerste kennismaking met het museum zijn, dat ze een meerwaarde hebben en invulling kunnen geven aan de functie van gastheer of- vrouw (instructie video).

Gastvrijheid	Voornemen	Invulling	2024	2025	2026	2027	2028
	Zitgelegenheid	Zitblokken met Goudse kaas kussen	+	+			



#### 4.2.6. Marketing en public relations

De strategie van het museum is helder: de komende jaren aandacht besteden aan het werven van meer publiek en aan het vergroten van onze naamsbekendheid.

Meer bekendheid en bezoekers trachten we al te genereren door middel van: traditionele publicaties op papier zoals onze jaarlijkse folder, uitsturen van persberichten, vermelding in agenda 's van bladen, Uit - kranten en VVV - gidsen en op hun websites, naast het vervaardigen en verspreiden van affiches.

Publiciteit in de vorm van betaalde advertenties zijn (te)duur, volgens specialisten niet effectief en plaatsen we derhalve niet.

Online marketing voeren we via de website en het plaatsen van berichten op facebook en instagram, waarmee één bestuurslid is belast. Goede vindbaarheid via de zoekmachine Google is onontbeerlijk en heeft onze aandacht. De doelgroep in de leeftijdscategorie 35-65 jaar willen we door intenser gebruik van social media beter bereiken.

Het achterlaten van reviews op bepaalde platforms door bezoekers is een moderne vorm van mond-op - mond reclame waarop het museum de bezoekers de komende periode nog meer wil wijzen.

Marketing vanuit het museum én in samenwerking met onze partner Waterland van Friesland, naast de professionalisering van onze inzet op dit specialistische terrein, is noodzakelijk. Hierbij kan ons lidmaatschap van de jonge SSMZ haar nut bewijzen.

Het museum kent ca. 275 vrienden/freonen waarvan we actief de @mailadressen registreren.

D.m.v. doelgerichte nieuwsbrieven betrekken we de groep vrienden bij het museum om daarmee ook het museum in de gemeenschap te positioneren. Deze positie gaan we versterken door de komende jaren nieuwkomers in Wommels en bezoekers van een evenement vriend te maken.

Terrein	Voornemen	Invulling	2024	2025	2026	2027	2028
Marketing P.R.	Online marketing	Focus		+	+	+	+
	Vrienden werven	Campagne	+	+			
	Museum - kaart	Onderzoek		+			
	'In the spotlight'	1 x per kwartaal verhaal schrijven achter een object voor de media		+	+		
	Fiets 11-stedentocht	Onderzoek bij organisaties	+	+			
	E-mail-adressen verzamel	Freonen	+	+	+		+

#### 4.2.7. Overige publieksactiviteiten

Het museum organiseert 'Open Dagen' en in de winter lezingen, filmmiddag en neemt het jaarrond aan centraal georganiseerde evenementen zoals Open Monumenten Dag, Open Museum Maand, NL Doet Oranje fonds, de Verhalenavond en Alde Maaie deel of organiseert deze zelf. Dit zijn meest gratis toegankelijke evenementen en op dit type happenings komt opvallend veel publiek af! Na

afloop van een dergelijk evenement willen we kunnen rekenen op een positief saldo dat we uit verkopen (koffie/thee, etc.) trachten te realiseren.

Terrein	Voornemen	Invulling	2024	2025	2026	2027	2028
Publieks-activiteiten	Evenement	Alde Maaie etc.	+	+	+	+	+
		Dorpswandeling gids		+			
		Vaarexcursie melkboot	+	+	+		



#### 4.2.8 Samenwerkingen

Het museum is aangesloten bij twee provinciale VVV's, is informatiepunt voor één van deze, is lid en werkt samen met de regionale Stichting Promotie Greidhoek. Samen met de promotiekanalen van deze toeristische organisaties willen we de doelgroep cultuurtoeristen over de drempel te halen. Het museum reikt gratis fietskaarten uit, is knooppunt in een fietsroute die via het scannen van een QR-code is te beleven.

Terrein	Voornemen	Invulling	2024	2025	2026	2027	2028
Samenwerking	Signalering dorp	Dorpsbelang	+	+			
	Toeristen-sector/horeca	Locale ondernemers; kortingsbon	+	+			
	VVV acties	Aanhaken acties	+	+			
	Musea / SSMZ	Deelname activiteit	+	+	+	+	+
	Melkveebedrijf	Boerderij en educatie Bayum		+			

## 5. Bedrijfsvoering

### 5.1 Personeel en organisatie

De St. it Tsiispakhûs kent een bestuur bestaande uit vijf personen (vrijwilligers), die conform de statuten (2023) aftreden. Voor specifieke onderwerpen is een gedelegeerde verantwoordelijkheid bij één van de bestuursleden gelegd ( bv. voor registratie, het vrijwilligersbeleid, website).

De binding met de dorpsgemeenschap is voor een deel gesmeed door de samenstelling van het bestuur dat voornamelijk uit die gemeenschap komt. Voor een ander deel door de groep ‘Vrienden van het museum’ en niet te vergeten ons corps vrijwilligers (gastvrouwen /-heren ).

Voor de continuïteit is het noodzaak deze laatste op peil te houden, wat tot nu toe slaagt. Aan de hand van het ‘Vrijwilligersbeleid’ dat de werkwijze verheldert, wrijving of ongelijke behandeling voorkomt, structuur bij de werving van nieuwe en aansturing van bestaande (balie)-vrijwilligers geeft, gaan we verder op de ingeslagen weg.

Jaarlijks bieden we hen een aantal sociale en beleidsmatige bijeenkomsten én een uitstapje aan.

Terrein	Voornemen	Invulling	2024	2025	2026	2027	2028
Organisatie	Commissie	Instellen project	+	+	+	+	+
	Bijscholing vrijwilliger	Jaarlijks: vb. -gastvrijheid -collectie -historie	+	+	+	+	
	Werving vrijwilligers	Contacten	+	+	+	+	+
	Vrijwilliger functioneren/ evaluatie	Vrijwilligers-coördinator	+	+	+	+	+

### 5.2 Automatisering

Het museum registreert alle objecten in de collectie met behulp van het computerprogramma ZCBS (Zijper Collectie Beheer Systeem) en blijft hiervan lid. Het is een officieel door Museum Register Nederland erkend registratie systeem. De gehele collectie van het museum is online vindbaar.

### 5.3 Financiën en begroting

We kunnen aan al onze financiële verplichtingen voldoen. Voor specifieke projecten zoals de restauratie van het pand of in geval van een unieke activiteit of evenement, benaderen we fondsen of goede doelen organisaties.

Betreffende de volgende verplichte restauratie van het monument tussen 2025 -2028 is, naast een eigen bijdrage, externe financiering onontkoombaar. We beschikken over een bestemmingsreserve voor de komende restauratie. We starten nooit met de realisatie van een project voordat de garantie van toegezegde subsidies is ontvangen.

Het weerstandsvermogen van het museum is goed en dat vermogen zal met de invoering van het nieuwe subsidiebeleid musea SWF 2025-2028 niet afnemen.

## **6. Nawoord beleidsplan 2025-2028**

Met het onderhavige beleidsplan 2025-2028 legt de St. it Tsiispakhûs haar toekomstvisie neer die de basis vormt voor de koers van het museum.

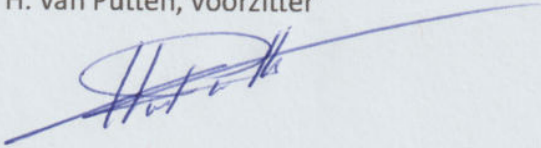
In de doelstellingen van museum it Tsiispakhûs staat in het bijzonder de jeugd als een belangrijke doelgroep genoemd en op deze categorie moeten we ons publieksskompas deze beleidsperiode meer richten.

Lokaal is museum it Tsiispakhûs inmiddels een begrip geworden, bij uitzoomen beslist nog niet. Het bestuur van het museum is trots op wat er tot nu toe is bereikt, op haar verankering in de gemeenschap en zal het verder ontwikkelen op de ingeslagen weg om de erfgoedcollectie en de kennis daarover te vergroten en over te dragen aan de volgende generatie. Nieuwe doelgroepen en een nieuwe generatie bezoekers aanspreken moeten worden gerealiseerd, opdat we ook de ambitie van meer dan 1000 bezoekers per jaar kunnen melden.

Als bijvangst willen we hiermee in de toekomst voldoende en nieuwe vrijwilligers aan het museum binden.

Dit beleidsplan 2025-2028 is goedgekeurd en vastgesteld in de bestuursvergadering van de St. it Tsiispakhûs op 26 april 2024.

H. van Putten, voorzitter

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

S. Eringa – Rypma, secretaris

A handwritten signature in blue ink, featuring a circular element and several loops.

Wommels, 26-04-2024