

Vereniging van Vrienden van het Museum "Het Rembrandthuis"

Een dynamische vereniging

## **Beleidsplan 2013 – 2017**

## **INHOUD**

|  |    |
|--|----|
| 1. Inleiding.....                                | 4  |
| 2. Beleidsprioriteit .....                       | 5  |
| 3. Algemeen beleid 2013-2017.....                | 6  |
| 4. Beleidsvoornemens m.b.t. leden.....           | 7  |
| 5. Financiële beleidsvoornemens .....            | 8  |
| 6. Beleidsvoornemens Organisatie & Bestuur.....  | 9  |
| 7. Intensiveren samenwerking met het museum..... | 9  |
| 8. Beleidsvoornemens communicatie .....          | 10 |

## 1. Inleiding

Stichting Het Rembrandthuis heeft in de afgelopen planperiode 2008-2012 een voorspoedige groei gekend, die zich kenmerkt door o.a. de volgende resultaten:

- Een toename van het aantal bezoekers van 185.000 in 2008 naar 200.000 in 2011/12;
- De toegenomen internationale erkenning van het museum als kenniscentrum met betrekking tot Rembrandts leven en werk;
- Een programmatische aanpak van (grote) tentoonstellingen in binnen- en buitenland;
- Gestage groei van het aantal schoolgroepen.

“Rembrandthuis: venster op de Gouden Eeuw” is het motto waarmee de stichting haar tweede eeuw ingaat door:

1. Consolidatie van de groei in bezoekersaantallen naar ca. 210.000/225.000 bezoekers per jaar;
2. Een kwaliteitssprong in de kennisinteractie o.a. door het ontsluiten van de gehele collectie via internet;
3. Verbetering van de regionale worteling door het herhaalbezoek van bezoekers uit de regio Groot-Amsterdam te vergroten;
4. Uitbreiding en organisatorische versterking van de educatieve activiteiten.

Met de prestaties die de stichting in de afgelopen jaren heeft geboekt en de ambities voor de komende jaren is de stichting Rembrandthuis zeer goed op weg. Alles wijst op een continuering van de gestage groei die het Rembrandthuis een aantal jaren geleden heeft ingezet en waaraan de Vrienden van het Rembrandthuis haar steentje aan wenst bij te dragen.

De Vereniging van Vrienden kende de afgelopen jaren een stabiel tot licht dalende ledenontwikkeling.

Ze voert sinds vorig jaar een actiever beleid om de betrokkenheid van de leden bij het reilen en zeilen van het Museum en de Vereniging te vergroten. Dit nieuwe beleid komt onder meer tot uiting in de intensivering van het medegebruik van de elektronische Nieuwsbrief van het museum. Een contactmedium dat om de 6 a 8 weken verschijnt, en de organisatie van goed bezochte bijeenkomsten en lezingen.

Zowel bij de museumstaf als het Verenigingsbestuur leeft de overtuiging dat hier nog winst te halen valt. Uit dit besef ontstond de wens om de doelstellingen, organisatie, financiën en activiteiten tegen het licht te houden en op basis daarvan tot een samenhangende beleidsvisie te komen. Het voordeel van deze aanpak is evident: een duidelijk en daadkrachtig beleid door vooraf beredeneerde keuzes te maken over de komende planperiode.

In de volgende paragrafen gaan we nader in op de beleidsprioriteiten voor de komende vier jaar, met algemene beleidsprioriteiten, de prioriteiten t.a.v. de leden, het financiële beleidsvoornemens, het bestuur en de werkorganisatie, de relatie met het museum en tenslotte de communicatie. Iedere paragraaf in het beleidsplan eindigt met een passage over de beleidsvoornemens voor de jaren 2013-2017. De looptijd van plan loopt parallel aan het nieuwe beleidsplan van het museum.

Deze beleidsnotitie is opgesteld door het Verenigingsbestuur en in overleg met de directie van het Rembrandthuis tot stand gekomen. De verantwoordelijkheid voor de uitvoering ligt bij het bestuur van Vrienden.

## 2. Beleidsprioriteit

### Doelstellingen van de vereniging

De Vereniging van Vrienden is opgericht met het doel om, daar waar mogelijk, het museum te steunen in de uitvoering van het beleid. Naast het verstrekken van financiële bijdragen en de organisatie van evenementen heeft de Vereniging ook een niet te onderschatten pr-functie: een goed georganiseerde en florerende Vereniging draagt op positieve wijze bij aan het imago van het museum.

De oorspronkelijke doelstellingen van de vereniging, zoals verwoord bij de oprichting, zijn vastgelegd in Artikel 3 van de Statuten (vastgesteld 03.04.1984):

1. De vereniging heeft ten doel het bevorderen van de belangstelling voor het Museum "Het Rembrandthuis" te Amsterdam;
2. De vereniging tracht dit doel onder meer te bereiken door: het verzorgen van publicaties en het (doen) organiseren van lezingen en tentoonstellingen alsmede het bijeenbrengen van fondsen teneinde "Het Rembrandthuis" in staat te stellen bijzondere activiteiten te organiseren.

Schematisch samengevat bestrijken deze doelstellingen 5 hoofdactiviteiten:

1. het functioneren van de vriendenvereniging als pr-instrument voor het museum;
2. fondsenwerving ten behoeve van incidentele bijdragen aan het aankoopbudget van het museum;
3. fondsenwerving ten behoeve van bijzondere museumactiviteiten;
4. het verzorgen en uitgeven van publicaties;
5. het organiseren van activiteiten voor de leden.

De Vereniging geeft deze doelstelling en opgedragen activiteiten gestalte door:

- het verstrekken van financiële bijdragen voor bepaalde museumactiviteiten (ad 4) en t.b.v. aankopen (ad 5);
- het uitnodigen van de leden voor alle tentoonstellingen, soms voor de officiële openingen, soms voor speciale ledenopenstellingen (ad 1 en 3);
- het uitgeven van een wervingsfolder voor het lidmaatschap van de vereniging (ad 1);
- gegarandeerde afname van de voor alle leden benodigde exemplaren van De Kroniek(ad2);
- het verzorgen van eigen Vriendennieuws als onderdeel van de elektronische Nieuwsbrief van het museum, dat onder leden van de Vriendenvereniging en relaties van het museum wordt verspreid (ad 2);
- uitgave van de bestandscatalogus van het museumbezit (ad 2)
- het organiseren van lezingen en excursies (ad 3).

Dit brede gamma aan activiteiten is indrukwekkend, maar bedacht dient te worden dat de vereniging slechts 330 leden omvat met een jaarlijks inkomen aan contributies en donaties van ca. € 12.000. Dit betekent noodzakelijkerwijze dat de slagkracht van de vereniging toch beperkt is. Daarbij past de vraag hoe effectief we zijn in onze activiteiten, of we de activiteiten uitvoeren met de grootste hefboomwerking en hoe efficiënt we zijn (doen we niet teveel of te weinig).

### Vraagstelling

Het ledenbestand van de vereniging heeft over de afgelopen 4 à 5 jaar steeds zo rond de 360 leden geschommeld.

De jaarlijkse instroom en uitstroom van leden is redelijk constant en compenseert elkaar. Ieder jaar komen er zo rond de 10-15 leden bij en een even groot aantal valt af.

De extra activiteiten van de vereniging vorig jaar, w.o. de lezingencyclus, hebben niet geleid tot een structurele stijging van het aantal leden. Dit is wel de ambitie van het bestuur van de vereniging, omdat meer leden bijdragen aan een grotere inkomstenstroom en zo het Rembrandtmuseum beter door ons kan worden ondersteund.

Centrale vraag is hoe we in de komende periode het Rembrandtmuseum beter kunnen ondersteunen in zijn beleidsvoornemens, met andere woorden hoe wij zelf nog beter als

voorheen de eerder genoemde vijf hoofdactiviteiten kunnen uitvoeren. In de komende paragrafen gaan wij dieper in op het beantwoorden van deze vraag.

### **3. Algemeen beleid 2013-2017**

#### Introductie

Het beleid en de activiteiten van de Vereniging zijn tot op heden niet planmatig vastgelegd. Zowel voor een gestructureerd en succesvol functioneren als vereniging, als vanuit hedendaags maatschappelijk oogpunt, is het noodzakelijk de doelstellingen en de beleidsvoornemens in een beleidsplan vast te leggen. Dat dient in de ledenvergadering te worden vastgesteld. Het meerjarenbeleidsplan is op zijn beurt de basis voor jaarlijkse activiteitenplannen en begrotingen. Een evident voordeel van zo'n beleidsplan is dat vooraf beredeneerde keuzes helderheid verschaffen aan de leden, en aan onze omgeving. Ook maakt het inspraak op voorgenomen besluiten mogelijk.

#### Beleidsvoornemens 2013-2017

##### 1. Herzien van statuten & doelstelling

De doelstellingen en activiteiten van de vereniging, zoals die zijn vastgelegd in de statuten, zijn op zich nog voldoende valide. Gezien de gewijzigde wetgeving voor stichtingen en verenigingen is het aan te bevelen de huidige statuten op hun huidige rechtsgeldigheid te laten onderzoeken en zo nodig daarop aan te passen. In dat geval ligt het in de rede om tevens een algemene actualiseringslag door te voeren. T.a.v. de doelstelling van de vereniging zou dan de hierboven genoemde hoofdactiviteit 2 (fondsenwerving ten behoeve van incidentele bijdragen aan het aankoopbudget van het museum) dienen te worden toegevoegd aan de overige genoemde activiteiten. Deze mogelijkheid wordt in het onderzoek betrokken.

##### 2. Versterken strategische positie en intentie van het Rembrandthuis

Het bestuur wil de directie van het Rembrandthuis actief ondersteunen om de positie van het museum als publiekstrekker te vergroten. Deze loopt via de lijn van een verder stijgende bezoekerslijn, die permanent rond de 220.000 per jaar moet komen liggen. Een aantrekkelijke tentoonstellingsprogrammering, doelgroepdifferentiatie (eenmalige bezoekers en liefhebbers) en een heroverweging van het gebruik van de beschikbare ruimten definieert de directie als speerpunten voor de komende jaren.

De vereniging, met zijn leden in de Nederlandse maatschappij, kan voor het museum een gemakkelijk bereikbare testgroep vormen voor bovengenoemde en andere vernieuwingen. Zo beschikt het museum over directe voelhorens in de maatschappij om veranderingen uit te testen. Een sterke en actieve vereniging kan het succes van elk van de activiteiten van de directie helpen versterken, zoals te denken valt aan een groter aantal bezoekers van tentoonstellingen en uitbreiding van het programma door activiteiten van de vereniging voor haar leden. Een actieve vereniging zal bovendien positief bijdragen aan het imago van het Rembrandthuis.

##### 3. Kwaliteitsslag als werkorganisatie

Onze vriendenvereniging is een ondersteunende organisatie ten behoeve van het museum. Het werk wordt verricht door vrijwilligers, die onder andere zitting hebben in het bestuur. De groei die we beogen, samen met de voorgenomen uitbreiding van het aantal activiteiten, vraagt om een kwaliteitsslag. Immers, de hoeveelheid werkzaamheden neemt toe, zeker wanneer de beoogde groei werkelijkheid wordt de komende jaren. Dit vereist een andere manier van werken en organiseren die efficiënt omgaat met de beschikbare tijd van vrijwilligers.

We gaan bekijken of we de diverse activiteiten meer planmatig en in een meer herkenbare vorm kunnen laten plaatsvinden. Bijvoorbeeld door evenementen, bijeenkomsten en lezingen jaarlijks in te plannen, volgens een vaste werkwijze voor te bereiden en de administratie efficiënter in te richten.

#### 4. Benadrukken van de financiële doelstellingen

De ambitie tot doorgroei van het woonhuismuseum naar een breder georiënteerd kunstmuseum voor 17<sup>e</sup> eeuwse Nederlandse kunst en met name naar een gespecialiseerd museum voor tekenkunst en grafiek, verdient de volle ondersteuning. Dat betekent dat de vereniging meer nadruk wil leggen op de doelstellingen 2 en 3, t.w. fondsenwerving ten behoeve van bijzondere museumactiviteiten en bijdragen aan het aankoopbudget van het museum. Dit sluit aan op de intentie van het museum om de eigen organisatie beter te equiperen voor het werven van fondsen- en sponsorbijdragen. In overleg met het museum zullen we bekijken hoe we hierin kunnen samenwerken.

## 4. Beleidsvoornemens m.b.t. leden

### Introductie

Wij weten te weinig over onze leden. In het ledenbestand worden slechts de NAW-gegevens en de omvang van de betaalde contributies per persoon bijgehouden. Enkele jaren geleden is aan de hand van de postcodes geïnventariseerd waar de leden wonen. Ruim de helft van het ledenbestand komt uit Amsterdam of de directe omgeving, ca. 30% is afkomstig uit de Randstad en de rest verblijft elders in Nederland. Een klein aantal leden, ca. 10, is woonachtig buiten Nederland. Veel meer weten we niet.

We weten bijvoorbeeld niet hoe zij over de vereniging denken en over hun lidmaatschap. Zijn ze tevreden over de prestaties van de vereniging, wat waren hun beweegredenen om zich als lid op te geven en voldoet het lidmaatschap aan de verwachtingen? Welk beeld hebben zij van het museum? Zijn ze bereid het museum ook op andere wijzen te ondersteunen?

Voor de uitwerking van de toekomstige activiteiten en het bedienen van de leden is het noodzakelijk om de gegevens van leden te actualiseren, uit te breiden en onderhouden, zodat op ieder moment een helder beeld ontstaat van de aard en samenstelling van het ledenbestand, hun beweegredenen en wensen. De actualisering gaat gepaard met een aantal vragen over de diensten en dienstverlening van de vereniging, op basis waarvan we, samen met de geactualiseerde gegevens, beter kunnen inspelen op wensen en behoeften.

### Beleidsvoornemens 2013-2017

#### 1. Onderzoek ledenbestand

Om een beter inzicht te krijgen in het huidige ledenbestand wordt een onderzoek onder de leden gehouden. Naar aanleiding hiervan wordt een gericht plan opgesteld voor de ledenwerving en voor het actiever betrekken van leden die hierop prijs stellen.

#### 2. Vergroting ledental

De vereniging telt medio 2013 330 leden. De doelstelling is om in 2014 te groeien naar 380 leden en de jaren daarna jaarlijks met 50 naar 550 à 600 leden in 2017.

Om dit doel te bereiken valt te denken aan zowel gerichte publiciteitscampagnes als de actieve werving via de leden zelf. Gezien de gemiddeld hoge leeftijd van het huidige ledenbestand is de werving van jongere leden noodzakelijk, waarbij het begrip jongeren in relatie moet worden gezien tot de huidige gemiddelde leeftijd van de leden.

#### 3. Gedifferentieerde lidmaatschapsvormen

Onderzocht dienen te worden de wenselijkheid c.q. de mogelijkheden tot gedifferentieerde vormen van lidmaatschap met vragen als:

- a. Is het zinvol en realiseerbaar om tegenover een substantieel hogere contributie/sponsorbijdrage een uitgebreider en luxe pakket aan diensten aan te bieden?
- b. Zou een speciaal jongerenlidmaatschap, al of niet klassikaal, succesvol kunnen zijn?
- c. Invoering studentenlidmaatschap?
- d. Gezien de vele buitenlandse bezoekers is te onderzoeken of een beperkt of postlidmaatschap voor buitenlanders succes kan hebben.

#### 4. Introductie bedrijfslidmaatschap

We gaan de mogelijkheden onderzoeken of er behoefte is aan een bedrijfslidmaatschap en zo ja, welke arrangementen hierbij passen. Vanzelfsprekend gebeurt dit uitsluitend in goede samenwerking met het museum, omdat alleen het museum de accommodatie ter beschikking kan stellen.

#### 5. Een nieuwe evenementenagenda

Vorig jaar heeft het bestuur een begin gemaakt met een evenementenagenda en het is haar intentie om deze agenda de komende jaren uit te breiden en meer bekendheid te geven.

Deze evenementen zullen ook bijdragen aan meer inkomsten voor de vereniging.

#### 6. Administratie van de vereniging

Het bestuur is voornemens om de arbeidsintensiviteit van het bestaande systeem te verbeteren. De onderdelen van de huidige administratie staan los van elkaar en vergemakkelijken de werkzaamheden aanzienlijk wanneer deze worden geïntegreerd.

Bovendien vraagt de voorgenomen ledenstijging om een andere wijze van registratie.

We starten met een onderzoek naar de mogelijkheden van een nieuw systeem en zullen bij gebleken geschiktheid, en acceptabele kosten, overgaan tot de aanschaf en opzet van een nieuw administratief systeem.

## 5. Financiële beleidsvoornemens

### Introductie

De vereniging verkrijgt inkomsten uit lidmaatschapsgelden, speciale acties, de verkoop van de huiscatalogus en door incidentele giften. Het geheel hiervan is beperkt, waardoor de activiteiten van de vereniging zich beperken tot datgene wat het budget en de capacitaire mogelijkheden van de vrijwilligers toelaten. Het bestuur verwacht dat het verruimen van de financiële middelen meer mogelijk wordt en een grotere bijdrage aan het Rembrandtmuseum kan worden geboden.

### Beleidsvoornemens 2013-2017

#### 1. Toename van inkomsten

We willen het ledenaantal laten stijgen met de verwachte 600 in 2017. Dit levert meer contributie-inkomsten op, deze zullen deels worden gecompenseerd door stijgende uitgaven maar wel met een groter batig saldo voor het Rembrandthuis. Ook willen we de mogelijkheden bekijken of de gemiddelde opbrengst per lid structureel kan stijgen door een grotere deelname aan ledenactiviteiten en een stijging van de donaties. Een stijging in de komende jaren naar een gemiddelde opbrengst per lid van minstens € 40,00 lijkt mogelijk en betekent meer financiële armslag voor de vereniging.

#### 2. Speciale lidmaatschappen

De bij de paragraaf Ledenbestand genoemde mogelijkheden voor meer gedifferentieerde lidmaatschapsvormen leveren ook meer verschillende opbrengstmogelijkheden op.

Jongeren- en studentenlidmaatschappen natuurlijk minder en bedrijfslidmaatschappen meer. Zo zouden ook de belangrijkste zakelijke relaties van het museum per mailing kunnen worden benaderd om zich als lid aan te melden.

We gaan in 2014 een aantal alternatieve lidmaatschapsvormen onderzoeken en uitproberen.

#### 3. Schenkingen en legaten

We gaan in de komende jaren actiever fondsen werven voor de vereniging, waardoor meer nadruk komt te liggen op de laatste twee kernactiviteiten van de vereniging.

Bijvoorbeeld door in de Nieuwsbrief structureel meer aandacht te besteden aan de verschillende vormen van legaten en schenkingen en de fiscale voordelen die daarmee zijn te behalen. Interviews met vrienden die schenkingen, in welke vorm dan ook, hebben gedaan, zouden een positief effect kunnen hebben op de vrijgevigheid van andere leden.

We ontwikkelen in 2014 een concreet plan hiervoor en stellen voor een fondsenwerving-commissie in het leven te roepen.

## 6. Beleidsvoornemens Organisatie & Bestuur

### Introductie

Met de ambitie om het aantal leden praktisch te verdubbelen, zal het bestuur een actievere taak gaan vervullen. Zij zal zich naast de eerder genoemde beheersmatige taken meer gaan bezighouden met ledenwerving en hiervoor activiteiten ontwikkelen. Voor de uitvoering van alle ontwikkelde ideeën is echter binnen het bestuur beperkt capaciteit beschikbaar. Dit kan, zoals ook nu reeds gebeurt, deels worden ondervangen door gebruik te maken van ingehuurd krachten. Dit functioneert goed, maar brengt wel hoge kosten met zich mee.

De laatste jaren zijn we ernaar overgegaan bestuursleden aan te trekken die zelf voor de uitvoering van taken inzetbaar zijn. Ook willen we een bestuur dat een afspiegeling vormt van het toekomstige ledenbestand, wat betekent meer jonge kandidaten. En wellicht kan een bekende Nederlander bereid worden gevonden om als boegbeeld van de vereniging te fungeren of kunnen bekende mensen uit de kunsthistorische wereld door hun naamsverbondenheid de vereniging extra reliëf geven. Dit is een stimulans om actiever naar buiten te treden als bestuur en het belang en de bijdrage van de vereniging duidelijker zichtbaar te maken.

Een ander antwoord op de beperkte capaciteit van bestuursleden is leden uit te nodigen activiteiten op zich te nemen, zoals nu al gebeurt met de Kascommissie en enkele vrijwilligers ter ondersteuning van de speciale vriendenavonden. Het bestuur is voornemens om nieuwe commissies in het leven te roepen, die zich zullen bezighouden met specifieke beleidsonderwerpen.

### Beleidsvoornemens 2013-2017

#### 1. Bestuursprofiel

Het bestuur gaat komend jaar een voorstel ontwikkelen voor een competentieprofiel waaraan toekomstige bestuurders van de Vereniging moeten voldoen, alsmede de vereisten waaraan het bestuur dient te voldoen (bv. maximale zittingsduur).

#### 2. Ondersteuning / verenigingssecretariaat

Onderzocht zal worden welke verdere mogelijkheden er zijn om d.m.v. eigen bestuursleden of door de inzet van vrijwilligers een meer permanente vorm van ondersteuning te leveren aan de vereniging. Als start hiervan wordt de mogelijkheid van een aparte Commissie Ledenwerving en Fondsenwervingscommissie bekeken ter ondersteuning van het bestuur en om de noodzakelijke ledenwerving breder te laten leven in de vereniging.

## 7. Intensiveren samenwerking met het museum

### Introductie

In het meerjarenplan 2013-2017 van het museum wordt de intentie geuit de samenwerking met de Vereniging van Vrienden van Het Rembrandthuis te willen intensiveren. Dit beleidsplan, waaraan het museum ook duidelijk heeft bijgedragen, is mede van deze intentie het gevolg geweest. De activiteiten die in dit plan worden beschreven zullen gezamenlijk worden opgepakt en uitgevoerd, dan wel in goede onderlinge afstemming.

De goede samenwerking met het museum is van groot belang voor het welslagen van de verenigingsplannen. Op dit gebied valt toch nog veel winst te behalen, o.a. op de volgende terreinen:

- Communicatie en samenwerking, bijv. door een vaste contactpersoon aan te wijzen. Dit voorkomt miscommunicatie tussen de beide organisaties;

- Het museum personeel zou meer doordrongen moeten raken van het belang en de potentie van de vereniging. Het merendeel van de ruim 17 medewerkers is geen lid van de vereniging.

### Beleidsvoornemens 2013-2017

#### 1. Coproductie nastreven

Er wordt het komende jaar een begin gemaakt met het ontwikkelen van gezamenlijke activiteiten die in coproductie tot stand gekomen en het stempel van Vereniging en Museum bevatten. Hierbij valt te denken aan tentoonstellingsactiviteiten en pr (w.o. website).

#### 2. Duidelijke taak-, verantwoordelijkheids- & werkafbakening

Voor een effectief optreden en om misverstanden te voorkomen wordt de taak- en verantwoordelijkheidsverdeling tussen museum en vriendenvereniging over de activiteiten in de samenwerking jaarlijks duidelijk afgesproken en vastgelegd. Dit jaarlijkse afstemmingsoverleg wordt onderdeel van de jaarlijkse plancyclus. Met zekere regelmaat vindt er voortgangs- of werkoverleg plaats over de voortgang.

#### 3. Wederzijdse bestuurslidmaatschappen / Vaste contactpersonen

Statutair heeft de Raad van Toezicht van het museum het recht 2 leden voor het bestuur van de vriendenvereniging aan te wijzen.

Bij de bestuursvergaderingen van het vriendenbestuur is de museumdirectie in principe altijd aanwezig of vertegenwoordigd.

Zowel de vereniging als het museum wijzen elk een vaste contactpersoon aan voor de wederzijdse informatie en communicatie over praktische en uitvoerende zaken.

#### 4. Museummedewerkers

Speciale aandacht zal worden geschonken aan het vergroten van de betrokkenheid van de medewerkers van het museum. Met hen zal worden besproken waar mogelijkheden liggen om ook de belangen van de vereniging te behartigen in de dagelijkse werkzaamheden. We vragen de directie van het museum om iedere medewerker lid te maken van de vereniging.

## **8. Beleidsvoornemens communicatie**

### Introductie

Het doel van communicatie is het informeren van de leden over het reilen en zeilen van het museum, het enthousiasmeren van de leden voor de activiteiten van de vereniging en het werven van leden en gelden extern.

Om de betrokkenheid en verbondenheid van de leden met de vereniging én het museum te bestendigen en versterken wil het bestuur meer planmatig en gestructureerd communiceren met de leden. Hiervoor zal een communicatieplan worden ontwikkeld dat inzicht geeft in de communicatie-uitingen die de vereniging ten dienste staan om de eigen leden te boeien en te binden.

Ook voor de ledenwerving zijn de eigen leden het eerst aangewezen kanaal om mee te communiceren. Een van de meest effectieve manieren om leden te werven is door mond-tot-mond-reclame door enthousiaste, betrokken leden van de vereniging, die op een enthousiaste manier over 'hun' vereniging en 'hun' museum spreken en op die wijze anderen (vrienden, kennissen, burens, etc.) overhalen om lid te worden. Kortom, onze leden als ambassadeurs van de vereniging en het museum.

### Actiepunten Communicatieplan 2013-2017

1. Ontwerpen en opzetten van een planmatig gestructureerd communicatieplan met aandacht voor:
  - a. De verschijningsfrequentie van de Nieuwsbrief en een efficiënte logistiek van verzending;

- b. Een onderscheidende zichtbaarheid van de vereniging op de website van het museum en andere uitingen (w.o. een te verschijnen digitale nieuwsbrief);
  - c. Afstemming van communicatie met het museum over evenementen;
  - d. Een zichtbare vertegenwoordiging van de vereniging bij evenementen waar de nadruk wordt gelegd op leden werven, bijvoorbeeld d.m.v. een Vriendentafel, een gastheerschap etc.
2. Uit het communicatieplan vloeit jaarlijks een budget voor de communicatie-activiteiten voort die in de jaarplannen en –begroting van de vereniging wordt opgenomen.
  3. Het bestuur wil een Communicatie-commissie samenstellen uit de leden van de vereniging die zorgdragen voor het ontwikkelen en uitvoeren van het communicatieplan.
  4. Voor de communicatie wordt een vaste contactpersoon aangewezen vanuit het museum voor o.a. deelname aan de communicatiecommissie (is bij museum de medewerker pr en marketing) en waarmee de wederzijdse afstemming in communicatie-uitingen wordt geborgd.