



## 1. Inleiding

Stadsmuseum Veenendaal is een eigentijds museum dat het verhaal vertelt van Veenendaal en haar inwoners door de eeuwen heen. Het museum wil een levendige en toekomstgerichte culturele instelling zijn. Het VVV Informatiepunt Veenendaal, onderdeel van het museum, voorziet bezoekers van toeristische informatie en stimuleert recreatie & toerisme in Veenendaal en de omliggende regio. Het Stadsmuseum is gevestigd in De Cultuurfabriek - de bruisende huiskamer van Veenendaal en vormt samen met de Bibliotheek en de Historische Vereniging Oud Veenendaal een unieke ontmoetingsplek. Met dit beleidsplan worden de koers en ambities voor Stadsmuseum Veenendaal voor de periode 2026–2029 vastgelegd.

## 2. Missie en Visie

### Missie

Stadsmuseum Veenendaal brengt de geschiedenis en beeldende kunst van Veenendaal op een inclusieve en toegankelijke manier tot leven voor een breed publiek, zowel lokaal, regionaal als landelijk. Het museum wil kunst voor iedereen bereikbaar maken, het verleden verbinden met het heden en bezoekers inspireren met verhalen die raken.

Wij werken daarbij volgens de normen en kwaliteitseisen die voor de museumbranche gelden en die zijn vastgelegd in de actuele museumdefinitie<sup>2</sup> van ICOM, in de richtlijnen van de ICOM Ethische Code voor Musea en de Handleiding Museumnorm van het Museumregister. [Ethische Code - ICOM Nederland](#) en [Museumnorm-2020\\_def.pdf](#)

De missie van het stadsmuseum is te voldoen aan de inhoud van deze definities.

## **Visie**

We bouwen verder op de succesvolle koers die we eerder zijn ingeslagen. Ook in de komende periode doen we dat met Cultureel ondernemerschap en de bijbehorende lef en ambitie. We blijven een gastvrij, vriendelijk en laagdrempelig museum, waar iedereen zich welkom voelt en graag terugkomt.

Stadsmuseum Veenendaal wil mensen van jong tot oud verbinden met kunst en cultuur. We doen dit door een inspirerend en aansprekend programma te bieden dat een breed publiek aanspreekt — in de eerste plaats lokaal en regionaal, en waar mogelijk ook landelijk.

Met onze aantrekkingskracht streven we ernaar een belangrijke rol te spelen binnen het culturele aanbod voor Veenendaal en de regio, door:

- Inhoudelijk te vernieuwen en boeiende verhalen te vertellen die een breder en groter publiek aanspreken. Verhalen die worden verbonden met de actualiteit en vanuit meerdere perspectieven kunnen worden vertelt.
- Inzicht, kennis en waardering te bevorderen voor de kunst, geschiedenis en cultuur van Veenendaal.
- Aandacht te geven aan specifiek cultureel erfgoed en uiteenlopende vormen van beeldende kunst en andere kunstuitingen, in de breedste zin van het woord.
- Jongeren in contact te brengen met cultureel erfgoed en kunst door het organiseren en/of ondersteunen van educatieve activiteiten binnen en buiten het museum.
- Het verhaal van Veenendaal op een eigentijdse, inclusieve en toegankelijke manier vertellen, met inzet van multimediale technieken, voor zowel inwoners als andere geïnteresseerden.
- Zowel met de collectie en tentoonstellingen het verleden, heden en de toekomst van Veenendaal met elkaar te verbinden.
- Samen met professionals en vrijwilligers, binnen de financiële mogelijkheden, aansprekende wisselexposities te ontwikkelen.
- Constructief samen te werken met andere (culturele) partners op het gebied van activiteiten, onderzoek en communicatie.

## **Strategische hoofddoelen 2026-2029**

Op basis van de missie stelt het Stadsmuseum Veenendaal voor de komende beleidsperiode de volgende strategische hoofddoelstellingen vast:

- De collectie van het Stadsmuseum Veenendaal wordt actief verrijkt met evenwichtige aandacht voor de vier centrale thema's: turf, wol en textiel, water en oorlog. Periodieke vernieuwing in de presentatie van de vaste collectie.

- Digitalisering is een integraal onderdeel van het beleid ten aanzien van collectie en presentatie. De collectie van Stadsmuseum Veenendaal wordt stap voor stap verder digitaal ontsloten en toegankelijk gemaakt. Op deze manier willen we een breed publiek actief kennis laten maken met het cultureel erfgoed van Veenendaal. Uiterlijk aan het eind van de beleidsperiode is dit proces afgerond.
- Het tentoonstellingsprogramma onderscheidt zich door jaarlijks twee spraakmakende exposities te presenteren die bijdragen aan de landelijke profilering van het museum en een breed publiek, zowel regionaal als nationaal, weten te bereiken.
- Het Stadsmuseum Veenendaal werkt actief om naast het bestaande publiek nieuwe doelgroepen naar het museum te halen en aan het museum te binden.
- De financiële weerbaarheid wordt verder versterkt door enerzijds een efficiënte samenwerking met de culturele partners in Veenendaal en anderzijds door het aantrekken van sponsors en fondsen, zowel voor tentoonstellingen als voor andere projecten.
- Het Stadsmuseum wil een betere aansluiting zoeken bij de kerndoelen en overige wensen van het onderwijs.
- We streven naar gemiddeld 10.000 bezoekers per jaar, waarvan 80% betalende bezoekers. Een hoger bezoekersaantal is cruciaal voor onze financiële gezondheid op lange termijn en het realiseren van onze strategische ambities.

### 3. Collectie

Stadsmuseum Veenendaal is trots op zijn rol als bewaker van het belangrijkste historische erfgoed van Veenendaal. We beheren deze zorgvuldig. We doen onderzoek, maken gedetailleerde beschrijvingen, fotograferen de objecten professioneel en bewaren ze voor toekomstige generaties. De collectie vormt een onmisbare schakel voor het begrijpen van het verhaal van Veenendaal.

#### **De voorgenomen plannen tijdens de beleidsperiode zijn:**

- De collectie van het Stadsmuseum Veenendaal wordt actief verrijkt met evenwichtige aandacht voor de vier centrale thema's: turf, wol en textiel, water en oorlog.
- We tonen onze collectie zo goed, veel en inzichtelijk mogelijk (on- en offline) aan zoveel mogelijk mensen.
- Het collectieplan wordt tweejaarlijks opgesteld of geactualiseerd, zodat het blijvend aansluit bij actuele ontwikkelingen en behoeften.

## **Nieuwe aanwinsten**

In 2025 hebben we van de gemeente Veenendaal toestemming gekregen om een bestemmingsreserve voor de collectie te vormen. Hierdoor kunnen we grotere en strategisch relevante aankopen doen die aansluiten bij de door ons gevoerde thema's.

Nieuwe aanwinsten worden zorgvuldig toegevoegd aan de collectie van het Stadsmuseum. Bij bijzonder kostbare aankopen wordt ondersteuning gevraagd van externe fondsen en diverse stichtingen. Hun financiële bijdrage is van groot belang voor het uitbreiden en verrijken van onze collectie.

## **4. Educatie**

Educatie vormt een belangrijk onderdeel van het museumbeleid. In het onderwijs wordt een fundament gelegd voor de culturele ontwikkeling van kinderen, het pad dat zij doorlopen van kennismaking met kunst en cultuur naar het ontwikkelen van de eigen talenten. De school maakt kunst en cultuur ook toegankelijk voor leerlingen die dit van huis uit niet meekrijgen. Daarnaast heeft de school een vormende taak, die essentieel is om kinderen te leren functioneren in een complexe, pluriforme en snel veranderende maatschappij. Ten slotte kan cultuureducatie een bijdrage leveren aan de ontwikkeling van leergebied overstijgende vaardigheden, zoals analyseren, evalueren en creëren. Het beleid en het advies van/voor het Stadsmuseum bouwt voort op wat in het onderwijs wordt beoogd en aangeboden.

### **Doelstelling**

Het Stadsmuseum wil een betere aansluiting zoeken bij de kerndoelen en overige wensen van het onderwijs. De kerndoelen geven richtlijnen en minimumeisen voor het onderwijs en het niveau van kennis en vaardigheden. Het zijn streefdoelen. Ze geven aan wat kinderen aan het eind van de schooltijd moeten weten en kunnen. De kerndoelen bestrijken o.a. de leergebieden oriëntatie op de wereld, kunstzinnige oriëntatie en geschiedenisonderwijs.

Bij elk leergebied wordt eerst de karakteristiek beschreven. Het Stadsmuseum maakt onderwijsprogramma's aantrekkelijker door duidelijk te tonen hoe ze bijdragen aan de kerndoelen.

De belangstelling van kinderen en jongeren wekken, begint in de klas of thuis. Het huidige onderwijsaanbod van het museum is daar te weinig op gericht. Leerlingen en hun onderwijsgevend en enthousiasmeren voor een museumbezoek start op school.

Je hebt hiervoor een specifiek interventieprogramma nodig om kinderen en jongeren te leren verlangen naar de 'eindeloze zee' van cultuur. Maak het Stadsmuseum 'voelbaar' zichtbaar in scholen, breng het museum in de klas.

*Kunsteducatie*: het Stadsmuseum wil de komende jaren kunsteducatie inzetten als een inhoudelijke en inspirerende aanvulling op het onderwijs. Door exposities te

koppelen aan lesprogramma's, draagt het museum bij aan een rijke en stimulerende leerervaring en persoonlijke ontwikkeling van scholieren.

We hebben een educatief programma en willen ons aanbod op alle niveaus blijven verrijken met innovatieve ideeën.

**De voorgenomen plannen tijdens de beleidsperiode zijn:**

- Ontwikkelen van lesprogramma's voor het primair en voortgezet onderwijs, afgestemd op het curriculum.
- Versterken van de samenwerking met scholen via *School en Cultuur* en actief verbinding zoeken met het onderwijsveld in Veenendaal.
- Aanbieden van erfgoedlessen en workshops op locatie.
- Inzetten van digitale educatiemiddelen in het museum.
- Organiseren van jongerenprojecten waarin leerlingen zelf verhalen verzamelen en presenteren.

Doelgroepen:

- Primair Onderwijs (groep 5–8), Voortgezet Onderwijs, MBO, speciaal onderwijs.

Beoogde resultaten:

- Jaarlijks minimaal 1.000 scholieren in het museum ontvangen
- Structurele samenwerking met 10 scholen
- 80% positieve evaluaties.

## **5. Inclusie en toegankelijkheid**

Stadsmuseum Veenendaal conformeert zich aan de **Code Diversiteit en Inclusie**. We streven ernaar een museum te zijn dat een afspiegeling vormt van de Nederlandse samenleving. Inclusie betekent voor ons zowel wie we bereiken als hoe we ons verhaal vertellen.

De fysieke en digitale toegankelijkheid van het museum krijgt in de komende jaren extra aandacht. Zo willen we de gebruiksvriendelijkheid van de website verbeteren en onze presentaties verder optimaliseren voor bezoekers die blind of slechtziend zijn.

**De voorgenomen plannen tijdens de beleidsperiode zijn:**

- Integreren van inclusieve verhaallijnen en programma's in tentoonstellingen en activiteiten.
- Ontwikkelen van rondleidingen voor blinden en slechtzienden, met:
  - tactiele (aanraakbare) objecten
  - audiodescriptie (ondertiteling)
  - samenwerking met Stichting Accessibility
- Training van medewerkers in inclusieve omgang en gastvrijheid.

Beoogde resultaten:

- Toename van het aantal bezoekers met een beperking.
- Een waardering van de toegankelijkheid van het museum met een rapportcijfer van **8 of hoger**.
- Realisatie van **jaarlijks minimaal één participatief project**, in samenwerking met een inclusieve doelgroep.

## **6. Partners en samenwerking**

Stadsmuseum Veenendaal hecht grote waarde aan samenwerking als fundament voor een sterk en toekomstgericht cultureel aanbod in Veenendaal. Wij investeren actief in duurzame relaties met partners, stakeholders en het publiek. Samenwerking biedt ruimte voor kennisdeling, publieksverbreding, innovatie en een sterke verankering in Veenendaal en regio.

We zijn trots op het brede netwerk dat we de afgelopen jaren hebben opgebouwd en zetten in op het behouden, verdiepen én uitbreiden van deze samenwerkingen.

In de komende beleidsperiode richten we ons op het **versterken, initiëren en vernieuwen van samenwerkingen**, met speciale aandacht voor verbindingen tussen cultuurmakers, maatschappelijke partners, het onderwijs en toeristische netwerken. Zo bouwen we verder aan een stevig cultureel ecosysteem waarin Stadsmuseum Veenendaal een actieve en verbindende rol speelt.

## 7. Organisatie en Governance

Stadsmuseum Veenendaal is georganiseerd als een stichting zonder winstoogmerk en wordt bestuurd door een onbezoldigd bestuur. Dit bestuur is verantwoordelijk voor de beleidsvorming, de strategische koers en de operationele aansturing van de organisatie. De dagelijkse werkzaamheden worden uitgevoerd door twee parttime betaalde medewerkers, te weten een conservator en een medewerker marketing. Daarnaast vervullen vrijwilligers een essentiële rol in de uitvoering van publieksactiviteiten, beheer en ondersteuning.

Vrijwilligers zijn onmisbaar voor de continuïteit van het museum. Omdat de organisatie zich blijft ontwikkelen, is het van belang om structureel en met een proactieve aanpak te investeren in het werven én binden van nieuwe vrijwilligers. Tegelijkertijd staat het waarden en behouden van de huidige vrijwilligers centraal, onder meer door goede begeleiding, ruimte voor ontwikkeling en blijvende erkenning van hun inzet.

De toepassing van de **Governance Code Cultuur** is afgestemd op de aard, omvang en doelstellingen van het museum. Daarnaast onderschrijven we de principes van de **Fair Practice Code** en de **Code Diversiteit & Inclusie**, die richting geven aan ons personeelsbeleid, samenwerking en publieksbenadering.

De organisatie werkt met heldere prestatie-indicatoren en evalueert jaarlijks haar functioneren op basis van deze normen. Op die manier waarborgen we professionaliteit, maatschappelijke relevantie en toekomstbestendigheid.

## 8. Financieringsmix

Financiële stabiliteit is een voortdurende prioriteit van het museum, aangezien dit essentieel is voor de borging van de continuïteit. Het financieel beleid van de afgelopen jaren heeft geresulteerd in een solide fundament waarop verder kan worden gebouwd."

Stadsmuseum Veenendaal ontvangt een jaarlijkse subsidie van de gemeente Veenendaal. Daarnaast haalt Stadsmuseum Veenendaal inkomsten uit fondsen (voor projecten), overige tijdelijke doelsubsidies, kaartverkoop, (kleinere) vergoedingen voor educatie en museumshop.

Stadsmuseum Veenendaal wil zoveel mogelijk eigen inkomsten om daardoor minder afhankelijk te zijn van subsidies. Het museum hanteert een beperkte en gemaximeerde financiële buffer binnen het eigen vermogen ter dekking van risico's bij tegenvallende inkomsten of subsidies.

**De voorgenomen plannen tijdens de beleidsperiode zijn:**

- Meer eigen inkomsten genereren.
- Sluitende begroting.
- Optimaal gebruik maken van mogelijkheden tot het verkrijgen van aanvullende (project) subsidies.

## **9. Cultureel ondernemerschap**

In 2029 streeft Stadsmuseum Veenendaal ernaar om minimaal 20% van de totale jaarlijkse inkomsten uit eigen middelen te genereren. Hiermee verkleinen we de afhankelijkheid van subsidies en versterken we onze financiële veerkracht en cultureel ondernemerschap. Om dit doel te bereiken, zetten we de komende jaren gerichte acties uit die bijdragen aan een structurele toename van de eigen inkomsten.

**De voorgenomen plannen tijdens de beleidsperiode zijn:**

- **Ontwikkelen van publieksgerichte arrangementen** in samenwerking met lokale horeca (zoals De Smaakverkenners) en culturele of natuurpartners zoals De Turfweide, met als doel de museumbeleving te verrijken en inkomsten te genereren.
- **Herpositioneren van de museumwinkel** als aantrekkelijk verkoopkanaal voor producten van lokale makers, met focus op kwaliteit, originaliteit en aansluiting bij de collectie en tentoonstellingen.
- **Vernieuwen en activeren van het vriendenprogramma**, waarbij leden profiteren van exclusieve voordelen zoals previews, rondleidingen en ontmoetingen met curatoren, ter versterking van binding.
- **Gerichte sponsor- en partnerwerving** binnen het lokale en regionale bedrijfsleven, met het oog op (inhoudelijke) samenwerking en structurele financiële bijdragen.

## **10. Marketing & Communicatie**

De marketing van het museum ondersteunt niet alleen alle activiteiten, maar speelt ook een essentiële rol in het signaleren van maatschappelijke ontwikkelingen. Het herkennen van relevante thema's en het inspelen op de verwachtingen van het publiek. Marketing levert daarmee een waardevolle bijdrage aan een succesvolle meer jaren programmering. Dankzij deze inzet wordt de interactie met het publiek beter verweven in de opzet en uitvoering van tentoonstellingen en evenementen.

Stadsmuseum Veenendaal heeft de ambitie om het bezoekersaantal te vergroten naar jaarlijks 10.000.

Deze structurele verhoging van het bezoekersaantal is belangrijk vanuit de missie van het museum om een zo breed mogelijk publiek van alle generaties te bereiken, te inspireren en te verbinden. Maar het is ook belangrijk omdat daardoor de eigen inkomsten structureel hoger worden en de continuïteit beter wordt gewaarborgd.

Samenwerking met onder andere culturele en toeristische instellingen vergroot de kansen als het gaat om publiciteit en marketing. Gezamenlijk kan het museum een compleet cultureel dagje uit in Veenendaal aanbieden. Door middel van arrangementen en promotie kan dit combinatiebezoek worden gestimuleerd.

**De voorgenomen plannen tijdens de beleidsperiode zijn:**

- **Uitvoeren van gerichte jaarlijkse publiekscampagnes**, afgestemd op toeristen, gezinnen en scholen, met als doel het vergroten van het bereik en het inspelen op specifieke bezoekersbehoeften.
- **Versterken van digitale communicatiekanalen**, zoals social mediacampagnes, display campagnes en de museum nieuwsbrief, om publieksbinding en zichtbaarheid structureel te vergroten.
- **Promotie van thematische arrangementen** waarin het museum wordt gekoppeld aan lokale horeca, erfgoedlocaties of educatieve partners, ter bevordering van crosspromotie en publieksverbreding.
- **Actief aangaan van samenwerkingen met lokale en regionale toeristische organisaties**, zoals RBT Heuvelrug & Vallei, om de toeristische aantrekkingskracht van het museum te versterken.
- **Opzetten van publieksanalyses en belevingsmetingen** om beter inzicht te krijgen in bezoekersprofielen, wensen en ervaringen, en deze inzichten te gebruiken voor gerichte marketing en programmering.
- **Versterken van de inzet op storytelling via digitale media**, waaronder sociale media, podcasts en video's, om de collectie en verhalen van het museum op een toegankelijke en eigentijdse manier onder de aandacht te brengen.

## **11. Vernieuwend cultureel aanbod**

Om relevant te blijven voor een breed en veranderend publiek, zet Stadsmuseum Veenendaal in op het ontwikkelen van vernieuwend cultureel aanbod. Daarbij zoeken we actief naar nieuwe vormen van vertellen, presenteren en betrekken. We willen niet alleen verhalen bewaren, maar ze ook op een eigentijdse manier tot leven brengen, binnen én buiten de muren van het museum.

Het vernieuwende aanbod speelt in op actuele maatschappelijke thema's en sluit aan bij de belevingswereld van diverse publieksgroepen, waaronder jongeren, gezinnen en nieuwe inwoners van Veenendaal.

Door te experimenteren met cross-overs tussen erfgoed, kunst, natuur, en door nieuwe vormen van samenwerking aan te gaan, ontstaat ruimte voor innovatie en verrassende publieksbeleving.

Met programma's als *Buiten de museummuren* en nieuwe publieksproducten verkent het museum zijn rol als actieve speler in Veenendaal en regio. Zo versterken we de zichtbaarheid, betrokkenheid en maatschappelijke waarde van het museum op een ondernemende manier.

**De voorgenomen plannen tijdens de beleidsperiode zijn:**

- **Opzetten van het programma 'Buiten de museummuren'**, waarin het museum actief zichtbaar is buiten de eigen locatie (bijvoorbeeld het Ontmoetingshuis) of bij partners en op bijzondere locaties in de regio.
- **Organiseren van cross-over activiteiten** waarin kunst, erfgoed, educatie en andere disciplines samenkomen, bijvoorbeeld in samenwerking met lokale makers, scholen of maatschappelijke organisaties.
- **Introductie van nieuwe publieksproducten**, zoals een culturele aak-vaart, die het Veenendaalse verhaal letterlijk in beweging brengt en het museum verbindt met het landschap en de lokale geschiedenis.

## 12. Monitoring resultaten

Stadsmuseum Veenendaal volgt de voortgang van het beleidsplan systematisch, op basis van meetbare en inhoudelijke indicatoren. Deze monitoring stelt het museum in staat om tijdig bij te sturen en de effectiviteit van beleid en activiteiten te verantwoorden richting bestuur, subsidieverstrekkingen en andere stakeholders.

De belangrijkste evaluatie-indicatoren zijn:

- **Bezoekersaantallen**, resultaten uit **publieksonderzoek** en **bezoekerswaardering**
- Het **educatief bereik**, zowel binnen als buiten het onderwijs
- **Cijfers rond inclusiviteit**, waaronder diversiteit van publiek, programmering en samenwerkingen
- De voortgang van **digitalisering**, zoals digitale zichtbaarheid en innovatieve publieksvormen
- Jaarlijkse **rapportage en verantwoording via het jaarverslag**, inclusief reflectie op beleidsdoelen

Deze gegevens vormen samen een structurele basis voor beleidsmatige reflectie en verdere ontwikkeling.

### **13. Slotwoord**

Stadsmuseum Veenendaal heeft zich de afgelopen jaren zeer sterk ontwikkeld. De ambities zijn in de afgelopen vijf jaar enorm toegenomen. Stadsmuseum Veenendaal kiest met dit beleidsplan voor verbinding, groei en vernieuwing.

Samen met (culturele) partners en publiek maken we het verhaal van Veenendaal zichtbaar, herkenbaar en toekomstgericht.