



## Museum Maand ~~Maart~~ November

*werktitel en geen campagne naam*

Dit plan is in samenwerking met alle deelnemende musea opgesteld en hiermee een aanvraag van alle partijen gecoördineerd door VVV Waterland van Friesland

### Samenvatting

In het kort kan het kan Museum Maand November als volgt worden omschreven:

- De hele maand november 2023 zijn musea in Waterland van Friesland gratis te bezoeken voor inwoners uit Friesland + bezoekers van logies accommodaties.
- Zowel musea die normaal gesproken open zijn als musea die normaal gesproken in november al gesloten zijn doen mee.
- Ondersteunt de cultuursector die door corona pittige jaren achter de rug heeft en ook de nodige uitdagingen kent voor de toekomst.
- Stimuleert bezoek van een doelgroep die normaal gesproken niet naar een museum gaat en/of niet bekend is met de schatten die in hun eigen regio te vinden zijn.
- Zorgt voor nieuwe ambassadeurscreatie voor de eigen cultuursector van inwoners/gastheren/gastvrouwen van de regio.
- Zorgt voor spreiding en seizoen verbreding door het buiten het hoogseizoen te laten plaatsvinden.
- Zorgt voor herhaalbezoek in de toekomst (via ambassadeurs).
- Geeft Friesland brede bekendheid aan de musea in Zuidwest Friesland.
- Gratis OV zorgt ervoor dat ook inwoners zonder eigen vervoer de musea kunnen bezoeken.

### November in plaats van maart

In overleg met de deelnemende musea is besloten om de Museum Maand te verplaatsen naar november. De volgende redenen liggen hieraan ten grondslag:

- Er is meer voorbereidingstijd om de museum maand tot een succes te maken.
- November is traditioneel gezien een maand met zeer weinig bezoekers. Na oktober zakt het museumbezoek flink terug. Maart heeft vanuit zichzelf meer potentie.
- In maart zijn er een drietal musea in de regio aan het verbouwen. In november kunnen zij wel aanhaken.
- Door de langere voorbereidingstijd, zijn er meer koppelkansen met horeca, logies en toeristen te maken.
- Er zijn kansen om aanvullende budgetten aan te vragen voor nog meer impact.

### Ondersteuning van de culturele sector (musea)

Het jaar 2022 was een zwaar jaar voor de musea in Súdwest-Fryslân én De Fryske Marren. Na de coronajaren waarin de musea regelmatig de deuren moesten sluiten, werkte afgelopen jaar het weer niet mee. Door het mooie weer bleven de bezoekerscijfers achter. Om de lokale culturele infrastructuur te helpen herstellen wordt er samen met musea een activiteit georganiseerd: de Museum Maand November. Musea en VVV Waterland van Friesland slaan hiervoor de handen ineen. Tijdens deze maand worden de deuren gratis geopend voor inwoners van Friesland. Zowel



# WATERLAND

VAN FRIESLAND

musea die al open zijn als musea die normaal gesproken gesloten zijn doen mee. Een museum doet minimaal 4 weekenden mee (als ze normaal gesproken gesloten is). Naast een bezoek in november is de doelstelling om herhaalbezoek te creëren door inwoners kennis te laten maken met de vaak nog onbekende parels in de eigen achtertuin. Daarbij is het mogelijk om via leden van VVV Waterland van Friesland (die actief gestimuleerd worden om gebruik te maken van deze actie) en inwoners van onze regio ambassadeurs te creëren voor de toekomst.

*“Logiesaccommodaties zijn erg sturend in advies naar hun gasten. Musea merken dat van bepaalde accommodaties relatief vaak gasten komen omdat de gastheer/gastvrouw enthousiast is. Door deze gastheren/vrouwen actief te betrekken bij de campagne en zelf ook de musea te laten ervaren verwachten we een groot indirect effect.”*

## Samenwerking

De Museum Maand November is een samenwerking tussen 14 tot 15 musea en VVV Waterland van Friesland. De onderstaande musea participeren:

1. Museum de Tiid	zeker
2. Museum Houtstad IJlst	zeker
3. Museum Joure (DFM)	zeker
4. Het Afsluitdijk Waddencentrum	zeker
5. Ir. D.F. Woudagemaal en bezoekerscentrum (DFM)	zeker
6. Bezoekerscentrum Mar en Klif (DFM)	zeker
7. Fries Scheepvaart Museum	zeker
8. Nationaal Modelspoormuseum	zeker
9. Museum Hindeloopen	zeker (alleen nov)
10. Eerste Friese Schaatsmuseum	zeker
11. Jopie Huisman museum	zeker
12. Museum Warkums Erfskip	zeker
13. Museum It Tiispakhus	zeker (alleen nov)
14. Museum Sloten	zeker
15. Kazematten museum	waarschijnlijk

## Doelgroep

De inwoners (inclusief ondernemers, gastheren en gastvrouwen) van de regio Waterland van Friesland (Gemeente Súdwest-Fryslân en De Fryske Marren) en inwoners van Friesland.

*“Aanvullend kunnen ook bezoekers van de regio in een logies accommodatie deelnemen aan de Museum Maand November actie. Deelnemende musea hebben hier in de basis positief op gereageerd. Zo zullen logiesverstrekkers ook actief gasten kunnen uitnodigen om in november onze regio te bezoeken aangezien deze gasten gratis onze musea mogen bezoeken. Dit idee is positief ontvangen en besproken met de musea maar moet op basis van het definitieve budget verder worden uitgewerkt.”*

De doelgroep zijn vooral recreatie gasten (minder toerisme). Dus gasten uit Friesland die een dagje uit plannen. De potentie van de recreatie doelgroep is vele malen groter en makkelijker te bereiken. Toeristische bezoekers zouden een neven effect kunnen zijn. Wanneer zij ook gratis toegang krijgen zullen logies accommodaties hiermee ook gasten kunnen trekken.



# WATERLAND

VAN FRIESLAND

## Tickets kopen

De tickets kunnen online worden geboekt via het bestaande online boekingsstelsel van VVV Waterland van Friesland wat hiervoor beschikbaar wordt gesteld. Om de kosten goed te kunnen begroten en een 'buzz' te creëren door schaarste moeten bezoekers zich van tevoren registreren voor een tijdsslot. Musea stellen c.a. 75% van hun normale capaciteit hiervoor beschikbaar zodat er ruimte blijft voor bezoek van gasten buiten de regio en/of kaarthouders, vrienden etc.

### Extra info voor musea:

Er wordt gewerkt met Tiqets. Indien je zelf dit systeem gebruikt, kan je via een kortingscode 100% korting geven op de aanschaf van een ticket. Indien je als museum dit systeem niet gebruikt helpen wij je bij het instellen van een eigen account. Musea die Ticket Team en Global Tickets gebruiken kunnen koppelen aan Tiqets, zodat de geboekte gratis kaartjes direct in hun eigen systeem staan. De kosten voor het gebruik van het systeem (ondanks 100% korting betaal je commissie over de normale aanschafprijs van een ticket) worden vergoed door VVV Waterland van Friesland door middel van de subsidie.

## Herhaalbezoek en ambassadeurscreatie

Uit het online bestellen van tickets, kunnen contactgegevens worden gehaald. Musea sturen naar deze mensen in de toekomst informatie over nieuwe tentoonstellingen en activiteiten. Ook geven musea na bezoek informatie mee om bijvoorbeeld vriend te worden van een museum of geven een korting bon voor een 2<sup>e</sup> persoon gratis om herhaalbezoek te stimuleren.

### Extra info voor musea:

We vragen jullie de gegevens van alle bezoekers graag met ons delen, zodat wij als VVV na afloop van de maand nog eenmaal een marketingmail kunnen sturen over een toekomstig bezoek aan de musea in ons gebied. Gegevens die je zelf hebt verkregen omdat er via je eigen account van Tiqets is geboekt kan je natuurlijk gebruiken om zelf een relatie aan te gaan met de bezoekers. Bezoekers die via ons account boeken kunnen we ook per museum na afloop delen, zodat je hen ook nog een keer kan benaderen. Dit zullen we allemaal opnemen in de actievoorwaarden.

Met het gratis toegankelijk maken musea in de november voor inwoners, ondernemers verhogen we de kennis over deze culturele parels onder hen. Uit onderzoek van ETFI eind 2021 in opdracht van de provinciale opgave 'Dagrecreatieve Netwerken' over zoekgedrag van bezoekers, bleek dat dit zeer belangrijk is. Meer dan 60% van de bezoekers gebruiken lokale informatie die zij verkrijgen van zowel accommodaties als lokale bewoners bij hun keuze voor dagrecreatief aanbod. Anders gezegd: de inwoners én ondernemers van Zuidwest Friesland zijn de ambassadeurs van de regio. Het verlagen van de drempel voor een bezoek met een financiële incentive creëert een olievlek voor bezoek door toeristen.

Leden van VVV Waterland van Friesland (900 bedrijven en organisaties) krijgen via een pre-sale de mogelijkheid om als eerste hun tickets te boeken. Zo geven wij hen optimaal de mogelijkheid om later als ambassadeur van de musea op te treden voor hun toekomstige gasten.

*“Mogelijk krijgen logiesverstrekkers al voor de zomer de kans om de musea te bezoeken. Zo kunnen zij in de zomer hun gasten al warm maken om in november terug te komen vanuit eigen enthousiasme”*



# WATERLAND

VAN FRIESLAND

## Een Jaarrond cultuur

Zoals de lijst van deelnemende musea laat zien, is er een aantal musea wat speciaal opengaat. Een stap richting een jaarrond cultuur voor toeristen en inwoners.

## Arrangementen en combinaties

Aangezien de pontjes ook in november ieder weekend varen (een andere campagne voor jaarrond recreëren) zijn hier goede campagne koppelingen te maken. Ook kan er een combinatie gemaakt worden met Arriva die een OV-dagkaart aanbiedt voor € 7,50. Inwoners kunnen dus hun gratis museum ticket direct combineren met het kopen van een OV-dagkaart zodat het bezoek ook mogelijk is voor inwoners zonder eigen vervoer.

LET OP! In samenwerking met Arriva bieden we 1000 gratis OV-tickets aan. Daarnaast zal Arriva zelf ook promotie gaan maken voor deze Museum Maand via de schermen in bussen en treinen en reclame achterop een bus.

Bedrijven in onze regio zullen actief aangeschreven en gemotiveerd worden om aan te haken op dit initiatief en waar mogelijk de samenwerking met de deelnemende musea te zoeken.

## Campagne

Met de verschillende campagne middelen (zie begroting) verwachten we de volgende resultaten te bereiken:

1. We bereiken een heel groot gedeelte van onze bewoners (en inwoners van Friesland) met een boodschap over de unieke cultuur en musea die er in ons gebied zijn. Dat heeft een direct effect (bezoekers in november) en een indirect effect (kennis van musea, bezoek op een later tijdstip, ambassadeurscreatie). Alleen door samenwerking kunnen we een dergelijk groot effect bereiken. Deze campagne moet een versterking van de plek van musea binnen de maatschappij opleveren.
2. Er komt energie op verlenging van het seizoen. Ook inwoners zitten vaak in het stramien van recreatie tussen april en oktober. Juist de cultuur- en museumsector is heel geschikt voor Q4 en Q1. Doel van de campagne is dus ook echt dat inwoners anders naar de mogelijkheden van recreëren in de winter gaan kijken. Tegelijkertijd is de campagne ook een tegenhanger van het idee dat in ons gebied in de winter alleen rust en ruimte te vinden is. Er is van alles te doen. Het is fijn wonen en werken in ons gebied. Kortom, er is brede welvaart en musea hebben hier een bijdrage aan.
3. Het museumboekje dat gemaakt wordt (en huis-aan-huis verspreid in onze regio) is echt een bewaarexemplaar waar al onze musea op een unieke manier weergegeven en gepromoot worden. Dit boekje kan altijd worden herdrukt en de content kan ook digitaal worden hergebruikt.
4. De campagne zelf moet een bereik gaan genereren van 4 miljoen contactmomenten.

## Capaciteit en bezoekers

Er is een totale capaciteit van 77.000 (zie begroting) kaarten beschikbaar over de gehele maand november. Het succes van de Museum Maand Maart hangt niet alleen af van het aantal bezoekers. De ervaring leert dat bij nieuwe acties en evenementen een herhaling zorgt voor een steeds grotere



# WATERLAND

VAN FRIESLAND

betrokkenheid. Op jaarbasis hebben de deelnemende musea zo'n 160.000<sup>1</sup> bezoekers. De verwachting is dat we met de campagne tussen de 5.000 en 15.000 nieuwe bezoekers naar musea brengen in de november maand zelf. Dat is een plus van c.a. 6% op het totale jaarbezoek. LET OP! In potentie kan het succes veel groter worden aangezien de capaciteit hiervoor aanwezig is. Vanzelfsprekend is dat ons doel! Daarnaast hopen we 100 actieve ambassadeurs te verkrijgen die op jaarbasis 100 gasten naar een museum verwijzen. Op jaarbasis is dat een plus van 10.000 mensen wat een blijvend effect is in de daaropvolgende jaren.

## Financieel

Museum Maand November wordt gefinancierd vanuit éénmalige subsidies. De kosten bestaan uit vergoedingen aan de musea voor de gratis tickets, projectmanagement en inkoop van marketingmiddelen. Als extra bijlage is een uitgebreide begroting toegevoegd.

VVV Waterland van Friesland gaat kijken of er nog aanvullende fondsen gevonden kunnen worden die deze Museum Maand November willen gaan ondersteunen en waar mogelijk ook direct kunnen faciliteren tot een terugkomend evenement.

## Overige opmerkingen en voorwaarden

1. Tickets zijn beschikbaar voor individuele bezoekers met een maximum van 6 kaarten per boeking. Groepsarrangementen zijn uitgesloten van gratis deelname.
2. Er wordt niet gecontroleerd of een boeker werkelijk een inwoner van Friesland is. Het kwaad van controleur aan de balie van een museum is groter dan de winst die hiermee gemaakt wordt. Indien iemand van buiten de provincie zo slim is om te boeken kan dit als een compliment voor de campagne gezien worden. Vanwege de grote capaciteit en verwachte lage 'misbruik' is dit geen probleem en zal dit niet ten koste gaan van het beoogde resultaat.
3. Nieuwe bezoekers geeft ook kansen op nieuwe vrijwilligers. Musea worden actief geadviseerd om bezoekers ook 'warm' te maken voor een rol bij hun museum. Daarnaast zullen wij alle bezoekers na afloop wijzen op deze mogelijkheid.
4. Musea die standaard in november geopend zijn, bieden capaciteit aan op al deze dagen. Musea die in november normaal gesproken gesloten waren bieden minimaal 2 weekend dagen aan capaciteit aan en waar mogelijk meer dagen. Dit is afhankelijk van de inzet van vrijwilligers.
5. Het kan altijd zijn dat er een museum afhaakt (wegens een onverwachte verbouwing), bijkomt, marketingmiddelen wijzigen, capaciteit wordt bijgesteld etc. VVV Waterland van Friesland vraagt samen met de deelnemende musea hiervoor het vertrouwen dat zij gezamenlijk binnen het gestelde budget een optimale campagne gaan optuigen. De aanvraag in totaal geeft een goed en redelijk beeld van de te verwachten inzet en resultaten. Op basis van het vertrouwen van de subsidiegevers gaan we een succes maken van deze campagne en bij grote inhoudelijke wijzigingen worden subsidieverstrekkingen hier vanzelfsprekend van op de hoogte gesteld.
6. Daarbij zijn er ook altijd extra kansen. Zo zijn we momenteel al in gesprek met de TAF om tijdens het evenement een onderzoek te doen bij de musea om hiermee waardevolle

---

<sup>1</sup> Schatting op basis van het gemiddeld aantal museumbezoekers van de deelnemende musea tussen 2017 en 2019.



# WATERLAND

VAN FRIESLAND

inzichten te verkrijgen in musea bezoek, de campagne en mogelijk een Friesland brede versie in 2024.

