

BELEIDSPLAN 2024-2026

Stichting Royal Delft Museum

Hét museum voor Delfts aardewerk/Meer dan Delfts blauw

Januari 2024




ROYAL
DELFT
MUSEUM



INHOUD

1. Algemeen	4
1.1 Inleiding.....	4
1.2 Missie	5
1.3 Visie	5
1.4 Doelstellingen.....	5
2. De collectie	8
2.1 Ontstaan van de collectie.....	8
2.2 Kerncollectie en deelcollecties.....	9
2.3 Collectieregistratie, documentatie en onderzoek.....	10
2.4 Behoud en beheer.....	10
3. Het publiek	11
3.1 Algemeen	11
3.2 Samenstelling en omvang van het publiek.....	11
3.3 Publieksactiviteiten.....	11
3.3.1 Presentatie van de collectie.....	11
3.3.2 Tijdelijke tentoonstellingen	11
3.3.3 Educatieve taken.....	12
3.3.4 Bezoekersontvangst	14
3.3.5 Overige publieksactiviteiten	14
4. Sales en marketing activiteiten.....	15
5. Communicatiemiddelen en PR activiteiten.....	16
6. Bedrijfsvoering	18
6.1 Huisvesting en veiligheid.....	18
6.2 Personeel en organisatie.....	18
6.2.1 Bestuur	18
6.2.2 Vrijwilligers.....	19
6.4 Automatisering	19
6.5 Verzekeringen	19
6.6 Fondsenwerving	19
6.7 Organogram	23
7. Financieel	25
BIJLAGE I - Informatie.....	27

1. ALGEMEEN

1.1 Inleiding

Stichting Royal Delft Museum is het fabrieksmuseum van Royal Delft (voorheen NV. Koninklijke Porceleyne Fles) en is in 2019 opgericht om de collectie en museale activiteiten onder te brengen in een aparte Stichting. Het museum beoogt de eigen collectie en het ambachtelijk productieproces van Delftsblauwe aardewerk toegankelijk te (blijven) maken, aangevuld met wisselende tentoonstellingen. In 2021 heeft is het museum geregistreerd in het Museumregister en accepteert het de Museumkaart.

Het fabrieksmuseum grenst fysiek aan de aardewerk-fabriek, waardoor de bezoeker de unieke kans krijgt om het productieproces en het beroemde ambachtelijke, handgeschilderde proces te laten zien. Deze combinatie geeft het museum op voorhand al een unieke positie ten opzichte van andere musea met een Delftsblauwe collectie.

Dit Beleidsplan geeft focus en perspectief voor de komende jaren. Er staat een verbouwing gepland in de publieke ruimtes voor Q4 2024 tot en met Q2 2025 waardoor dit beleidsplan na deze periode aangepast kan worden aan de nieuwe situatie. Het Royal Delft Museum is belangrijk voor de stad Delft, bakermat van het Delfts blauw aardewerk en het wereldwijd bekend merk/icoon "Delfts Blauw".



1.2 Missie

Door middel van verhalen en belevenissen in het Royal Delft Museum de bezoekers laten kennismaken met zijn culturele erfgoed.

1.3 Visie

Het Royal Delft Museum is bekend in binnen- en buitenland als het fabrieksmuseum voor Delftsblauw aardewerk: Het museum is informierend en inspirerend voor zoveel mogelijk mensen van elke generatie.

1.4 Doelstellingen

In de Statuten van de Stichting Royal Delft Museum zijn de volgende doelstellingen geformuleerd:

- Museale culturele en educatieve activiteiten ontwikkelen, zoals het presenteren, documenteren en bekendheid geven aan Delfts blauw aardewerk en productie technieken, de daaraan verbonden geschiedenis en ambachtelijke tradities en nieuwe ontwikkelingen, alsmede het organiseren van wisselende tentoonstellingen met een directe of indirecte relatie met keramiek, Delft of het ambachtsproces.





De Stichting tracht haar doel te bereiken door:

- Samenstellen en in stand houden van representatieve collecties Delftsblauw aardewerk, in het bijzonder die van de Porceleyne Fles
- Het in standhouden van een permanente instelling, niet gericht op het behalen van winst, toegankelijk voor publiek, die ten dienste staat van de samenleving en haar ontwikkeling op het gebied van studie, educatie en genoegen.
- Het bieden van een interessante beleving van de geschiedenis en productie van Delfts Blauw door telkens te zoeken naar nieuwe presentatievormen.
- Het verschaffen van informatie over Delfts aardewerk en de daaraan verbonden geschiedenis en ambachtelijke tradities.
- Organiseren van aantrekkelijke wisselende tentoonstellingen, wanneer mogelijk in samenwerking met partners en bruikleengevers, waarbij telkens nieuwe doelgroepen worden bereikt.

Verdere professionalisering en kwaliteitsverhoging van het museum laten zich als volgt vertalen:

- Een aantrekkelijk museum zijn waarin zoveel mogelijk bezoekers zich welkom voelen, verrijkende ervaringen opdoen en graag terugkomen
- Aansprekende tentoonstellingen maken.
- De huidige museumcollectie presenteren op een aantrekkelijke wijze voor jong en oud en afkomstig uit alle culturen, deze zal de aankomende jaren uitgebreid worden met meer digitale belevingen.
- Zoveel mogelijk bezoekers inhoudelijke verdieping en service bieden voor, tijdens en na het museumbezoek door middel van audiotours, gidsen, en teksten op zalen.
- Een ondernemend museum dat sterk op de buitenwereld is gericht en beschikt over een uitgebreid netwerk van partners.

Het bestuur, directie, medewerkers en vrijwilligers onderschrijven de Ethische Code voor Musea.



2. DE COLLECTIE

2.1 Onstaan van de collectie

De basis van de collectie is gelegd met de schenking door Koning Willem III in 1887 van een deel van een collectie oud Delfts aardewerk van het Koninklijk Huis aan De Porceleyne Fles. Het is een verzameling van Delfts aardewerk die door verschillende van de ca. 32 aardewerkfabrieken, die Delft in de 17^e en 18^e eeuw telde, zijn gemaakt in een periode die loopt van eind 1600 tot eind 1800.

De fabriekscollectie is destijds niet alleen opgebouwd met het doel een ruim en kwalitatief hoogwaardig overzicht van de productie door de eeuwen heen te geven, maar ook met het doel een goed beeld te geven van de technische mogelijkheden van de Porceleyne Fles. En dat maakt de collectie bijzonder; niet alleen omdat er eindproducten zijn bewaard, maar ook modellen, ponsieven, experimenten, restanten en bijzondere voorbeelden van diverse toegepaste technieken en uniek materiaal van belangrijke ontwerpers, vormgevers en schilders, die vele fabriekseigenaren wisten aan te trekken.

Een deel van de fabriekscollectie van de N.V. Koninklijke Porceleyne Fles werd in 1985 door het Rijk en de gemeente Delft aangekocht vanwege verslechterde economische omstandigheden. Een groot deel daarvan is in depot bij de huidige Rijksdienst Cultureel Erfgoed (RCE) en bij museum Prinsenhof in Delft.

1) Zie: digitale collectie Nederland/Porceleyne Fles, RCE

De historische fabriekscollectie werd daardoor verkleind, maar desalniettemin is er nog een indrukwekkende collectie over om een goed beeld te geven van de fabrieksproductie in al zijn facetten door de eeuwen heen. Bijvoorbeeld: de fabricageprocessen en eindproducten van Delfts Blauw, Delfts Polychroom, Berbas, Jacoba aardewerk, Pijnacker, Nieuw Delfts, Wit Delfts, Rood Craquelé, Zwart Delfts, Jubilee en Modern Aardewerk (tot heden). Maar ook Bouwkeramiek, Tegeltableaus en de bijzondere Cloisonné tegels. De Stichting krijgt regelmatig keramieken van de Porceleyne Fles aangeboden als schenking afkomstig uit nalatenschappen. Na zorgvuldige beoordeling wordt



dit graag geaccepteerd om zodoende de collectie uit te breiden voor bruiklenen aan tentoonstellingen van binnen- en buitenlandse musea.

2.2 Kerncollectie en deelcollecties

De eigenaar van de historische collectie is de N.V. Koninklijke Porceleyne Fles en heeft deze in bruikleen gegeven aan Stichting Royal Delft Museum middels een langdurige bruikleenovereenkomst/collectiebeheers-overeenkomst.

Tot de kerncollectie behoort het Delfts Blauw en de eigen fabrieksproductie van De Porceleyne Fles van 1653 tot heden en in de toekomst.

Deelcollecties zijn:

- Kerstborden
- Herinneringsborden (Koninklijk Huis, Vaderlandse geschiedenis, Lucht-, ruimte - en zeevaart, Oorlog en Vrede etc.)
- Bouwkeramiek (uit belangrijke monumenten, zoals de Beurs van Berlage, het Vredespaleis en van toonaangevende kunstenaars, zoals Toorop, Karel Appel)

- Experimentele afdeling: stukken van 1955 tot 1980 en bouwkeramische stukken uit deze periode
- Modellen, mallen, halffabricaten, ponsieven, ontwerptekeningen

De museumcollectie wordt merendeels geëxposeerd in de Royal Delft Museum, in zeven zalen met ieder een eigen thema. In de filmzalen wordt een aansprekende introductiefilm getoond met een opstelling van de gereedschappen, apparatuur (denk aan ovens e.d.) en halffabricaten. De film loopt tot eind 2024 waarna een verbouwing van de huidige zalen een nieuwe digitale en visuele AV beleving zal worden getoond. De rondgang door het museum loopt door de fabriek waar op diverse plekken op beeldschermen het productieproces getoond wordt. De route eindigt bij een demoplek waar een schilderdemonstratie te zien is. 20% van de eigen collectie is opgeslagen in het depot. Van de schilderijen, ponsieven, mallen, tekeningen e.d. staat ca 90% in depot.



2.3 Collectieregistratie, documentatie en onderzoek

De collectie is geregistreerd in Axiell database. Dit is met een archief module uitgebreid zodat ook de ontwerpen, schetsen, ponsieven en foto's e.d. hierin kunnen worden verwerkt. De verwachting is dat dit in 2025 kan worden afgerond. Er wordt een informatieplan opgesteld door de datamanager om het archief digitaal toegankelijk te maken.

Het bedrijfsarchief bevindt zich in het Stadsarchief van de afdeling Erfgoed van de Gemeente Delft.

2.3 Behoud en beheer

De bewaarcondities van de museumcollectie zijn ingesteld volgens en redelijk constant.

Tekeningen en papieren ponsieven bevinden zich in een aparte, specifiek daarvoor bestemde ruimte. De nieuwe expositiezaal die in 2022 is geopend is voldoet volledig aan alle klimaat- en lichtvoorwaarden van bruikleengevers. Hiervoor is een facilitair rapport voor opgemaakt.

In het bedrijf is voldoende technische kennis en ervaring aanwezig voor eventuele restauraties van voorwerpen. De conservator heeft hierin een belangrijke begeleidende rol.

De collectieregistratie, behoud/beheer en het verzamelbeleid zijn verder uitgewerkt in het collectieplan.



3. HET PUBLIEK

3.1 Algemeen

Dit fabrieksmuseum is dé plek om alles te leren over het originele Delfts aardewerk, omdat:

- De Porceleynse Fles/Royal Delft al sinds 1653 ervaring heeft met het maken van Delfts aardewerk en daarmee de oudste en enige Delfts Blauw fabriek in Delft is.
- Kennis en beleving van de Porceleynse Fles en het Delftse aardewerk in het verleden en heden centraal staat in een inspirerend programma van educatieve, culturele en recreatieve activiteiten voor individuele bezoekers en groepen.

3.2 Samenstelling en omvang van het publiek

Bij de bezoekers zijn de volgende doelgroepen te onderscheiden:

- Bewoners van de regio Delft en omstreken
- Dagrecreanten
- Binnen- en buitenlandse bezoekers die een dagje Delft bezoeken, gecombineerd met een museumbezoek
- Individueel bezoek volwassenen, gezinnen met kinderen, groepsbezoek (familiedagen, verenigingen en organisaties), studenten en museumkaarthouders
- Toeristen, die in groepsverband reizen
- Verblijfsrecreanten uit binnen- en buitenland
- School- en studiegroepen en studenten
- Leerlingen van het basis- en voortgezet onderwijs, studenten in de regio maar ook uit andere delen van Nederland en het buitenland die met schoolbezoek het museum bezoeken
- Zakelijke groepen

In 2023 stijgt het bezoekersaantal boven het topjaar 2019 richting 130.000 waarvan 15% museumkaarthouders. De markt is nog niet volledig hersteld. Vooral de Aziatische markt blijft nog achter. In het hoogseizoen is 80% van de bezoekers internationaal en 20% nationaal. In het laagseizoen is de verhouding 70% internationaal en 30% nationaal. In 2023 zijn de belangrijkste internationale herkomstlanden Verenigde Staten, Duitsland en Frankrijk. Het streven is te groeien naar 150.000 bezoekers eind 2025. Het Royal Delft Museum

ziet een stijging van het Nederlandse bezoek nu het is aangesloten bij Museumkaart en vanwege de wisselende tentoonstellingen dat een herhaalbezoek stimuleert van Nederlandse bezoekers.

3.3 Publieksactiviteiten

3.3.1 Presentatie van de collectie

De huidige tentoonstellingszalen voor de vaste collectie zijn in 2021 verbouwd en in 2022 opgeleverd. De nieuwe zalen versterken de kwaliteit van het museum. De komende jaren willen we de zalen uitbreiden met meer AV mogelijkheden wat de beleving ten goede komt en dat meer aansluit op de wens om straks de eerste zalen (waar nu nog de filmzalen zijn) van een interactieve digitale introductie van het fabrieksmuseum te vertonen.

De huidige introductiefilm is einde looptijd en wordt in 2025 in de verbouwde filmzalen vervangen door een nieuwe filmische digitale presentatie dat voor jong en oud geschikt is. In 2023 is er al gestart met het ontwerp en gesprekken met leveranciers. Doel van deze digitale presentatie is om het ambachts- en creatieve proces beter te presenteren en daarmee jongere doelgroepen te interesseren een bezoek te brengen aan dit fabrieksmuseum.

Toekomstplannen

3.3.2 Tijdelijke tentoonstellingen

In de nieuwe expositiezaal wordt 2 x per jaar een nieuwe tentoonstelling getoond. In 2024 loopt de tentoonstelling Picasso. Magisch Keramist nog door tot 19 mei 2024.

Voor de keuze van tentoonstelling thema's zijn de volgende kernwaarden hierbij leidend:

- Ambacht (Oude en nieuwe technieken)
- Authenticiteit
- Creativiteit
- Innovatie en design
- Keramiek (nationaal/internationaal)
- Regionale samenwerkingen rondom Delft

De volgende tentoonstellingen staan gepland voor 2024-2026.

Picasso. Magisch Keramist

Tot 19 mei 2024

Tentoonstelling met de keramieken van Picasso. In de tentoonstelling wordt het verhaal verteld van zijn ontwikkeling van schilder naar keramist. Aan de tentoonstelling is een catalogus verbonden, deze is uitgegeven door W Books.

Deze tentoonstelling is mogelijk gemaakt door donaties van Zabawas, Cultuurfonds en stichting Gifted Art

Verbonden in Blauw en Wit, een moderne kijk op traditie

5 juni 2024 tot 15 sept 2024

Reizende tentoonstelling van hedendaagse Turkse en Nederlandse keramisten vanwege de 100 jarige viering van de Turks/Nederlandse handel en vriendschapsbanden in 2024. Deze tentoonstelling is op initiatief van de Ceramic Department van de Universiteit van Ankara, de ambassade van Turkije en de NL ambassade in Ankara.

Industrie aan de Schie

15 oktober 2024 tot 1 maart 2025

In samenwerking met Provincie Zuid Holland, Gemeente Delft, TU Delft, erfgoedorganisaties en projectontwikkelaars van de Schieoevers en Kabeldistrictgebied. Tentoonstelling over de industriële ontwikkeling langs de Schie vanaf 1900 tot heden en de toekomstplannen in dit district.

Koninklijke serviezen

1 april 2025 tot 1 november 2025

In samenwerking met de afdeling Koninklijke Verzamelingen van het Koninklijk huis presenteert Royal Delft Museum een collectie van serviezen van de koninklijke familie uit het depot van de Koninklijke Verzamelingen. Royal Delft heeft het koninklijk servies van Koning Willem Alexander en Koningin Maxima ontworpen en geproduceerd. De tentoonstelling geeft een overzicht van de serviezen vanaf Willem 1 tot nu. Aan deze tentoonstelling is ook een catalogus verbonden, uitgegeven door W Books.

Experimentele afdeling Porceleyne Fles

Van 15 november 2025- 1 maart 2026

presenteert Royal Delft Museum een collectie uit het rijke verleden van de Experimentele afdeling van de Porceleyne Fles.

3.3.3 Educatieve taken

Het Royal Delft Museum is bij uitstek een plaats voor jong en oud om iets te leren over het ambacht van de keramist, zowel uit het verleden als uit het heden. Het is uniek dat het publiek de aardewerkfabriek kan bezichtigen, waar de keramisten het ambacht uitvoeren en waar de verschillende productiestadia te zien zijn.





Blauw & Oranje

In 1887 ontvingt de Porcelayne Fles met trots het 'Koninklijk' in ontvangst. Maar de band tussen de Fles en het Huis van Oranje-Nassau was al eerder gelegd. In 1887 schenkt koning Willem III een Delfts Blauwe privécollectie aan de fabriek. Het is het eerste internationale op de kaart zetten van Delfts Blauw.

De Fles wordt de 'koninklijke connectie' genoemd die de Royal Delft uitroept bij de koninklijke familie. Het eerste verscheen bij de koninklijke familie. Vandaag de dag geeft de koninklijke familie nog steeds Delfts Blauw cadeau. Het is het nieuwe officiële

The Fles proudly receives the designation 'Koninklijk' (Royal) and the House of Orange-Nassau has already placed before that time. In 1887, King Willem III presents his private Delft Blue collection to the factory as a gift for putting the country on the map.

The royal connection are the Fles and the House of Orange-Nassau. The Fles is named after the royal connection. The Fles is named after the royal connection. The Fles is named after the royal connection.

Het fabrieksmuseum wil de bezoeker meer informeren over het maakproces en het ambacht. Daardoor staan er in de fabriek op strategische plekken steekwagens met films die het maakproces laten zien wanneer er even geen mensen aan het werk zijn.

Per oktober 2023 is een coördinator Educatie en Workshops aangesteld. Zij zal het educatieprogramma aanpassen aan de behoefte en kosten en dit actief onder de aandacht brengen bij scholen, Culturele intermediairs en gemeentes. Het aanbod richt zich op basisscholen en VO. Vanwege kosten (materialen) en tijdsbesteding wordt er een divers aanbod aangeboden waarbij scholen kunnen kiezen uit een basispakket met fabrieksbezoek en een uitgebreider pakket met fabrieksbezoek en workshop. Hiermee willen wij het fabrieksmuseum voor alle scholen toegankelijk maken. Om de schoolbezoeken te begeleiden zal het museum hiervoor een educatieteam samenstellen die op vaste dagdelen hiervoor beschikbaar is.

Voor basisschoolkinderen die met familie het museum bezoeken is er een fotospeurtocht, die in 4 talen verkrijgbaar is. Voor de nieuw te ontwikkelen filmzalen wordt onderzocht om een speciale hoek voor kinderen te maken waarin zij iets kunnen maken/creëren.

Workshops

Het workshop programma wordt het hele jaar door goed bezocht. Dit programma is uitgebreid met een Open Atelier Workshop die een paar keer per jaar op een zondag wordt gegeven waarbij de deelnemer een grotere keuze heeft in het te beschilderen aardewerk. Vanwege succes blijven we dit de komende jaren doen. De coördinator Educatie en Workshops zal de komende jaren het workshop programma uitbreiden.

3.3.4 Bezoekersontvangst

In 2024 wordt er een start gemaakt met de verbouwing van de entree en de inrichting van de nieuwe filmzalen. Hierbij wil Royal Delft Museum de logistieke uitdagingen van de bezoekersstroom beter faciliteren

Audiotour

Het contract met de huidige audiotour loopt af medio Juni 2024. Er wordt momenteel onderzoek gedaan naar beschikbare dragers en systemen en eind 2023 zal een keuze hierin gemaakt worden. Audiotour is beschikbaar in 8 talen, deze zal in de toekomst worden uitgebreid met digitale visuele informatie (filmpjes) om zo de bezoekersbeleving te verhogen. Doel is om tegen lagere kosten, meer flexibiliteit te hebben om de informatie zelf aan te passen en om meerdere tours aan te bieden.

Gidsen

Rondleiding wordt door gidsen gegeven in diverse talen. Hier zal blijvend naar geworven worden.

Toegankelijkheid

Het Royal Delft Museum is door de aanwezigheid van een lift en een rolstoel- en invalidentoilet ook toegankelijk voor mindervaliden. Met de verbouwing in 2024 wil Royal Delft Museum de niveauverschillen van het oude gebouw weghalen rondom de entree zodat de toegankelijkheid wordt vergroot.

Parkeren

In het hoogseizoen (maart tm juni) begeleid een verkeersbegeleider de touringcarchauffeurs bij het parkeren naar een nabij gelegen parkeerplaats. Royal Delft Museum zal deze samenwerking de komende jaren voort te zetten.

3.3.5 Overige publieksactiviteiten

- Blue Friday weekend in november
- Randprogrammering rond tentoonstellingen zoals lezingen, workshops, speciale rondleidingen.
- Officiële Trouwlocatie
- Locatie voor Fringe Festival
- Bedrijfsbezoeken en bedrijfsevenementen

4. SALES EN MARKETING ACTIVITEITEN

Het Royal Delft Museum ontwikkelt aantrekkelijke arrangementen voor individuele bezoekers en groepen afkomstig uit gedefinieerde doelgroepen. Het museum zoekt actief de samenwerking op om gezamenlijke acties en evenementen te organiseren. Het museum is daarbij uit op het aangaan van duurzame samenwerkingsverbanden.

Partners zijn onder andere:

- NBTC
- Gemeente Delft
- Delft Marketing, VVV Delft en Den Haag Marketing
- Hotels in Delft en regio (voor specifieke arrangementen)
- Delftse Post, AD Haagsche Courant en Delft op Zondag
- Museumvereniging

Het NBTC en partnerorganisaties zijn van belang voor het maken van contacten in het buitenland. Ook is de nauwe samenwerking met collega's, zoals het Mauritshuis en de Keukenhof, van groot belang. Op lokaal niveau is Delft Marketing en de andere musea belangrijke samenwerkingspartners. Het Royal Delft Museum is onderdeel van het Platform Bezoekerseconomie. De accountmanagers van het museumteam onderhouden de contacten met de binnen en buitenlandse klanten voor groeps- en FIT reizen.

Middelen die worden ingezet op het gebied van sales en marketing zijn:

- Netwerkevenementen: jaarlijks worden verschillende netwerkevenementen en FAM-trips (mede) georganiseerd zodat reisbedrijven, zakelijke relaties en ticket-resellers het museumbezoek in hun reispakket kunnen opnemen.
- Joined promotional events: Samenwerkingen met marketingorganisaties zodat de zichtbaarheid op social media vergroot wordt.
- Salesmissies: deze zijn met name gericht op het aantrekken van een internationale gasten. Met enige regelmaat wordt d.m.v. diverse reizen het contact onderhouden met Duitse, Belgische en Japanse touroperators.
- Beurzen: Royal Delft neemt regelmatig deel aan

verschillende bezoekersbeurzen. De beurzen variëren van lokaal cultureel tot zeer internationaal en zijn bedoeld om meer bezoekers aan te trekken uit binnen- en buitenland.

- Lidmaatschappen: om meer zakelijke en leisure bezoekers aan te trekken is het museum aangesloten bij een aantal netwerkorganisaties.
- Joint Promotion: acties om de exposure van tentoonstellingen te vergroten, zoals lezersacties in tijdschriften en kranten of een samenwerking met andere musea
- Evenementen: rondom tentoonstellingen e.a. worden evenementen georganiseerd voor relaties van het museum. Denk hierbij aan de opening van een bepaalde tentoonstelling of een netwerkborrel.



5. COMMUNICATIEMIDDELEN EN PR ACTIVITEITEN

Diverse doelgroepen worden op verschillende wijzen benaderd en geïnformeerd over een bezoek aan het Royal Delft Museum. Dit kan zijn voor nieuwe tentoonstellingen, (kinder-)workshops, educatieve programma's. Tevens worden activiteiten gepromoot, gericht op herhaalbezoek en/of een museumbezoek gecombineerd met een extra activiteit.

Beleid voor adverteren is vanwege duurzaamheid en bereik zo weinig mogelijk gericht op print en meer op digitaal.

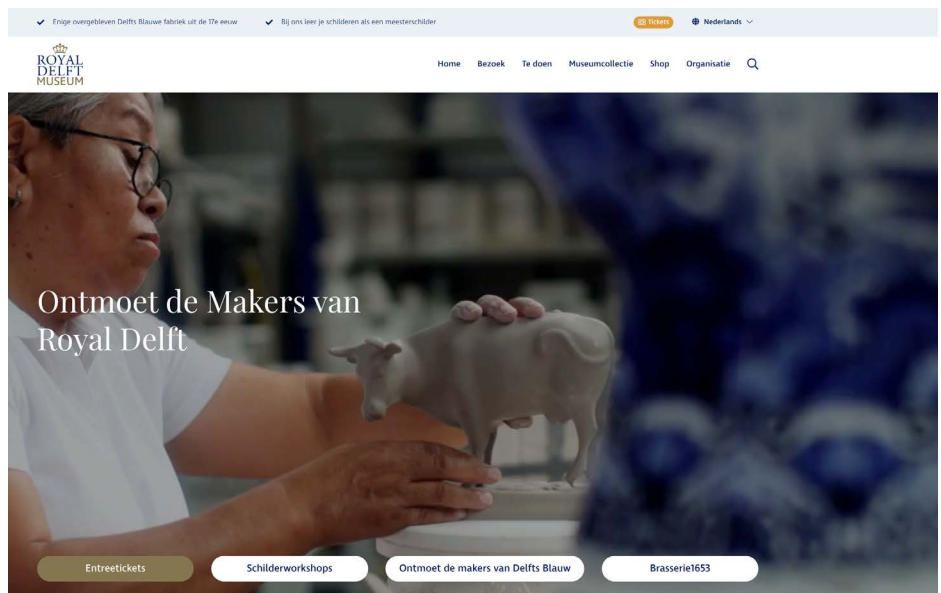
Middelen die worden ingezet op het gebied van PR en communicatie zijn:

- Website: De website is in continue ontwikkeling. Samen met Royal Delft BV wordt er beleid ontwikkeld waarbij gekeken wordt hoe beide entiteiten het best samen en apart online zich kunnen profileren. De hoofdpagina's zijn in Nederlands-Engels. Het gedeelte "Bezoek & Beleef" op de museumwebsite is ook deels in het Chinees, Duits, Japans, Frans, Italiaans en Spaans.
- Free publicity: voor betaalde publiciteit is een beperkt budget beschikbaar. Om aandacht te krijgen voor de wisselende tentoonstellingen is het genereren van free publicity essentieel.
- Nieuwsbrief: Er wordt 4 x keer per jaar een digitale nieuwsbrief verzonden met nieuws en achtergrond informatie over het museum. Via de website kan men zich hierop abonneren.
- Social Media: de social media kanalen (Facebook, Twitter en Instagram) worden actief ingezet om tentoonstellingen, activiteiten en nieuwsberichten te promoten.
- Persberichten: deze worden verstuurd naar internationale, nationale en lokale pers

(dagbladen, tijdschriften, lifestylebladen, genre- en vakbladen, toeristische bladen), huis-aan-huisbladen, persbureaus en nieuwe media. De persberichten worden waar relevant in het Engels en Nederlands geschreven en verspreid en zijn achteraf te downloaden van de site onder het kopje 'Pers'

- Buitenreclame: Bij iedere nieuwe tentoonstelling wordt er een groot aankondiging promotie doek met het campagnebeeld aan de gevel opgehangen.

In aanvulling op de communicatie, gericht op het algemene bezoek aan het Royal Delft Museum, wordt per tentoonstelling een apart communicatieplan opgesteld. Hierin worden opgenomen de communicatie-doelstellingen, doelgroepen, middelen, budget, planning en evaluatie.



Activiteiten in het museum



10 oktober 2023 – 19 mei 2024

Picasso

Magisch Keramist



Abel Picasso, Geslacht no. 130, 157, O, 1963 © Succession Picasso, c/o Pictoright Amsterdam 2023
Sculpturen: Jan & Marine van Vlissingen Fine Arts. Fotografie: Erik en Petra Hesmerg

Regelmatig
open
vrijdag
10.00 - 17.00
zaterdag
12.00 - 17.00
zondag
12.00 - 17.00

17

6.2.2 Vrijwilligers

Team van ongeveer 43 vrijwilligers is vrij stabiel. De werving verloopt via het eigen netwerk en speciale platforms voor vrijwilligersvacatures. De vrijwilligers worden ingezet bij educatieve werkzaamheden zoals workshops, publieksbegeleiding, schoolbegeleiding en collectieregistratie. De coördinator Publiekszaken maakt de roosters en onderhoudt de contacten met de vrijwilligers.

Royal Delft Museum vindt het belangrijk deze enthousiaste groep gemotiveerd te houden en te betrekken bij de organisatie. Er wordt regelmatig speciale bijeenkomsten gehouden en voor alle medewerkers events uitgenodigd zoals Paasontbijt, Kerst, Zomer BBQ etc.

Alle (vrijwillige) werknemers ondertekenen een gedragscode en de Ethische Code voor Musea. Het museum past daarbij ook de Code Diversiteit en Inclusie toe en streeft de uitgangspunten van de Fair Practice Code naar vermogen na.

6.4 Automatisering

In 2023 is een nieuw kassasysteem en ticketingsysteem aangeschaft en is er op het bestaande boekingsysteem SEM extra modules gekoppeld. Hiermee kan nu vanuit het boekingsysteem direct gefactureerd worden in plaats van handmatig facturen versturen. In 2024 kan middels een extra module gestart worden met het automatisch aanvragen en inboeken door touroperators via een eigen inlog op onze website. Dit dient nog verder uitgerold te worden.

Royal Delft Museum zal de komende jaren inzetten op het koppelen van het ticketverkoopsysteem met resellers. Hier is al in 2023 een begin mee gemaakt en dit wordt in 2024 voortgezet.

6.5 Verzekeringen

Het Royal Delft Museum heeft de volgende verzekeringen afgesloten (aandachtspunt blijft dat de dekking in verhouding staat tot de financiële risico's):

- Algemene aansprakelijkheid
- Collectieve ongevallenverzekering voor alle medewerkers van het museum
- Een groot gedeelte van de vaste collectie van het museum.

- Transportverzekering t.b.v. kunst- en antieke voorwerpen tijdens restauratie en aankoop binnen Nederland
- Transport/verblijfsverzekering t.b.v. van kunst- en antieke voorwerpen i.v.m. wisselende tentoonstellingen

Bij een geringere graad van beveiliging door verbouwing of onderhoudswerkzaamheden dient vooraf overleg gepleegd te worden met het beveiligingsbedrijf.

In geval van brand is er een Inventaris/goederenverzekering algemeen afgesloten.

Bij iedere tentoonstelling met bruiklenen wordt in overleg met de bruikleengever bepaald of dit extra verzekerd moet worden. Onze vaste partner daarin is Alpina.

6.6 Fondsenwerving

Vanaf 2023 is het fondsenwerving gestart voor tijdelijke tentoonstellingen. Dit is voor de Picasso tentoonstelling al succesvol geweest. In oktober 2023 is ook een trainee fondsenwerving gestart die een jaar meeloopt met het trainee programma van Van Doornen Advies Group in Amsterdam. Zij zal de fondsenwerving concentreren op de volgende projecten:

- Tijdelijke tentoonstellingen en randprogrammering (zie 3.3.2.)
- Educatieprogramma's en ontwikkeling daarvan (zie 3.3.3.)
- Inrichting nieuwe en bestaande zalen met digitale presentaties om de verhalen van de Fabrieksmuseum meer tot leven te laten komen (<https://cultuurloketdigitall.nl/>)
- Restauratieprojecten van keramieke objecten in eigendom van Royal Delft Museum
- onderzoekprojecten naar nieuwe productietechnieken voor keramiek, eventueel in samenwerking met scholen.
- Donatie en schenking programma via website en ticket verkoop.
- Na verbouwing van brasserie en entree biedt dit meer mogelijkheden voor ontvangsten en events op de begane grond waarbij een Vriendenorganisatie van Royal Delft Museum opgezet kan worden in samenwerking met de nieuwe directeur.



'Het is geen esthetisch proces; het is een vorm van magie die zich tussen ons en het vijandige universum bevindt.
Op de dag dat ik dat begreep, had ik mijn weg gevonden.'

'It is not an aesthetic process, it is a form of magic that stands between us and the hostile universe.
The day I understood that, I found my way.'

Verderop de muur

am plaatst [...]

s and the hostile universe [...]

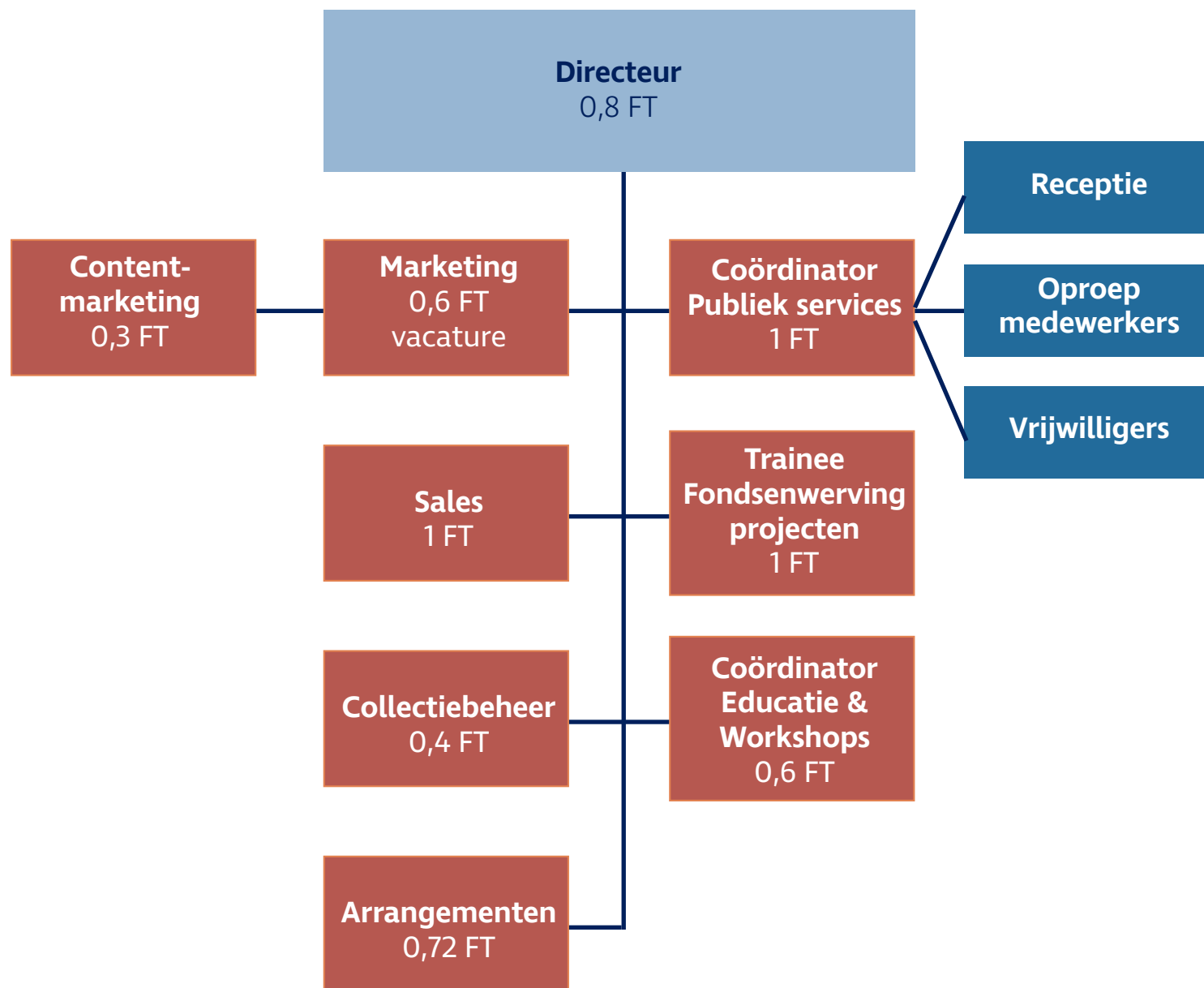


Deze pagina is...





6.7 Organogram



Ondersteunende diensten zoals HRM/ IT/Financieel/ Facilitaire dienst/
Gebouw beheer wordt ingehuurd vanuit Royal Delft BV



7. FINANCIËEL

Exploitatieoverzicht 2024-2026

Begroting museum 2022 t/m 2026	2022	2023	2024	2025	2026
	Gerealiseerd	Verwacht	Begroting	Begroting	Begroting
Entreegelden - Losse verkoop	411.000	719.000	802.000	869.000	938.000
Entreegelden - Museumkaart/Rotterdam pas	100.000	160.000	167.000	181.000	196.000
Entreegelden - Groepen	132.000	236.000	280.000	293.000	304.000
Entreegelden - Schoolbezoeken			25.000	30.000	35.000
Publieksinkomsten Workshops	155.000	264.000	290.000	315.000	341.000
Fondsen/schenken	62.000	108.000	150.000	150.000	150.000
Provisie winkel/brasserie verkopen	70.000	106.000	129.000	140.000	152.000
Totale inkomsten (excl. BTW)	930.000	1.593.000	1.843.000	1.978.000	2.116.000
Totale personeelskosten	440.000	615.000	790.000	869.000	940.000
Kosten audiotour	17.000	42.000	56.000	45.000	45.000
Kosten workshops	55.000	91.000	99.000	109.000	120.000
Huurlasten	126.000	165.000	195.000	215.000	225.000
Servicekosten huisvesting	106.000	150.000	160.000	170.000	180.000
Onderhoud en afschrijving multimediale presentatie	68.000	71.000	76.000	76.000	76.000
Algemene kosten (ICT, administratie en verzekeringen)	58.000	98.000	108.000	119.000	131.000
Marketingkosten	71.000	117.000	128.000	135.000	149.000
Tentoonstellingslasten	33.000	144.000	150.000	150.000	150.000
Kosten collectie en educatie	1.000	3.000	10.000	12.000	14.000
Operationele kosten	535.000	881.000	982.000	1.031.000	1.090.000
Totale kosten	975.000	1.496.000	1.772.000	1.900.000	2.030.000
Exploitatieresultaat	-45.000	97.000	71.000	78.000	86.000



BIJLAGE I - INFORMATIE

Statutaire naam	Stichting Royal Delft Museum
RSIN/fiscaal nummer	859948286
Kamer van Koophandel	74559567
Adres	Rotterdamseweg 196, 2628 AR Delft Postbus 11, 2600 AA Delft
Telefoon	015 76 00 800
Website	www.royaldelftmuseum.com
E-mail	info@royaldelftmuseum.com
Openingstijden	maart-oktober: maandag - zondag van 10.00 tot 17.00 uur november - maart: maandag-zaterdag van 09.00 tot 17.00 uur, zondag van 12.00 tot 17.00 uur gesloten: 1 januari, 25 en 26 december.



Rotterdamseweg 196 • 2628 AR Delft • P.O. Box 11 • 2600 AA Delft • The Netherlands

T: +31 15 760 08 00

info@royaldelftmuseum.com • www.royaldelftmuseum.com

N.V. Koninklijke Porceleyne Fles (Royal Delft Group)

Maart 2025