

# Beleidsplan Museum de Grutterswinkel 2024-2029

(Conform artikel 11 Statuten-oud en artikel 8 Statuten-nieuw en vastgesteld in de  
bestuursvergadering van 11 maart 2024)

*“niet mopperen maar opperen”*

## INHOUD

|                             |      |
|-----------------------------|------|
| 1. Inleiding                | p. 2 |
| 2. Visie en missie          | p. 2 |
| 3. Ambities 2023-2027       | p. 3 |
| 4. Samenwerking met anderen | p. 8 |
| 5. Slot                     | p. 9 |

# 1 Inleiding

Op het adres Nieuwesteeg 5 te Leeuwarden is sinds het begin van de vorige eeuw de kruidenierswinkel van de dames Feenstra gehuisvest. Een kruidenierswinkel “met koloniale waar”, waar de tijd lijkt stil te staan: een winkel uit de jaren '50, een ouderwets kasregister, een historisch ingericht pand met een meidenkamer, een bedstee en húske. Op de eerste verdieping is een permanente tentoonstelling ingericht over het kleinwinkelbedrijf in Leeuwarden. Eind vorige eeuw is deze winkel door een aantal Leeuwarder prominenten ondergebracht in de Stichting Nieuwesteeg Vijf, met name bekend als de stichting *Museum de Grutterswinkel*.

Voor de coronapandemie lag het aantal bezoekers rond 14.000 per jaar die soms van heinde en ver, vaak met grootouders en kleinkinderen naar de winkel en het museum kwamen. Toen Leeuwarden culturele hoofdstad van Europa was (2018) bereikte dit aantal een hoogtepunt met maar liefst 25.000 bezoekers. In de coronajaren liep dit aantal sterk terug. Gelukkig zien we in 2023 weer een gestage groei.

De winkel en het museum zijn aantrekkelijk voor ouderen en jongeren. Zo kunnen basisscholen, voortgezet onderwijs en andere onderwijsvormen uit de gemeente Leeuwarden een bezoekje brengen om de verschillen te ervaren tussen “vroeger en nu”. Maar niet alleen jeugd. Ook veel ouderen komen graag naar winkel en museum, waar een rustpunt wordt gevonden bij een kopje koffie of thee. Omrop Fryslân en NPO hebben de kruidenierswinkel in het verleden regelmatig gebruikt als decor voor reportages. De korte film *Moffenmeid* (2019) van Raymond Hilkmann is grotendeels in de panden van de winkel en het museum opgenomen.

Onze organisatie beschikt over ruim 30 enthousiaste vrijwilligers, die volgens rooster van dinsdag tot en met zaterdag de winkel bemensen en met veel toewijding alle voorkomende taken voor hun rekening nemen. Ook worden door vrijwilligers rondleidingen door de winkel en het museum verzorgd. Het bestuur van de stichting bestaat geheel uit onbezoldigde vrijwilligers.

De exploitatie van museum en winkel vindt plaats zonder sponsorgelden en (overheids)subsidies. De vaste lasten zoals huurpenningen en energielasten moeten gedekt worden uit de opbrengsten van de winkel, van arrangementen, van entreegelden voor het museum, van de vergoedingen voor rondleidingen en van giften van donateurs/vrienden.

## 2 Visie/Missie

Museum de Grutterswinkel vertelt het verhaal van het ontstaan en het verdwijnen van de grutterswinkel/kruidenierszaak. Er wordt aandacht besteed aan de context: Hoe leefden mensen rond 1950, welke boodschappen deden zij, welke ambachten werden er toen uitgeoefend? Doel is het publiek (jong en oud) opnieuw of voor het eerst kennis te laten

maken met een deel van het dagelijks leven in een voorbije periode. Wij werken samen met andere musea die hetzelfde beogen. Wij staan open voor maatschappelijke initiatieven, zoals vanuit het onderwijs, en willen een bijdrage leveren aan het toeristische klimaat in Leeuwarden. Daartoe zoeken wij samenwerking in de vorm van gemeenschappelijke arrangementen met bestaande voorzieningen die Leeuwarden aantrekkelijk maken voor toeristen, zoals de Citytrain, de praamvaarders, stadswandelingen, torenwachters etc.

### **3 Ambities 2024-2029**

Omdat Museum de Grutterswinkel, qua bezoekersaantallen, weer opkrabbelt na de moeilijke coronajaren heeft het bestuur zich gerealiseerd dat er keuzes gemaakt moeten worden voor wat betreft de ambities. Veel is wenselijk, maar niet alles is mogelijk, zeker niet in een organisatie zonder betaalde medewerkers. In deze paragraaf geven wij aan welke prioriteiten wij op de korte en langere termijn zien. Dat betekent ook dat wij aangeven welke activiteiten wij een lagere prioriteit geven.

Er zijn inhoudelijke en bedrijfsmatige prioriteiten. Tot de inhoudelijke prioriteiten rekenen wij:

- Winkelmanagement
- Educatief programma
- PR en communicatie

De bedrijfsmatige prioriteiten zijn:

- Aandacht voor de vrijwilligers
- Gezonde financiële basis

Over deze prioriteiten afzonderlijk het volgende.

#### **Winkelmanagement**

Kern van onze organisatie is de winkel en de koffie/theeschenkerij. Het is zaak dat de winkel c.a. goed blijft draaien. Dat betekent dat de primaire processen die daarbij te onderscheiden zijn op orde zijn en – vooral – blijven. Hierbij is te denken aan de inkoop van goederen, de beprijzing ten behoeve van de verkoop daarvan, het openen en sluiten van de winkel, schoonmaak, personele bezetting, registratie van verkopen van producten, koffie- en thee opbrengsten, rondleidingen en museumbezoek. De winkel en de koffie- en theeschenkerij zijn als het ware de visitekaartjes van Museum de Grutterswinkel. Als het winkelmanagement niet op orde is zal dat schadelijk zijn voor onze reputatie en voor samenwerking met andere partners (denk aan arrangementen).

In de voorliggende beleidsplanperiode zal het aantal openingsuren gelijk blijven. Dat wil zeggen dat de openings- en sluitingstijden van winkel en museum van dinsdag tot zaterdag respectievelijk 10:00 en 17:00 uur zijn. In de komende periode zal geprobeerd worden om ook op zondag open te zijn, maar alleen als er (nieuwe) vrijwilligers zijn die daartoe bereid zijn.

Deze prioritering betekent dat in het bestuur een bestuurslid wordt aangewezen die zich voor het winkelmanagement in eerste instantie verantwoordelijk voelt.

### **Educatief programma**

Het bestuur zal zich actief inzetten om een educatief programma met als thema de ontwikkeling van het kleinwinkelbedrijf in Leeuwarden. Omdat de context daarvan belangrijk is, zal bij de totstandkoming daarvan samenwerking worden gezocht met andere musea. In eerste aanleg zal worden nagegaan of het inmiddels verouderde programma *Op stap mei Hidde en Hiske, jong in 1910* geactualiseerd kan worden. Als dat niet mogelijk is zal, ook in samenwerking met andere museumpartners en de Museum Federatie Fryslân, een geheel nieuw educatief programma worden ontwikkeld. Inmiddels is op initiatief van ons bestuur een werkgroep met daarin 5 musea gevormd die zich met deze taak heeft belast. Het streven is erop gericht om nog in 2024 een educatief programma te ontwikkelen en aan te bieden.

Een educatief programma bestaat uit minstens drie elementen. In de eerste plaats een lespakket dat aan onderwijsinstellingen kan worden aangeboden. Daarnaast is een uitgeschreven les – één of meer lessen - voor de desbetreffende leerkracht wenselijk. In de derde plaats vereist het een plan wanneer, hoe vaak en op welke wijze het programma wordt aangeboden. Nagegaan zal moeten worden of de onderwijsinstellingen het educatief programma om niet of tegen een vergoeding wordt aangeboden.

De doelgroep van het educatief programma is dus het onderwijs. Wij denken dan primair aan het basisonderwijs, maar sluiten een aanvulling voor het voortgezet onderwijs niet uit. Met name denken wij dan vanuit onze invalshoek aan het nijverheids- en vakonderwijs op de ROC's. Maar het verleden heeft geleerd dat alle vormen van voortgezet onderwijs, zelfs tot aan HBO's, geïnteresseerd waren in de toenmalige educatieve pakketten met een activiteitencircuit in de winkel en het museum.

Voor de ontwikkeling van een educatief programma zal waarschijnlijk geld gegenereerd moeten worden. Gezien onze financiële structuur zal dit geld extern geworven moeten worden door een beroep te doen op de overheid (provincie, gemeente) en/of door culturele fondsen die speciaal voor dit doel gelden beschikbaar stellen.

Net als bij winkelmanagement betekent dat deze prioriteitsstelling een bestuurslid vereist die zich primair verantwoordelijk weet voor de ontwikkeling van het educatief programma.

### **PR en communicatie**

Je kunt dingen goed doen, maar als niemand dat weet is dat betrekkelijk zinloos, zeker als je, zoals Museum de Grutterswinkel, pretendeert een maatschappelijke functie te hebben. Daarom wil het bestuur in de komende planperiode een actief beleid voeren ter vergroting van de bekendheid van de winkel en het museum. De ervaring leert dat velen die voor het eerst winkel en museum bezoeken onder de indruk zijn en zich erover verbazen dat ze hiervan geen weet hadden. Voor bezoekers buiten Leeuwarden en Fryslân is dat misschien nog te begrijpen, maar voor Leeuwarders wekt dat verbazing. Juist zij zouden met deze parel in de

binnenstad bekend moeten zijn en zouden bezoekers van buiten Leeuwarden met trots kunnen suggereren om daar eens een kijkje te nemen.

De meest primaire PR en communicatie is een verzorgde winkel waar men vindt wat men zoekt en vriendelijk geholpen wordt. Als dat niet op orde is, is elke aanvullende communicatie vrijwel zinloos. Vandaar dat het bestuur het winkelmanagement (zie hierboven) als prioriteit heeft benoemd.

Van-mond-tot-mond reclame werkt nu eenmaal het beste, maar daarmee kan niet volstaan worden. In de voorliggende planperiode zal ingezet worden op bekendheid van de grutterswinkel in de klassieke en de sociale media. Bij de klassieke media denken wij aan de dagbladen in Fryslân (Leeuwarder Courant en Fries Dagblad, Dagblad van het Noorden) en de diverse Huis-aan-huis bladen. Daarnaast verschijnen er allerlei periodieken (zoals de Seniorenkrant, LosVast, etc) waarin aandacht voor de Grutterswinkel gegeneerd kan worden. Doelstellingen m.b.t. de klassieke media zijn: een uitputtende lijst van alle media waarin de aandacht gevestigd kan worden op de grutterswinkel, alsmede minstens jaarlijkse vermelding van de Grutterswinkel in deze klassieke media.

Naast de klassieke media zullen de sociale media actief gebruikt worden. Wij denken hierbij aan toeristische websites op het internet, twitter, Instagram, facebook c.a. Van belang is dat via deze kanalen de Grutterswinkel regelmatig van zich laat horen. Naast deze doelstelling is het van belang dat nagegaan wordt van welke sociale media het meeste effect mag worden verwacht (bijvoorbeeld TripAdvisor).

PR en communicatie zijn op zichzelf al moeilijke onderwerpen, maar zijn in ons digitale tijdperk alleen maar complexer geworden. Daarom zal het bestuur in de komende periode op zoek gaan naar een bestuurslid die zich ten volle gaat bezighouden van deze belangrijke taak.<sup>1</sup>

### **Aandacht voor vrijwilligers**

De Grutterswinkel heeft ruim 30 enthousiaste vrijwilligers. Zonder vrijwilligers, geen winkel en geen museum. Aandacht voor de vrijwilligers is dan ook een permanente noodzaak om onze organisatie draaiende te houden. Dat betekent dat er een actief vrijwilligersbeleid gevoerd moet worden. Het bestuur heeft daarbij het volgende voor ogen:

1. Werving van nieuwe vrijwilligers.

Om minstens twee redenen is de werving van nieuwe vrijwilligers een permanente zorg. In de eerste plaats zorgt een (te) grote groep vrijwilligers voor de nodige flexibiliteit bij het inroosteren van diensten en voor een reservepool als plotseling vrijwilligers uitvallen. Ook de gestaag toenemende leeftijd van huidige vrijwilligers vraagt erom dat er tijdig opvolgers klaar staan;

2. Intakegesprekken en inwerkperiode

---

<sup>1</sup> In het oude beleidsplan staat de volgende opmerking: Een student van Hogeschool Stenden heeft een onderzoek verricht naar de wijze, waarop meer bezoekers aangetrokken kunnen worden en heeft hierover een rapport geschreven. [wat is hiermee gedaan?-PLP]

Als een nieuwe vrijwilliger zich meldt krijgt hij/zij een intakegesprek waarin duidelijk wordt gemaakt wat van een vrijwilliger wordt verwacht, wat “de omgeving” is waarin men gaat werken, hoe de inroosting van diensten verloopt en welke tegenprestatie de vrijwilliger mag verwachten. Verloopt het intakegesprek van beide kanten positief dan wordt een inwerkperiode van 2 maanden afgesproken. In deze inwerkperiode wordt de nieuwe vrijwilliger “getraind”. Ook ontvangt de nieuwe vrijwilliger basisinformatie over de historie van het pand en de bewoners in de loop der eeuwen, zodat geïnteresseerde bezoekers goed te woord kunnen worden gestaan. De tijd tussen intakegesprek en inwerkperiode zal zo kort mogelijk zijn.

3. Vrijwilligersovereenkomst

Als na 2 maanden de wederzijdse ervaringen goed zijn, wordt er een vrijwilligers overeenkomst getekend. Deze overeenkomst geldt alleen voor nieuwe vrijwilligers. Bestaande vrijwilligers kunnen deze ook tekenen, maar zijn dat niet verplicht.

4. Jaarlijks vrijwilligersgesprek

Elke vrijwilliger krijgt jaarlijks de gelegenheid om zijn/haar ervaringen te delen met het bestuur en heeft recht op feedback vanuit het bestuur op zijn/haar inzet voor de Grutterswinkel. Dit soort gesprekken werden in het verleden regelmatig gehouden en zijn belangrijke hulpmiddelen om de relatie tussen vrijwilligers en bestuur open te houden. Ook zijn ze een bron van leerpunten ter verbetering. Om het informele karakter van deze vrijwilligersgesprekken te benadrukken zullen van de gesprekken geen verslagen worden gemaakt. Wel zal een lijst met aandachtspunten worden opgesteld, die uiteraard aan de desbetreffende vrijwilliger wordt verstrekt.

5. Communicatie met de vrijwilligers

Het contact tussen vrijwilligers en bestuur kan niet beperkt blijven tot een jaarlijks gesprek. Daarvoor is meer nodig. We handhaven de periodiek verschijnende Grutterswaren en de bijeenkomsten met alle vrijwilligers. Wat betreft dat laatste willen wij ernaar streven om jaarlijks tweemaal collectief bij elkaar te komen; in het voorjaar en in het najaar. Daarnaast blijft de eindejaarsbijeenkomst gewoon bestaan. Voor de onderlinge communicatie is het ook van belang dat de vrijwilligers regelmatig het vrijwilligerslogboek raadplegen, dat op de vensterbank naast de personeelstafel ligt. Ten slotte is het de bedoeling dat het bestuur de vrijwilligers actief informeert over lopende zaken door middel van een e-mail. In ieder geval zal er na elke bestuursvergadering zo'n e-mail communiqué verschijnen.

6. Inroosteren

De huidige wijze van inroosteren blijft gehandhaafd. Nagegaan zal worden wat de voorkeuren van de vrijwilligers zijn en welke vorm van inroosting daar het beste bij past. In dit verband zij opgemerkt dat er veel vrijwilligers zijn die naast hun normale werk een specifieke taak hebben. Als het aantal vrijwilligers groter is dan waaraan structureel behoefte is, zal een vrijwilligerspool worden opgezet, waarop een beroep kan worden gedaan in geval van ziekte, langdurige uitval of bijzondere activiteiten in de winkel en het museum.

7. Activering van vrijwilligers

Als er onderwerpen uitgedacht of uitgewerkt moeten worden zullen altijd vrijwilligers gevraagd worden om daar in werkgroepverband in mee te denken. Uiteraard is dat geen verplichting, maar de ervaring leert dat vrijwilligers het vaak heel leuk vinden om mee te denken. Daarmee wordt niet alleen hun onderlinge band en hun band met het

bestuur versterkt maar hebben ze ook actief invloed op zaken die hen direct aangaan en waar ze in de winkel en het museum mee te maken krijgen.

#### 8. Exitgesprekken met vrijwilligers

Als een vrijwilliger ons verlaat zal een exitgesprek gevoerd worden. Nagegaan zal worden wat de reden is om te stoppen. Exitgesprekken zijn de natuurlijke afronding van de inzet van vrijwilligers en een bron van verbeteringsuggesties.

Aandacht en zorg voor vrijwilligers is cruciaal in een organisatie zonder betaalde krachten, zonder overheidssubsidies en zonder sponsor- of fondsen gelden. Het bestuur beseft dat terdege en heeft dan ook afgesproken dat een bestuurslid zich verantwoordelijk gaat voelen voor het vrijwilligersbeleid.

### **Aandacht voor de financiële basis**

De financiële basis van de Grutterswinkel is precair. Het jaar 2022 werd met een klein negatief resultaat afgesloten, maar gelukkig zag 2024 er beter uit. Het jaar 2023 kon worden afgesloten met een klein positief exploitatieresultaat (afgerond 2.000,-- euro). Gelukkig had de Grutterswinkel door vettere jaren – vooral 2018 (Culturele Hoofdstad) – een redelijke reservepositie kunnen opbouwen. Zo is er ultimo 2023 een Algemene Reserve van 24.460,-- euro en een Bestemmingsreserve Exposities (BRE) van 14.725,-- euro. Duidelijk is dat de positieve lijn in de exploitatie in de komende planperiode moet worden vastgehouden, waardoor met name de AR als buffer voor onvoorziene tegenslagen of noodzakelijke investeringen kan groeien.

Dat kan op verschillende manieren. In de eerste plaats zal scherp aan de wind gevaren moeten worden wat betreft de kosten/lasten. Bij het jaarlijks vaststellen van de begroting zal het bestuur kritisch zijn op de noodzaak en hoogte van alle uitgaven. Daarnaast is het wenselijk dat de bezoekersaantallen omhoog gaan. Waren er in 2021 (coronajaar!) nog een kleine 5.000 bezoekers, in 2022 mochten we 8500 bezoekers verwelkomen en in 2023 lag dat aantal weer boven de 10.000. In de komende jaren is het streven om minstens 10.000 bezoekers te ontvangen; met een jaarlijks accres van 10%. De uitvoering van de hierboven beschreven prioriteit inzake PR en communicatie is daarvoor voorwaardelijk. Een derde wijze om de exploitatie te verbeteren is om een verantwoord prijzenbeleid met betrekking tot onze verkoopproducten te voeren. We zullen de prijzen regelmatig moeten ijkken en in ieder geval aanpassen aan het geldende inflatiepercentage. Wij dienen er hierbij wel rekening mee te houden dat we ons niet uit de markt prijzen, maar ook dat wij – gelet op vergelijkbare middenstanders in Leeuwarden – niet onderprijzen, waardoor oneerlijke concurrentie zou ontstaan. Uiteindelijk moeten de prijzen zodanig zijn dat ze betaalbaar blijven voor onze doelgroepen. Daarnaast zal met het oog op omzetverhoging een proef worden gedaan met een bescheiden uitbreiding van ons kopje koffieaanbod (koffie-verkeerd).

Een andere manier om de financiële positie te versterken is het aanvragen van overheidssubsidies en het aanvragen van gelden bij externe fondsen. Dit is zeker te overwegen, maar hoogst ongewis. In ieder geval neemt het bestuur zich voor om in de komende periode subsidiemogelijkheden bij de gemeente Leeuwarden en de provincie Fryslân te onderzoeken en om een lijst aan te leggen van Friese (of nationale) fondsen die gelden beschikbaar stellen voor doelen die passen bij onze winkel en museum. Voorts zal er

actie worden ondernomen om particulieren “*Vriend van Museum de Grutterswinkel*” te laten worden, waarbij een (jaarlijkse) geldelijke bijdrage wordt gevraagd.

Hieronder zal worden aangegeven dat het tentoonstellingsbeleid een lagere prioriteit heeft in de voorliggende planperiode. Dat betekent niet dat de daarvoor in het leven geroepen BRE wordt afgeschaft, maar wel dat deze bestemmingsreserve kan worden teruggebracht tot maximaal 5.000,-- euro (huidige beleid) en dat het restant (9.725, -- euro) van deze BRE wordt overgebracht naar de AR. Hierdoor ontstaat meer financiële ruimte voor de prioriteiten zoals hierboven beschreven.

De in 2018 verkregen ANBI-status zal ook in de komende jaren gelden. Deze status maakt het makkelijker om subsidies van overheden of financiële bijdragen van externe fondsen c.q. donaties/legaten van burgers te verkrijgen.

Transparantie van het financiële reilen en zeilen van onze organisatie is belangrijk, zowel intern als extern. De jaarlijks op te stellen begroting en de jaarrekening zullen bekend gemaakt worden.

### **Het expositiebeleid**

In het verleden zijn er vele tentoonstellingen georganiseerd; de variatie aan onderwerpen was groot. Het vorige beleidsplan (2017-2020) heeft sterk de nadruk gelegd op een voortzetting van deze reeks. Diverse ideeën werden gepresenteerd, waarvan sommige ook daadwerkelijk zijn gerealiseerd. Het heeft geresulteerd in de huidige inrichting van winkel, koffiekamer en met name de museale ruimte op de bovenverdieping. Wat niet van de grond is gekomen zijn de wisseltentoonstellingen. En dat is ook begrijpelijk. Het vergt nogal wat van een organisatie om een tentoonstelling te organiseren, zeker als er meerdere tentoonstellingen per jaar worden beoogd. Allereerst zal een plan geschreven moeten worden waarin een thema en een verhaal worden gepresenteerd. Daarna volgt het werven van gelden om dat plan uit te werken en uit te voeren. Al snel zal blijken dat de eigen collectie onvoldoende is om meerdere tentoonstellingen per jaar te organiseren. Dus zal overleg gepleegd moeten worden met eigenaren van gewenste bruiklenen, met alle juridische en verzekeringstechnische rompslomp van dien. Dan dient de tentoonstelling ingericht te worden en dient de publiciteit over de tentoonstelling op gang te komen. Als de tentoonstelling geopend wordt zal er een vorm van bewaking moeten komen, zeker als er bruiklenen worden uitgesteld.

Al deze activiteiten liggen vrijwel buiten het huidige bereik van onze organisatie. Het bestuur is er tevreden over dat de winkel en de koffieruimten zijn ingericht en dat de tentoonstelling op de bovenverdieping op orde is; wel zal met name de laatstgenoemde ruimte moeten worden aangepast aan de inzichten van heden. Wij willen de huidige inrichting graag behouden, maar dan als een permanente tentoonstelling, die wellicht op onderdelen aangepast kan worden. In dit kader is het wenselijk dat de zogenoemde bestuurskamer weer in gebruik wordt genomen en onderdeel wordt van de museale ervaring. Zowel in de huidige tentoonstellingsruimte als in de bestuurskamer bevinden zich videoschermen, die beter voor het publiek toegankelijk dienen te worden. Ook zal nagegaan worden of het aanbod van filmpjes vernieuwd en uitgebreid kan worden. In ieder geval is het wenselijk dat bij de verkoop van kaartjes voor het museum/de tentoonstelling elke bezoeker door de desbetreffende



vrijwilliger erop wordt gewezen hoe de beide videoschermen geactiveerd moeten worden. De rondleidingen kunnen gewoon doorgang vinden en wellicht geïntensiveerd.

In een nieuwe planperiode kan – als de prioriteiten die in dit beleidsplan zijn beschreven een lagere status kunnen krijgen - het expositiebeleid opnieuw als prioriteit opgevoerd worden. Vooralsnog kiest het bestuur voor de nieuwe planperiode voor een passief expositiebeleid. Daaronder verstaat het bestuur ook exposities van kunstenaars in het zogenoemde proeflokaal. Die exposities hoeven niet noodzakelijkerwijs een verbinding te hebben met onze winkel en museum. Te denken is aan amateurkunstenaars die werk van hoogwaardig niveau willen exposeren. Zulke exposities generen publiciteit voor de Grutterswinkel en aanloop van publiek in onze winkel, koffieschenkerij en museum.

## 4 Samenwerking met anderen

Vaak is het geheel groter en beter dan de som der delen. Daarom is samenwerking een goede zaak. In de komende beleidsperiode zien wij die samenwerking op zeker vier gebieden. In de eerste plaats willen we graag samenwerken met andere kleinere musea in Leeuwarden en Fryslân. We zullen die samenwerking vanuit onze prioriteiten zelf actief zoeken en zullen meedoen aan samenwerkingsinitiatieven die door de Museum Federatie Fryslân (MFF) worden geïnitieerd. Een voorbeeld van dat laatste is onze deelname aan de Museumnacht van Fryslân.

Daarnaast zoeken wij samenwerking met partners in de stad. Hierbij is te denken aan arrangementen, dat wil zeggen dat een uitje van een derde partij wordt aangeboden met als start of eindpunt onze winkel of museum. Voorbeelden van deze vorm van samenwerking zijn: een praamvaart met als afsluiting een kop koffie/thee of een rondleiding bij ons. Of een stadswandeling die bij ons begint of eindigt, met of zonder rondleiding door ons museum. Andere voorbeelden: een gecombineerde ticket van een bezoek aan de Oldehove en een bezoek aan ons. Zo zijn er nog diverse vormen van samenwerking te bedenken. Het bestuur zal actief contact zoeken met partners als City Events en Visit Leeuwarden om zo veel mogelijk van dit soort samenwerkingen in de vorm van arrangementen te realiseren.

Voorts achten wij het wenselijk dat voor bepaalde specialistische taken samenwerking wordt gezocht met MBO-, HBO- en Universitaire studierichtingen. Te denken is hierbij bijvoorbeeld aan het ontwikkelen van een PR en communicatiebeleid. Voorts willen wij meewerken aan maatschappelijke stages van middelbare scholen en aan stages van MBO, HBO en universitaire opleidingen.

Ten slotte zal er samengewerkt worden met de eigenaar (familie Boomsma) van de panden Nieuwesteeg 5 en 7. De relatie met onze 'huurbaas' is gelukkig goed en dat moet zo blijven. Omdat met betrekking tot het gebouwenbeheer en -onderhoud regelmatig werkzaamheden moeten worden verricht is het raadzaam dat er halfjaarlijks een afstemmingsoverleg tussen de familie Boomsma en Museum de Grutterswinkel is. Van onze kant zal aan dat overleg deelnemen de voorzitter en de penningmeester. Bij beslissingen over grootonderhoud kan Museum de Grutterswinkel haar culturele status inbrengen ter verkrijging van subsidies die

gericht zijn op de instandhouding van cultureel erfgoed. Hierbij is onder andere te denken aan de Wassenbergh Clarijs Fontein Stichting.

## 5 Slot

Dit beleidsplan heeft als ondertitel "*Niet mopperen maar opperen*". Daarmee is bedoeld dat management en besturen nooit vanzelf gaan. Was dat maar waar. Besturen betekent dat je actief op zoek moet naar kansen om jouw doelstellingen te realiseren en een open oog moet hebben voor kansen die zich aandienen. Dat is hard en vooral actief werken. Er zullen altijd tegenslagen zijn en voornemens pakken soms totaal anders uit dan je je had voorgesteld. Dan is dat geen reden om primair naar oorzaken buiten jezelf te zoeken ofwel de omstandigheden de schuld te geven. Niet mopperen dus, maar opperen. En met dat opperen is iets bijzonders aan de hand. Opperen betekent in de eerste plaats niet denken in termen van problemen maar in oplossingen. Analyseren waarom dingen fout zijn gelopen is vaak nuttig, maar nooit het eindstation. Dat eindstation komt dichterbij als je nadenkt over de oplossing van gesignaleerde problemen en daar een concreet voorstel voor doet. Opperen dus.

Maar opperen heeft nog een betekenis. In de bouw is opperen het aandragen van bouw materiaal waarmee de bouwvakkers (metselaar, timmerman, etc) verder kunnen met hun werk. De werkzaamheden van de opperman zijn vaak het zwaarst. Hard werken dus. In de bouw en als bestuurder van een organisatie, zeker een vrijwilligersorganisatie. En dat werk doen we niet voor onszelf, nee, bestuursleden "opperen" om de organisatie beter en toekomstbestendiger te maken.