



Bijlage 3. Terugkoppeling enquête streek- en kasteelmusea 2023

Datum	11-02-2025
Van	Samantha Hassink-Burbidge
Aan	Gedeputeerde Van Muilekom
Telefoonnummer	+31634180229
Team	CER

Dit is een bijlage bij de Statenbrief 'Evaluatie 'Beter in Verbinding. Museumbeleid provincie Utrecht 2021-2025'

Enquête inzet provincie Utrecht voor de streek- en kasteelmusea

Na de netwerkbijeenkomst in oktober 2023 is begin november een enquête verstuurd naar het alle contactpersonen binnen het streek- en kasteelmuseumnetwerk. De enquête had als doel te peilen of de inzet van de provincie voor de streekmusea ook echt aansloot op de behoefte van de musea.

Opzet enquête

De enquête bestond uit vragen over de verschillende soorten van inzet: het bouwen van een sterk netwerk, het bevorderen van kennis(deling) door LEU en EET, vergroten van het publieksbereik door gezamenlijke marketing en het aanjagen van vernieuwing door middel van een subsidieregeling. Naast de gesloten vragen over de inzet, waren open vragen ook onderdeel van de enquête, zodat de musea verdere feedback konden geven over de inzet van de provincie. De enquête is door 24 musea ingevuld, zo'n 50% van het totaal aantal musea. De verhouding middelgrote en kleine musea was ook mooi in balans, de helft door middelgrote musea (zoals Stadsmuseum Woerden of Slot Zuylen) en de helft kleine musea (zoals Museum Oud-Soest of het Tabaksteelt Museum).

Resultaten

1. Netwerkbijeenkomsten

1.1. Aanwezigheid:

62% van de respondenten gaf aan bij meerdere bijeenkomsten aanwezig te zijn geweest, 25% gaf aan bij één bijeenkomst te zijn geweest, 13 % gaf aan nog niet aanwezig te zijn geweest.

1.2. Motivatie:

Het meest gewaardeerd aan de bijeenkomsten is de uitwisseling van ervaringen met museumcollega's (39%) en het vergaren van nieuwe kennis over bijvoorbeeld educatie, meerstemmigheid en immaterieel erfgoed (36%), maar respondenten geven aan ook te komen voor de gezelligheid en het netwerken (21 %).

1.3. Cijfers:

- De gemiddelde beoordeling van de netwerkbijeenkomsten was een 4 (tevreden), op een schaal van 1 (zeer ontevreden) tot 5 (zeer tevreden)
- De gemiddelde beoordeling van de inhoud van de bijeenkomst was een 4 (nuttig) op een schaal van 1(niet relevant) tot 5 (zeer nuttig).

1.4 Wat misten de musea nog? (open vraag):

Een aantal respondenten maakten een opmerking over het deelnemersveld van de bijeenkomsten. Bij de bijeenkomsten zijn museumspecialisten én vrijwilligers van de musea aanwezig, maar tussen de specialisten zitten én conservatoren én bijvoorbeeld marketeers. Sommige respondenten gaven aan dat niet altijd ideaal te vinden in de uitwisseling van ervaringen. Eén respondent gaf aan behoefte te hebben aan het bespreken van strategische vraagstukken met collega-directeuren. Een aantal respondenten reageerden op de vorm van de bijeenkomsten, om zo de uitwisseling tussen de aanwezigen te verbeteren.

1.5 Welke behoefte heeft u voor in de toekomst wat betreft onderwerpen, werkvormen en/of uitwisseling? (Open vraag):

Het meest genoemd werd informatie over vrijwilligerswerving (3), informatie over collectiebeheer (3) en communicatiemiddelen en sociale mediastrategieën (3). Daarnaast werd educatie twee keer genoemd, fondsenwerving, weten wat er bij de verschillende musea speelt, meer tijd om het museum te bezoeken, diversiteit en inclusie en digitalisering werden allen één keer genoemd.

1.6. Spreekt u uw collega's van streekmusea buiten de netwerkbijeenkomsten vaker? (Open vraag):

Een deel van de respondenten gaf bij deze vraag aan ook in andere netwerken contact te onderhouden met musea, zoals bijvoorbeeld in de eigen gemeente, via andere belangenorganisaties zoals de ICOM, netwerk Zuiderzee collectie of bijvoorbeeld het SUM. Maar gaven daarbij ook aan dat het contact met de museumcollega's bij de streekmusea uit de provincie makkelijker gaat, ook buiten de netwerkbijeenkomsten via mail en telefonisch contact.

2. Gezamenlijke marketingcampagne

2.1. Bekendheid campagne:

62,5% van de respondenten was bekend met de campagne, 37,5% niet.

2.2. Zichtbaarheid:

De respondenten die de campagne wel kenden, waren op de hoogte van de campagne doordat zij communicatiemiddelen (flyers en folders) hadden ontvangen voor in hun museum. Anderen gaven aan dat zij van de campagne hoorden tijdens de netwerkbijeenkomsten.

2.3 Tevredenheid campagne:

Van de respondenten die de campagne kenden, was 72 % van hen positief over de campagne, 14% had geen mening en 14% was negatief over de campagne. Maar een klein deel van de musea (21%) gaf aan dat zij dachten dat de bezoekersaantallen van hun museum door de campagne waren gestegen, het grootste gedeelte gaf als reactie dat dat niet gemeten is.

2.4 Wat vindt u goed aan deze campagne? (Open vraag):

"Deze musea zitten tussen de kleine en grote musea in. Het is de categorie met een belangrijk verhaal in de provincie Utrecht, waar veel van mag worden verwacht, maar met relatief weinig middelen. Alle hulp voor deze musea is meer dan welkom", "Brede(re) publiciteit", "Gezamenlijkheid, gedeelde boodschap", "Toont veelzijdigheid en diversiteit van het aanbod", "Dat gasten uitgenodigd worden om andere (kleine) musea te bezoeken."

2.5 Wat kan er nog beter aan deze campagne? (Open vraag):

"Campagne uitstraling aan de brave kant. Term streekmusea is niet sexy. Mis spannende slogan", "inclusiever beeldmateriaal en aanbod", "grote musea ook opnemen, dat zijn de trekkers, de rest kan daarvan profiteren", "De afzender Utrecht-Region en de doelgroep komen niet overeen", "Ik heb niet de indruk dat hij erg bekend is. Van onze VVV heb ik er bv. alleen over gehoord toen de campagne nieuw was." Een aantal musea gaven aan dat ze de flyers niet echt duurzaam vonden en of er in de toekomst een duurzamere oplossing kan worden gevonden zodat er niet zo veel papier hoeft worden weggegooid. Een ander

museum gaf aan behoefte te hebben aan tips hoe zij zelf goed konden aanhaken op de gezamenlijke campagne en zo nog meer publiciteit kunnen genereren voor het museum.

3. Subsidieregeling voor de streek- en kasteelmusea

3.1. Bekendheid van de regeling:

Bijna alle respondenten zijn bekend met de subsidieregeling (92%). Van de respondenten heeft 27% een aanvraag gedaan bij de provincie. Van de 63% van de respondenten die geen aanvraag heeft gedaan, overweegt meer dan de helft (56%) alsnog een aanvraag in de toekomst. Op de vraag of de regeling aansluit bij de behoefte van het museum reageert slechts één museum negatief. De overige respondenten vinden de subsidie aansluiten bij de behoefte van het museum.

3.2. Subsidieproces:

Het gemiddelde cijfer dat de respondenten die een aanvraag reeds deden, geven aan het subsidieproces is een 3,5. Dit op een schaal van 1 (zeer lastig) - 5 (makkelijk). Bij het scoren waren er uitschieters naar boven en naar beneden. Sommige hebben het proces als zeer lastig ervaren, sommige als makkelijk.

4. Ondersteuning door Landschap Erfgoed Utrecht (LEU) en het Erfgoed Expert Team (EET)

4.1 Heeft u gebruik gemaakt van advies vanuit LEU?

58% van de respondenten heeft gebruik gemaakt van advisering van LEU, de overige 42% niet.

4.2. Op welk gebied heeft u gebruik gemaakt van advisering van LEU?

De advisering was zeven keer op het gebied van vrijwilligers, vijf adviezen waren op het gebied van collectiebeheer en 8 adviezen waren op het gebied van digitalisering.

4.3. Tevredenheid:

De respondenten die aangaven advies te hebben ontvangen van LEU, waren allen tevreden over de ondersteuning.

4.4. Advisering door Erfgoed Expert Team: geen van de respondenten gaf aan advies te hebben ontvangen van het Erfgoed Expert Team.

4.5. Op welk ander gebied heeft u nog behoefte aan ondersteuning? (Open vraag):

"Op vele gebieden maar nu eerst: hoe starten we een nieuw plan van aanpak en missie en visie en vrijwilligers er warm voor krijgen", "Op het gebied van expertise en advies hebben we veel gehad aan alle provinciale adviezen. Helaas ontbreken voor een aantal gewaardeerde voorstellen de middelen om ze uit te voeren", "Streekmusea regeling is nuttig, maar het percentage subsidiabele kosten is laag, dus (te) hoge eigen bijdrage", "Gewoon eens met iemand door het museum heen lopen voor algemene tips. We zijn al vele jaren bezig met het museum echt het stempel van streekmusea te geven. Alles hangt af van budget maar we zijn op de goede weg en het einde van de transitie is in zicht maar een scan door andere ogen zou ook wel eens goed zijn", "Hoe krijg ik meer geld voor aanstelling vaste krachten. Zijn daar subsidies voor?", "samenwerkingsprojecten met grotere musea".

5. Algemene feedback

5.1. Wilt u nog iets anders kwijt? (Open vraag):

- Voor streekmusea (in ons geval geldt dit in ieder geval) is het aanvragen van subsidies een moeilijke, uiterst onzekere en tijdrovende bezigheid omdat het (in ons geval) minder gedragen wordt door één gemeente. Vanwege ons grensoverschrijdend verhaal kunnen we niet terecht bij 1 loket, maar bij vele, steeds wisselende en van personeel wisselende loketten. Dat maakt meerjarenplannen en begroten buitengewoon moeilijk, ook als er wel een heldere en gedragen visie is.

- De subsidie van streekmusea zou een lager percentage eigen bijdrage moeten verwachten, maar kan bijv. als eis museale samenwerking stellen, zodat de middelen die aan de bijeenkomsten worden besteed in de subsidie

kunnen worden gestoken en samenwerking min of meer afdwingen. Anders is samenwerken (en kostenbesparing door gedeelde projecten) te vrijblijvend en gebeurt niet of te weinig (geen incentive).

- Ben blij met de campagne. Als het kan neem ik wel graag deel aan een onlineoverleg als dat een keer kan.
- Dank voor goede en duidelijke aansturing vanuit de Provincie. Tales of Culture: top!
- Goed dat de provincie weer actief is op dit terrein!