



Klederdracht
Museum
A M S T E R D A M

JAARVERSLAG 2017

*Het Klederdrachtmuseum
Herengracht 427
1017 BR Amsterdam
info@hetklederdrachtmuseum
020-8452399*



Inhoud

Voorwoord van de voorzitter

- 1. Verslag van de directie**
- 2. Bezoekaantal**
- 3. Educatie**
- 4. Collectieverwerving en registratie**
- 5. Activiteiten**
- 6. Marketing en communicatie**
- 7. Financiële resultaten**
- 8. Activiteiten voor het komend jaar**



Voorwoord van de voorzitter van de Raad van Toezicht

Met gepaste trots presenteren wij het allereerste jaarverslag van Het Klederdrachtmuseum. Het Klederdrachtmuseum is medio 2016 geopend en kende sindsdien een turbulente, maar succesvolle start. Graag nemen wij u, in dit jaarverslag, mee in de reis die het museum vanaf toen gemaakt heeft. Een nieuw particulier museum opstarten in Amsterdam is bepaald geen sinecure; regelgeving, samenwerking met bestaande musea, contacten met ticket- en touroperators en verschillende accreditatieprocessen vragen veel tijd en aandacht.

Gelukkig voelden wij ons al snel gesterkt door een geweldig team van vrijwilligers, lovende reacties van bezoekers en de ontroerende feedback van de steeds kleiner wordende groep mensen die hun klederdracht nog dagelijks dragen.

Het Klederdrachtmuseum heeft in 2017 laten zien dat het financieel zelfstandig kan bestaan, de vaste lasten, van met name de huur, kunnen door de entreegelden worden gedragen. We zien sinds de opening een mooie stijgende lijn in bezoekersaantallen en hebben voldoende redenen, zoals de acceptatie van de museumjaarkaart per medio 2018, om te verwachten dat de stijgende lijn zich verder zal voortzetten.

In 2018 wil het museum zichzelf verder op de kaart zetten op het gebied van onderwijs en evenementen. Daarnaast zullen investeringen in marketing en promotie, om de bezoekersaantallen verder te laten stijgen, een belangrijk deel van onze aandacht vergen. Voor deze additionele groei zullen we de benodigde financiële middelen via sponsoring en fondsen trachten te werven. Dat traject gaan we vol vertrouwen in.

We zijn heel dankbaar voor de samenwerking met andere organisaties zoals het Zuiderzeemuseum, Zeeuws museum en het Amsterdam Museum. De hulp die we hebben gekregen en de museumstukken die we mogen gebruiken voor de geplande tentoonstellingen helpen ons met het delen van dit belangrijke Nederlands erfgoed.

De groei en het museum was niet mogelijk geweest zonder de inzet en de betrokkenheid van onze vrijwilligers en vrienden van het museum. Zij dragen het museum. Namens mijn collega's in de Raad van Toezicht dank ik hen hartelijk en bied ik u met trots het jaarverslag over 2017 aan. Vol enthousiasme en vertrouwen kijken wij uit naar hetgeen 2018 Het Klederdrachtmuseum gaat bieden.

Swinda Hagedoorn, Voorzitter Raad van Toezicht



1. Verslag van de directie

Het Klederdrachtmuseum kan terugkijken op een geslaagd 2017 met nieuwe evenementen en succesvolle samenwerkingen. Gedurende dit jaar heeft vooral de audit voor het museumregister centraal gestaan. Er is hard gewerkt aan het organisatorische en financieel fundament van het museum.

Zoals gezegd werden de bezoekers in dit jaar in aanraking gebracht met nieuwe evenementen zoals de 'Catwalks', workshops en masterclasses.

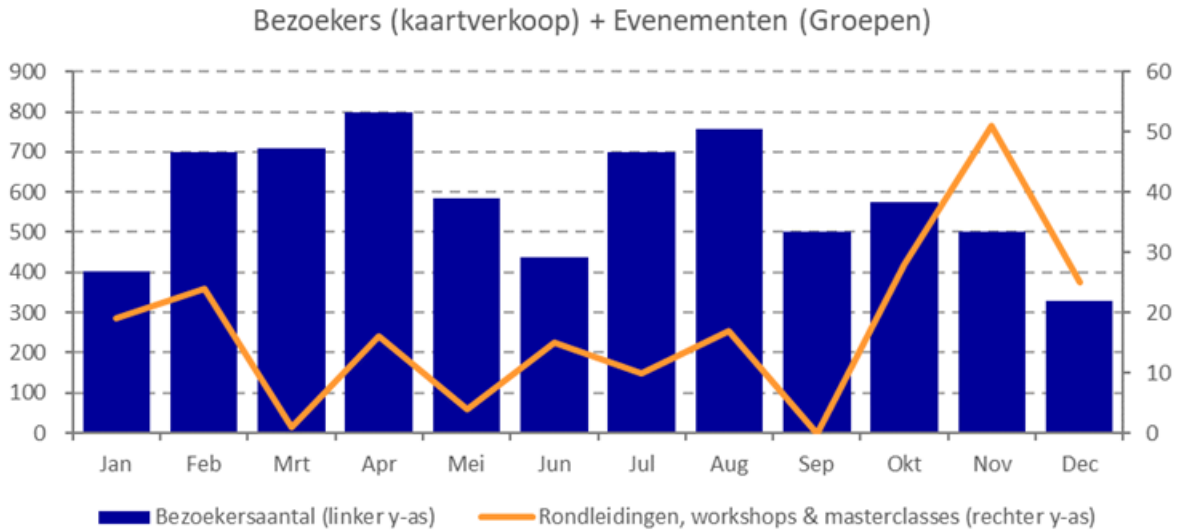
Op educatief terrein heeft het museum een aantal projecten met modeacademies gedaan en gastcolleges verzorgt voor de UvA. Het streven van het museum is om in 2018 een educatief programma aan te kunnen bieden aan basis en voortgezet onderwijs. Daarvoor is in 2017 al verkennend onderzoek gedaan.

In 2017 is de vaste collectie overgedragen aan Stichting Het Klederdrachtmuseum. Deze collectie is gedurende dit jaar uitgebreid beschreven en gedocumenteerd in Adlib, het collectieregistratie systeem. Hiermee is de collectie beter beschermd en beter te beheren, ook voor toekomstige generaties. Dit was ook een ICOM-norm dat aan de basis ligt voor de audit voor het museumregister. Hiervoor heeft Het Klederdrachtmuseum ondersteuning gekregen van de archivaris van het Amsterdam Museum.

De Stichting Het Klederdrachtmuseum heeft met de uit de entreegelden verkregen inkomsten alle vaste lasten kunnen betalen. Dat geeft vertrouwen voor de toekomst bij stijgend aantal bezoekers en gelijkblijvende vaste kosten.

2. Bezoekersaantallen

In 2017 hebben 10.000 bezoekers het museum en de eraan gerelateerde evenementen bezocht. Dit is een verdubbeling ten opzichte van 2016 (2.500 bezoekers in 6 maanden). Door de acceptatie van de I-Amsterdamcard is per 1 januari 2017 het buitenlandse bezoekersaantal flink toegenomen.



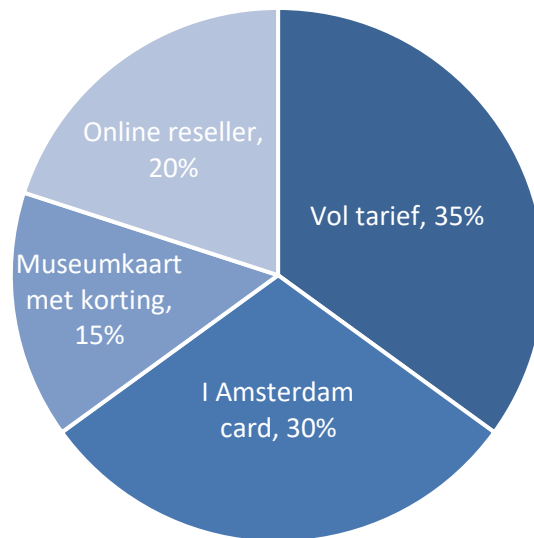
In 2017 waren er slechts drie maanden met minder dan 500 reguliere bezoekers. De belangrijkste perioden voor het museum zijn het voorjaar van februari tot mei en de zomermaanden juli en augustus. Het aantal evenementen laat, als gevolg van meer aanbod, creativiteit en promotie, gedurende het hele jaar een stijgende lijn zien.

De bezoekers kwamen voor 40% uit Nederland en 60% uit het buitenland. De herkomstlanden van de buitenlandse bezoekers zijn zeer divers maar het grootste deel komt uit Europa en Amerika. Vanaf 1 januari 2018 gaat het museum herkomstlanden en leeftijden registreren, om het aanbod beter aan te laten aansluiten.

Het museum wordt ook veel bezocht door museumkaarthouders maar helaas was het museum in 2017 nog niet in staat de museumkaart te accepteren. Het museum gaf wel een korting van € 1,50 op de normale entreprijs op vertoon van de museumkaart.

We zien een toename van buitenlandse bezoekers die een tijdelijke museumkaart kopen, daarom is het belangrijk voor het Klederdrachtmuseum dat vanaf juli 2018 de museumkaart geaccepteerd kan worden.

Verkoopkanalen



Doelgroepen

Van de Nederlandse bezoekers is 70% vrouw, zij bezoeken het museum vaker in groepen. Van de buitenlandse bezoekers is de verhouding man/vrouw ongeveer 50/50, we zien hier dat men vaker als stel op reis gaat.

De leeftijden lopen zeer uiteen maar het grootste deel van de bezoekers is tussen 40-70 jaar. Ten opzichte van 2016 is het publiek jonger geworden. Dit heeft vooral te maken met de I-Amsterdam card en het museum heeft meer bekendheid gekregen bij de modeacademies.

De acquisitie van bedrijfs- en groepsevenementen vereist een andere aanpak dan de individuele bezoeker. In 2017 heeft het museum gedurende het jaar in toenemende mate bedrijfsevenementen en groepsboekingen verzorgt. Het museum kan een maatwerkprogramma met catering en rondleiding aanbieden voor bedrijven met bijvoorbeeld internationale gasten en/of medewerkers. Aan de hand van de kostuums wordt een interessant verhaal verteld over de (regionale) geschiedenis van Nederland en zijn rol in de wereld, vanaf de VOC tot aan vandaag. Dit is in 45 minuten een kennismaking met Nederland. Het museum streeft ernaar om deze tak in de toekomst verder te laten groeien.

3. Educatie

In 2017 bood Het Klederdrachtmuseum voor zowel onderwijsgroepen als reguliere bezoekers inspirerende masterclasses, diverse rondleidingen, workshops, en meerdaagse programma's. Het aanbod van thema's was breed, zoals textiel, vormgeving, materialen, techniek en erfgoed. Ook was er grote diversiteit aan doelgroepen, variërend van kinderen tot professionals. Bij deze activiteiten wordt de samenwerking met ontwerpers, docenten, bedrijfsleven en andere (culturele) instellingen gezocht.

Basis- en voortgezet onderwijs

Het educatieprogramma voor basisscholen en voortgezet onderwijs zal in 2018 verder worden opgepakt en geïmplementeerd. We willen dan met een aantal standaardpakketten werken en daarmee de banden met de opleidingen aanhalen. Hiervoor werken wij samen met Mocca (intermediair voor cultuuronderwijs regio Amsterdam). In het kader van Cultuureducatie met kwaliteit is de leerlijn erfgoed, identiteit en burgerschap opgestart. Hiermee wil het Klederdrachtmuseum in samenwerking met scholen en nieuwe partners een duurzame meerjarige leerlijn creëren over de geschiedenis en identiteit en de functie van Klederdracht en haar dragers. Het museum kan, in dialoog met scholen en met een verbinding naar andere culturen, laten zien hoe internationale invloeden uit de hele wereld terecht zijn gekomen in wat wij nu zien als 'ons Nederlands erfgoed'.

MBO/HBO onderwijs

Het Klederdrachtmuseum heeft belangstelling van mode- en kunstacademies uit binnen- en buitenland. 200 studenten bezochten het museum met op maat gemaakte rondleidingen. Hieraan zit vaak een vervolgo opdracht bij voor de studenten, vanuit de opleiding gegeven.

Gastcollege UvA

Het museum verzorgde gastcolleges van een halve dag voor UvA studenten restauratietechniek.

Workshops en Masterclasses

Wekelijks worden in de keuken van het museum workshops gegeven in Staphorst Stipwerk. Deze techniek is door iedereen te leren en is daarmee zeer laagdrempelig. Deze workshop wordt ook op verzoek verzorgd voor bijvoorbeeld verjaardagen of vriendenuitjes. In 2017 hebben meer dan 500 personen deelgenomen aan de workshops en masterclasses.

De masterclass 'Staphorst Stipwerk' wordt verzorgd door Gerard van Oosten. Gerard is een gespecialiseerd ambachtsman in bijzondere verfdecoratietechnieken en heeft onder andere voor Walter van Beirendonck en John Galliano het stipwerk verzorgd voor hun herencollecties die in Parijs op de catwalk zijn gepresenteerd.



Workshop in de keuken



Masterclass in de Singelkerk (Buurpand)

4. Collectie verwerving en registratie

In 2017 heeft het museum een aantal donaties van kostuumstukken ontvangen van particuliere gevers. Dit ging met name om Marker herenkleding en een Huizer dameskostuum.

Het museum is in 2017 gestart met de collectieregistratie in Adlib, dit is een van de ICOM-normen voor het museumregister. Hierbij zijn wij ondersteund door de archivaris van het Amsterdam Museum die ons van technisch advies heeft voorzien. Alle collectieonderdelen zijn inmiddels gefotografeerd en beschreven in Adlib. In totaal gaat het om 650 geregistreerde onderdelen

5. Activiteiten

Catwalk

Het Klederdrachtmuseum heeft samen met klederdrachtgroep 'Mooi Zeeland' een catwalk show georganiseerd in de Singelkerk. Dit was een presentatie waarbij 50 Zeelanders hun klederdrachtkostuums toonden. Het Parool heeft dit evenement gesponsord met drie pagina's advertenties in de Amsterdamse uitgave van de krant. Er kwamen 150 bezoekers en het is erg enthousiast ontvangen. Het museum heeft de ambitie om hier een serie van maken door 2 keer per jaar een catwalk te organiseren.



Expositie

Het museum is vanaf oktober gestart met de voorbereidingen voor de expositie 'Contemporary Fashion' die geopend gaat worden in September 2018. In deze tentoonstelling worden kostuums gepresenteerd van 12 hedendaagse Nederlandse en buitenlandse ontwerpers die hun inspiratie hebben gehaald uit de Nederlandse klederdracht.

6. Communicatie en marketing

Het Klederdrachtmuseum heeft ondanks een beperkt budget voor communicatie en marketing toch veel publiciteit gekregen. Met een ruimer reclamebudget en meer zichtbaarheid in de stad zou een snellere bezoekersaantallenstijging mogelijk zijn geweest.

Digitaal

Het Klederdrachtmuseum heeft diverse communicatiekanalen in gebruik. Via de website wordt inhoudelijke- en bezoekersinformatie gegeven, arrangementen aangeboden en kan men toegangstickets kopen. De website is in twee talen beschikbaar en trekt meer dan 100.000 unieke bezoekers per jaar. In het laagseizoen gebruikt Het Klederdrachtmuseum SEA (Search Engine Advertising) om online bezoek te stimuleren. Daarnaast gebruikt Het Klederdrachtmuseum ook SEO (Search Engine Optimization) en content marketingkanalen, zoals blogs, ter promotie van het museum.

Het Klederdrachtmuseum heeft 1.100 internationale volgers via Facebook, 500 via Instagram en 2.500 inschrijvingen op de nieuwsbrief. Zij ontvangen wekelijks en maandelijks berichten over de activiteiten en ontwikkelingen van Het Klederdrachtmuseum en de interactie is hoog. Sociale media

wordt ingezet als marketinginstrument tijdens een bezoek aan Het Klederdrachtmuseum. Beelden en ervaringen kunnen op strategische plekken automatisch worden gedeeld met vrienden en familie.

Pers

In 2017 werd door vele dagbladen, websites en modebladen aandacht aan Het Klederdrachtmuseum besteed. Onder andere door: Trouw, De Telegraaf, Noord Hollands Dagblad (diverse edities), Gooien Eemlander (diverse edities), Leidsch Dagblad, Metro, Haarlems Dagblad, Elle, Harpers Bazaar, Marie Claire, Nouveau, Privé, Echo, Vogue, Elsevier.

De beroemde fotograaf Mario Testino heeft de kappen van het museum gebruikt voor een 8 pagina fotoshoot voor het jubileumnummer van Vogue.



Binnen- en buitenlandse reisprogramma's hebben opnamen gemaakt in het museum zoals onder andere uit Macedonië, Thailand en Amerika.

Promotie

In 2017 zijn er 5 netwerkbijeenkomsten georganiseerd in het museum voor gidsen en hotels om kennis te maken met het museum.

De online kaartverkoop via internationale websites zoals bijvoorbeeld Tripadvisor, Viator, Expedia, Booking.com, GetYourGuide, etc. trekt steeds meer aan. De verkoop is gedurende 2017 steeds verder gestegen in vergelijking met 2016. Het museum is een samenwerking met Alipay aangegaan om het museum ook voor de Chinese markt toegankelijker te maken.

Het museum heeft meegedaan aan promotieacties zoals AH-uitjes actie, NS, Eropuit, Dagjeweg, en heeft klanten- en personeelsacties met KLM en Garuda Indonesia georganiseerd.

In juni 2017 heeft het museum burendagen georganiseerd. Buurtbewoners, van de grachten en zijstraten rondom het museum, waren uitgenodigd om op een zondagochtend kennis te maken met het museum.

In het buitenland is 3 x een beurs voor touroperators bezocht. Hier zijn contacten gelegd en prijsafspraken gemaakt voor groepsarrangementen.

7. Organisatie en personeel

In 2017 hebben er geen grote organisatorische veranderingen plaatsgevonden.

Raad van toezicht:

Mevr. Swinda Hagedoorn (voorzitter)

Dhr. Maurits van Balen Blanken

Dhr. Martijn Naberman

Raad van Toezicht houdt toezicht op de financiële en zakelijke kant van het museum. De RvT is samen met de directie in 2017 vijf keer bij elkaar gekomen. Daarnaast heeft de directie regelmatig overleg met de RvT leden voor advies.

Directie en bestuurder: Jolanda van den Berg

Directeur van de Stichting is verantwoordelijk voor zakelijk en inhoudelijk sturing.

Stichting Het Klederdrachtmuseum, museum voor Nederlandse klederdracht, is ingeschreven bij de Kamer van Koophandel onder nummer: 34263245. Het museum heeft een culturele ANBI status, RSIN 856842503

Het museum wordt mogelijk gemaakt door de inzet van 23 vrijwilligers. Zij zijn zeer belangrijk voor het museum. De vrijwilligers werken op diverse onderdelen van het museum maar het belangrijkste deel is de functie van gastvrouw/gastheer. Zij zorgen voor de operationele zaken overdag in het museum en de gastontvangst. Daarnaast verzorgen zij ook werkzaamheden zoals gidsen, website onderhoud, grafisch ontwerp, collectieregistratie, kostuumonderhoud en marketing. De werving van vrijwilligers verloopt via de wervingsite 'Culturele vacatures' en VCA (vrijwilligerscentrale Amsterdam) en spontane aanmeldingen na bezoek.

De waarde van vrijwilligerswerk

Prof. Lucas Meijs van Erasmus Universiteit in Rotterdam heeft een onderzoek gedaan over de economische waarde van vrijwilligers. De waarde per uur is volgens dit onderzoek gelijk aan de cao-loon voor vergelijkbaar werk). Voor Het Klederdrachtmuseum betekent dit dat de economische waarde van onze museumvrijwilligers in 2017 € 210.600,- bedroeg. Onze dank aan hen kent geen grenzen.

8. Financiële resultaten

Dit financieel jaarverslag 2017 betreft een verlengd boekjaar i.v.m. de oprichting van de stichting op 25 oktober 2016.

De balans ziet er positief uit en geeft een optimistisch beeld voor de toekomst. De stichting heeft in het eerste jaar, uit de inkomsten vanuit bezoekers entree, de vaste kosten kunnen financieren. De hoogste kostenpost is de huisvesting. De Stichting betaalt maandelijks een vast bedrag aan huur en facilitaire kosten aan de hoofdhuurder. Deze kosten zullen de komende jaren nauwelijks stijgen maar de bezoekersaantallen zullen wel toenemen. Het museum wordt steeds bekender (ook on-line), Amsterdam trekt meer toeristen (jaarlijkse stijging 5-6%, bron gemeente Amsterdam) en de museumkaart per 1 juli 2018 zal een groei van 20%-30% opleveren (bron Stichting Museumkaart).

De personele kosten zijn laag gebleven doordat er enkel met vrijwilligers is gewerkt en er incidenteel een vrijwilligersvergoeding kan worden betaald. Wanneer de financiële situatie het in de toekomst



toelaat, kan de directeur voor een aantal uur een marktconform arbeidscontract krijgen en de vrijwilligers een vergoeding na rato van gewerkte uren.

Het Klederdrachtmuseum ontvangt op dit moment geen subsidie en heeft in 2017 nog geen fondsen aangeschreven omdat het nog geen volledige jaarrekening kon presenteren (is vrijwel altijd een vereiste). Er zijn wel al verkennende gesprekken gevoerd met een aantal grote culturele fondsen zoals Mondriaan fonds, Prins Bernhard Cultuurfonds en VSB over een aantal projecten waarvoor het museum graag een projectaanvraag wil doen in 2018.

Het financieel jaarverslag 2017 is opgesteld door administratiekantoor Wimax te Amsterdam.

Stichting Klederdracht Museum

Balans per 31 december 2017

	<u>31 dec 2017</u>	
ACTIVA		
Materiële vaste activa		
Inventaris	<u>11.321</u>	11.321
Vorderingen en overlopende activa		
Debiteuren	17.397	
Vorderingen op participanten	1.481	
Belastingen en premies sociale verzekeringen te vorderen	8.517	
Overige vorderingen	<u>250</u>	27.645
Liquide middelen		
Rekening courant bank	1.385	
Kruisposten	<u>271</u>	1.656
		<u><u>40.622</u></u>

Balans per 31 december 2017

	<u>31 dec 2017</u>	
PASSIVA		
Kapitaal		
Winstreserve	<u>50</u>	50
Langlopende schulden		
Schulden aan kredietinstellingen lang	<u>10.000</u>	10.000
Kortlopende schulden		
Schulden aan leveranciers en handelskredieten	30.572	
Overlopende passiva	<u>0</u>	30.572
		<u><u>40.622</u></u>

Stichting Klederdracht Museum

Resultatenrekening over 2017

	<u>2017</u>	
Omzet	53.550	
Kostprijs van de omzet	<u>-166</u>	
Brutomarge		53.384
Personeelskosten	261	
Huisvesting	50.541	
Kantoorkosten	602	
Verkoopkosten	441	
Algemene kosten	<u>1.343</u>	
Totaal kosten		53.188
Bedrijfsresultaat		<u>196</u>
Financiële baten & lasten		-146
Resultaat voor belastingen		<u><u>50</u></u>



8. Plannen voor 2018

Educatie

Het museum wil de samenwerking met scholen verder door ontwikkelen. Voor de voorbereiding en inrichting van de nieuwe tentoonstelling gaat het museum samenwerking zoeken met MBO's en HBO's voor projectopdrachten en stageplaatsen in het museum.

Voor het educatieprogramma zal in 2018 een educatiemedewerker een cultuureducatieplan maken op de leerlijnen erfgoed, burgerschap en beeldende kunst.

Collectieontwikkeling en presentatie

In 2018 zijn de ambities om meer aan de inhoud van de collectie te werken en om de informatievoorziening en presentatie naar een hoger niveau te brengen. De bezoekers beoordelen de huidige presentatie als positief en geven aan meer verhalen te willen horen van de klederdracht dragers. Hiervoor gaat het museum fondsen werven om dit mede mogelijk te maken.

Het Klederdrachtmuseum wil volgend het bedrijfsplan 1 à 2 maal per jaar een wisselende expositie organiseren. De eerste expositie zal zijn 'Contemporary fashion' waarbij collectiestukken worden getoond van hedendaagse ontwerpers die zijn geïnspireerd door de Nederlandse klederdracht. Hiervoor maakt het museum gebruik van de collecties van ontwerpers en de genereuze bruikleencollecties van het Zuiderzee museum en het Zeeuws museum.

We verheugen ons op een nieuw jaar met een mooie expositie en educatieve programma's. We verwachten een flinke toename aan bezoekers door de acceptatie van de museumkaart, de nieuwe expositie waar veel publiciteit voor wordt gegenereerd en de toenemende bekendheid van het museum bij Nederlands en buitenlands publiek.