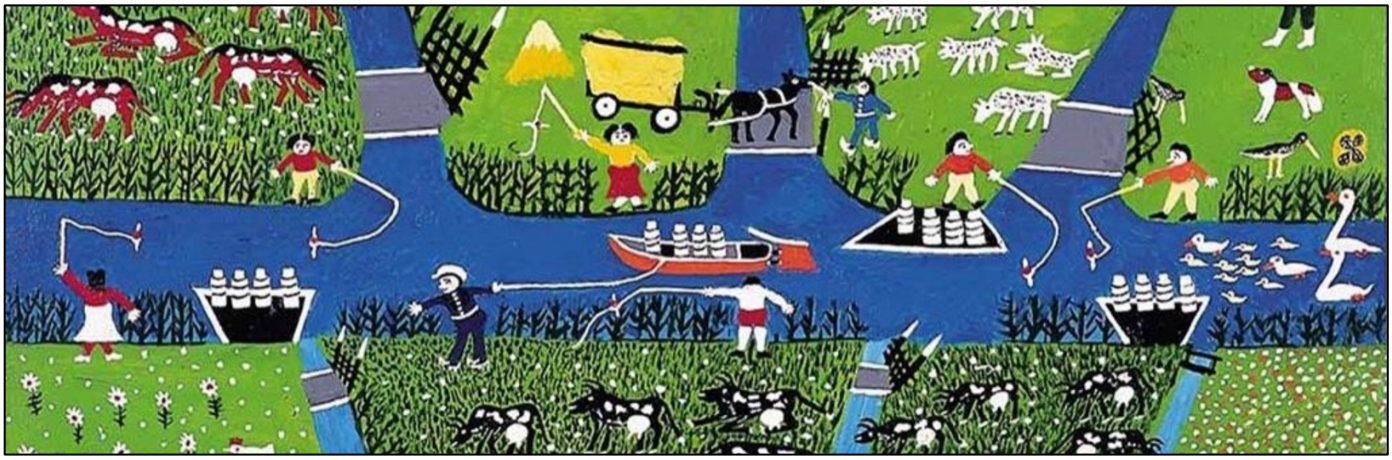
Ruurd Wiersma museum

BELEIDSVISIE 2021 tot 2025

15 december 2021

1. VOORAF



Ruurd de melkvaarder, de wal en het schip

Als melkvaarder moest Ruurd Wiersma voldoende tijd inplannen om van A naar B te varen. Hij wist: als de praam te vol is, zinkt-ie. Eerst geld verdienen, dan pas kun je verf kopen. De wind die je 's morgens mee hebt, kan zich 's middags tegen je keren. En: de wal keert het schip.

Geachte lezer,

De begrippen stilzitten en afwachten hebben Ruurd nooit aangesproken. Als er een gaatje viel tussen de grootste melkpramen bij de melkfabriek, schoot Ruurd daar behendig tussendoor.

Dat gevoel voor de nuchtere dagelijkse realiteit ervaren wij ook als stichtingsbestuur. Wij willen de komende jaren ons beleid uitvoeren door, net als Ruurd, alle kansen en uitdagingen open tegemoet te treden en creatief te benutten.

In deze Beleidsvisie tot 2025 komt u knelpunten van ons museum tegen, maar ook de kansen. Hoé we die kansen de komende vier jaar gaan benutten is een kwestie van een realistisch zelfbeeld, het op tijd herkennen van trends, maar bovenal het zoeken van samenwerking met de juiste partners op het goede moment.

Met deze beleidsvisie geven wij richting aan de manier waarop wij de komende vier jaren de juiste keuzes willen maken. Opdat wij niet tussen de wal en het schip geraken.

Het bestuur van de Stichting Ruurd Wiersma,

Sybren van Tuinen

Meta Woudstra – Otter

Sjerp Tolsma

Oege Hiddema

2. MISSIE EN VISIE

De missie van het museum

Het museum wil met het werk van Ruurd Wiersma laten zien dat ieder mens, ondanks zijn of haar beperkingen, langs een creatief spoor boven zichzelf kan uitstijgen en veel voor anderen kan betekenen.

Onze visie op de komende jaren

Vier decennia na de openstelling van het Ruurd Wiersma Hûs blijken het museumpand, het verhaal van Ruurd en zijn collectie meer maatschappelijke waarde te hebben opgeleverd dan de som der delen. Onze ambitie is om blijvend te streven naar grotere bekendheid van het museum, door te werken aan een onderscheidende uitstraling en een respectabele reputatie in de culturele wereld. Op deze manier blijven het museum, Ruurd's werk en de herinneringen aan zijn levenswijze bewaard voor de toekomst.

Hoofddoelstelling tot 2025

Aan het einde van de komende beleidsperiode is het aantal betalende bezoekers minimaal terug op het niveau van voor de corona-uitbraak, zijn de langere-termijn-perspectieven in materiële zin gewaarborgd en heeft het museum een respectabele reputatie opgebouwd binnen het dorp Burdaard en binnen het toeristische en cultuurhistorische aanbod in de regio.

3. BELEIDSDOELEN EN AMBITIES

Dit hoofdstuk beschrijft vijf inhoudelijke beleidsdoelen. De ambitie die eruit spreekt wekt de indruk van een overweldigende hoeveelheid afzonderlijke onderwerpen die het huidige bestuur wil aanpakken.

De aandachtige lezer zal echter zien dat vrijwel alle doelen en ambities met elkaar in verbinding staan. Wij streven ernaar dat elke stap binnen een bepaalde doelstelling effect heeft op onderdelen uit andere doelstellingen. Door jaarlijks te streven naar projecten die invulling geven aan meer dan een doelstelling streven wij naar multiplierefferten. Zo kan groot onderhoud worden gecombineerd met energiemaatregelen. Maar als het goed wordt aangepakt leidt het ook tot een kwaliteitsslag in de verlichting of de inrichting, waardoor we meer bezoekers per shift kunnen ontvangen.

Subdoelstellingen

Onze hoofddoelstelling is, ter wille van de overzichtelijkheid en de leesbaarheid, opgedeeld in vijf afgebakende subdoelstellingen:

Conserveren, restaureren en completeren

Presentatie en toegankelijkheid

Planologisch perspectief voor de museumlocatie

Promotie en communicatie

Onderwijs en educatie

Voor ieder jaar een plan

De realisatie van beleidsdoelen kan worden uitgesmeerd over drie tot vier jaren.

Jaarlijks publiceren wij een Jaarplan waarin wij concrete projecten, (deel)plannen en activiteiten voorzien van een realistische begroting voor het betreffende jaar. Dit maakt het mogelijk om per jaar te kiezen voor bijstelling, versnelling of vertraging in de uitvoering van de beschreven beleidsvoornemens.

3.1. Conserveren, restaureren en completeren

Conservering van de wandschilderingen

Professioneel onderzoek is leidend bij herstel- of verbeteringsplannen. Deze aanpak is een voorwaarde voor het verkrijgen van subsidies en andere financieringsvormen.

Het museumpand is eigendom van de Stichting. Het interieur-ensemble is aangewezen als Cultureel Erfgoed. Het woonhuis en het interieur vormen samen een Unique Selling Point. De Friese Museumfederatie en de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed adviseren bij de conservering, eventuele restauratie en het zoeken van financiering van het kwetsbare interieur.

Wiersma gebruikte voor zijn wandschilderingen in de woonkamer alkydverf. Deze is aangebracht op een instabiele ondergrond van hout, behang, zachtboard en jute tot ouderwets stucwerk. Dit materiaalgebruik vereist meer dan gemiddelde investeringen in verwarming, isolatie, luchtconditionering en de regulering van dag- en kunstlicht. Zie ook hoofdstuk 3.3.

Conservering van de roerende objecten

Professioneel advies en wetenschappelijk onderzoek zijn leidend bij beheer, conservering van schilderijen en objecten en bij investeringen in het museum.

De schilderijenverzameling en de grote collectie beschilderde objecten zoals kolenkitten, flessen, vazen, een rooktafel en schoenen staan in directe relatie met de wandschilderingen. Het stichtingsbestuur houdt de conditie en de kwaliteit van deze voorwerpen op peil op basis van inspectie, structureel onderzoek en adviezen van de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed.

Achtergrondinformatie, bruiklenen en context

De Stichting archiveert achtergrondinformatie van het museum met de bedoeling om deze digitaal beschikbaar te kunnen stellen. Voor deze taken werft het bestuur een ter zake kundige vrijwilliger of huurt externe expertise in.

Naast het interieur, de schilderijen en voorwerpen toont het museum reproducties van schilderijen die (nog) niet in het bezit zijn van het museum of door derden aan het museum in bruikleen zijn gegeven. Het museum toont ook achtergrondinformatie over Ruurd's woonplaatsen, zijn persoonlijke bezittingen, zijn beroepen en publicaties. Het stichtingsbestuur wil dit materiaal beter ontsluiten om de aandacht te vergroten voor Ruurd's unieke positie binnen de Nederlands naïeve kunst.

Completeren van de collectie

Het verwerven van nieuwe, liefst onbekende werken heeft prioriteit. De Stichting reserveert jaarlijks een deel van de inkomsten voor groei van haar aankopenfonds.

Het museum beschikt over 55 van de ongeveer 300 door Ruurd gemaakte schilderijen. De Stichting registreert, documenteert en exposeert haar eigen werken in het museum. De ruim 200 andere schilderijen hangen veelal bij particulieren die in toenemende mate op leeftijd

zijn. Hun nabestaanden kennen of begrijpen het werk soms niet, waardoor het risico is ontstaan dat deze werken via kringloopwinkels, rommelmarkten of de Kliko uit het zicht verdwijnen. Het bestuur probeert in eerste instantie nieuwe werken via schenking in eigendom te verkrijgen, eventueel in bruikleen, en ze in derde instantie aan te kopen. Het bestuur beschikte hiervoor op 1 januari 2021 in het "Aankoop Kunstwerken Ruurd Wiersmafonds" over een startkapitaal van € 2000,-.

Onderzoek en registratie

De stichting kiest de komende jaren een meer systematische aanpak voor het opsporen en verwerven en documenteren van 'onbekende' schilderijen en objecten.

Via het eigen netwerk van bestuursleden en vrijwilligers vindt regelmatig onderzoek plaats naar de verblijfplaats van onbekende schilderijen en objecten van Wiersma. Is de verblijfplaats eenmaal bekend, dan probeert de stichting het via aankoop, bruikleen, legaat of schenking te verwerven. Als families sterk emotioneel zijn gehecht aan hun Ruurd Wiersma, dan wordt getracht een digitale reproductie van dit object te laten maken. Het wordt dan gedocumenteerd en slechts voor eigen of onderzoeksdoeleinden ontsloten met inachtneming van privacyregels. In overleg met de Museumfederatie Friesland willen wij komen tot een plan voor verantwoorde collectieregistratie.

Bruikleen

Het museum voert een terughoudend beleid voor langdurige uitleen en hanteert vanaf 2021 een nauwgezette registratie met betrekking tot bruikleen en eigendom.

Met verzoeken van derden om bruikleen wordt terughoudend omgegaan. De bruikleen moet concreet bijdragen aan de missie en visie van het museum. De bruiklener moet de benodigde zorg voor het werk garanderen. Als het museum een bruikleenverzoek krijgt, neemt het bestuur op basis van deze criteria hierover een besluit. De bruikleen wordt schriftelijk vastgelegd en in het museum en via zijn media openbaar gemaakt. Momenteel zijn twee schilderijen in vaste bruikleen gegeven; een schilderij bij hotel 't Posthuis in Burdaard en een schilderij 'Elfstedentocht' bij de gemeente Noardeast-Fryslân. Sinds september 2021 werkt het museumbestuur met bruikleenovereenkomsten op basis van de werkwijze van de Rijksdienst RCE. Het gaat om overeenkomsten voor bruikleen *van* derden, maar ook bruikleen *aan* derden en verwerving.

Mobiele presentatie en uitwisseling

Het museumbestuur zoekt naar mogelijkheden om via een reizende expositie en uitwisseling de aandacht voor Ruurd's werk ook buiten de regio te vergroten.

Naarmate de collectie van het museum groeit ten opzichte van de beschikbare presentatieruimte kan de Stichting de mogelijkheid openen om een deel van het werk via een reizende expositie in de belangstelling te plaatsen. Ruurd heeft bepaalde onderwerpen meerdere keren in beeld gebracht. Deze 'dubbele' exemplaren kunnen hiervoor worden ingezet. Ook kan uitwisseling van schilderijen met andere musea de bekendheid van het museum buiten de regio te vergroten.

Historisch archief

Archiefmateriaal van historische betekenis wordt centraal gearchiveerd.

Al het beschikbare schriftelijke en (audio-)visuele materiaal van historische betekenis, dat niet van toegevoegde waarde is om aan het publiek te tonen of in het museum te exposeren, wordt in kaart gebracht en in bewaring overgedragen aan het Streekarchief Noardeast-Fryslân in Dokkum of Tresoar in Leeuwarden. Dit geldt ook voor de verslaglegging van vergaderingen en voor bestuursdocumenten.

3.2. Presentatie en toegankelijkheid

"Het is wat het nu is" vormt geen garantie voor blijvende belangstelling

De inrichting van Ruurd's woonkamer blijft belangrijk voor de sfeer. Door in het museum meer nadruk te leggen op achtergronden en de persoon van Ruurd Wiersma wil het museum nieuwe groepen bezoekers aanspreken.

De huidige generatie potentiële bezoekers is sterk veranderd ten opzichte van belangstellenden uit de beginperiode. Het bestuur wil zich in de beleidsperiode tot 2025 richten op nieuwe doelgroepen met een gevarieerde leeftijdsopbouw en een inhoudelijke belangstelling die verder gaat dan "Ach, zo 'n radio had mijn opa ook". De Stichting hanteert, in lijn met Ruurd Wiersma's levenswandel, het uitgangspunt "Het is wat het is, maar ook wat we er nog meer van kunnen maken'. Er wordt gestreefd naar meer en gerichter accent op de kunstzinnige uitingen.

Presentatie actualiseren en aansprekend maken voor nieuwe doelgroepen

Een stapsgewijze aanpassing van de opstelling, inrichting en routing in de expositiekamer maakt het de komende jaren mogelijk om nieuwe doelgroepen te boeien.

Het museum toont bij de inrichting van het museum uiteraard de wandschilderingen. De andere schilderstukken wil het bestuur vaker koppelen aan de culturele en maatschappelijke context die Ruurd tot het schilderen heeft gebracht. De schilderijen en beschilderde objecten verdienen meer accent door een nadrukkelijker routing, een overzichtelijke inrichting en uitgekiende belichting.

Het museum streeft inhoudelijk naar meer belangstelling voor Ruurd's eigenzinnigheid, zijn persoonlijke tragiek en het tijdsbestek waaraan hij zich wilde ontworstelen.

De introductie van QR-codes, audio- en videofragmenten, korte typeringen bij de schilderstukken en tekst- en fotopanelen in de expositiekamer maken het mogelijk dat bezoekers straks ook zelfstandig hun weg kunnen vinden.

Toegankelijkheid

Bij alle toekomstige bouwkundige of herinrichtingswerkzaamheden en bij verbetering van de museumomgeving wordt standaard gelet op het wegnemen van knelpunten voor bezoekers met een rollator of een rolstoel. Uiteraard voor zover subsidiemogelijkheden dit toelaten.

Het museum is vanaf de noordzijde bereikbaar voor bezoekers met een rolstoel of kinderwagen. Vanaf de Dokkumer Ie vraagt de toegankelijkheid voor deze groep bezoekers om verbeteringen.

Het museumpand is niet drempelloos, maar met enige vindingrijkheid of moeite van begeleiders of een rondleider kan ook een rolstoelgebruiker of scootmobiel worden ontvangen. Het bestuur is alert op het verbeteren van deze situaties.

Faciliteren van fietsende bezoekers

Wanneer daartoe gelegenheid bestaat en de subsidiemogelijkheden dit toelaten streeft het museum naar de aanleg van elektrische oplaadpunten bij nieuw in te richten stallingsmogelijkheden voor fietsers.

Het museum is voor fietsers een gewilde bestemming. Het aantal elektrische tweewielers is in de huidige doelgroepen substantieel toegenomen. Fietsende bezoekers komen uit een steeds wijdere regio. Soms zijn zij al enige uren onderweg wanneer ze in Burdaard arriveren. Voor deze groeiende groep zijn meer voorzieningen nodig om fietsen te parkeren. Er is behoefte aan een of meer laadpunten in de omgeving.

Hospitality en gastheerschap

Het bestuur streeft naar meer aandacht voor facilitaire en comfort verhogende factoren die een verblijf in het museum veraangenamen. Een jaarlijkse bezoekersenquête levert input op voor eventuele verbeterinitiatieven.

Goed gastheerschap gedijt bij een uitnodigend totaalplaatje. Het museum is hier de afgelopen decennia in geslaagd door uitsluitend te werken met persoonlijke rondleidingen. Wegens toenemende bezettingsproblemen en hogere eisen die het publiek stelt ziet het bestuur zich genoodzaakt om te zoeken naar een aanpak met aandacht voor aanvullende factoren waarbij bezoekers zich eigentijds welkom voelen. Hierbij moet worden gedacht aan gebruiksvriendelijke reservering, representatieve ontvangst, klantgerichte openingstijden, een uitgebreide museumwinkel en eenvoudige verblijfsvoorzieningen zoals koffie, thee en een zitje, binnen en mogelijk ook buiten voor wachtende bezoekers.

3.3. Huisvesting en planologisch perspectief

Ruimtelijke knelpunten

Het museum heeft in de huidige opzet een beperkte ontvangstcapaciteit. De ruimtelijke mogelijkheden zijn begrensd. Verhuizing naar een ander gebouw is geen optie.

De afmetingen van het gebouw zijn beperkt en het pand is opgedeeld in kleine ruimten. Het pand ligt grotendeels ingeklemd door omliggende bebouwing en is daardoor beperkt zichtbaar en bereikbaar. Het museum is door de onlosmakelijke wandschilderingen fysiek gebonden aan het huidige pand. Het water van de Ie is speelt een cruciale rol in werk en leven van Ruurd de melkvaarder, maar is niet meer logisch verbonden met het museumpand.

Zichtbaarheid versterken

Het bestuur streeft naar aanpassingen aan de zuidkant, door de zichtbaarheid vanaf het water van de Dokkumer Ie visueel te benadrukken. Ook aan de noordkant, waar het parkeerterrein ligt, kan visuele aandacht worden versterkt.

Het museumpand ligt op enkele tientallen meters van de Elfstedenroute en de Dokkumer Ie. De toegangssteeg vanaf het water ligt ingeklemd tussen Mounewei 5 en 8 en mist een 'stopfactor' voor langsvarende en -fietsende Elfstedentoeristen. De toegangssteeg is de oorspronkelijke toegang, maar deze functie is in de loop der jaren teruggedrongen wegens belemmeringen voor fietsers en brommers. Er is overleg met aanwonenden nodig om de toegangsfunctie van de steeg te herstellen en uitnodigend te maken. Ook de vindbaarheid aan de noordzijde, waar het pand aan het zicht is onttrokken door privé-bebouwing van aanwonenden, verdient aandacht.

Vindbaarheid in het dorp verbeteren

Wanneer op essentiële plekken in het dorp verwijzingen worden geplaatst waarop in Ruurd's schilderstijl informatie is aangebracht, leidt dit tot een hogere attentiewaarde.

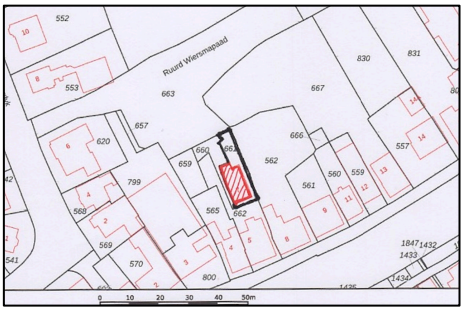
Een nadrukkelijker structuur van bewegwijzering in het dorp verbetert de vindbaarheid. Hierin worden ook andere toeristische punten van Burdaard meegenomen. Er kan, door het dorpsoverstijgende karakter van het museum ook op meer plaatsen in dorp en regio bekendheid worden gegeven aan het museum, ook op opvallende plaatsen zoals de onderkant van bruggen, in de bestrating of op straatmeubilair.

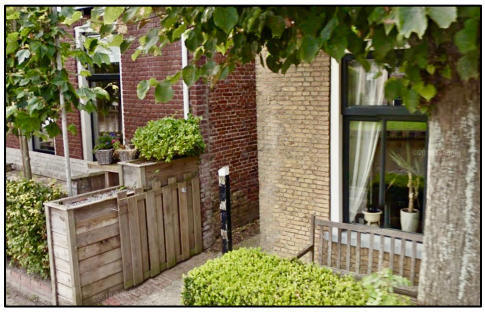
Ruimtelijke mogelijkheden vergroten

De mogelijkheden tot uitbreiding zijn beperkt. Rondom het gebouw is eigen terrein aanwezig, maar met bebouwing daarvan vraagt om zorgvuldige afwegingen.

Het museumbestuur onderzoekt in deze beleidsperiode welke ruimtelijke, planologische en stedenbouwkundige en architectonische verbeteringen gewenst zijn om de ruimtelijke knelpunten de komende jaren op te lossen.

Omdat een logischer inpassing in het dorp en de omgeving ruimtelijke consequenties heeft, is hiervoor een brede discussie nodig met buurtbewoners, het dorp, overheden en Dorpsbelangen.





Een masterplan om gaandeweg met het dorp in te vullen

Het museumbestuur streeft de komende vier beleidsjaren naar logische(r) verbindingen die de relatie tussen MFC 't Spectrum, molen De Zwaluw, de plaatselijke horeca, winkels en het water versterken.

Het museumbestuur onderzoekt samen met de gemeente Noardeast-Fryslan en de Stichting Markant de mogelijkheden om samen met alle betrokkenen in het dorp na te denken over een masterplan, met het doel:

- Een duidelijker plek van het museum in de dorpsstructuur waardoor het kan fungeren als overstijgende toeristische 'trekker'.
- Recreatieve activiteiten en faciliteiten in het dorp logisch met elkaar verbinden en door samenwerking elkaars functie versterken.
- Vanaf water en land duidelijker de recreatieve structuur en de toeristische aantrekkingskracht van Burdaard zichtbaar maken.

Het museumpand

In overleg met de Museumfederatie Friesland en de provincie Fryslân kijkt het museum naar een creatieve koppeling van steunmaatregelen, subsidiëring en soft-sponsoring om het pand te conserveren en te verduurzamen.

Onderhoud, reparaties en de bouwkundige conditie van het museumpand worden professioneel gemonitord door de Monumentenwacht. In 2021 is de buitenkant van het pand professioneel gerestaureerd.

Vanaf 2022 worden gefaseerd ingrijpende herstelwerkzaamheden uitgevoerd om achteruitgang van de bouwkundige staat te voorkomen, energie te besparen en het binnenklimaat te conditioneren. Er zijn maatregelen nodig om temperatuurschommelingen en vochtdoorslag te voorkomen en schadelijke UV-lichtinval via ramen en lichtspots te verminderen.

Een bouwkundig onderzoek door het Bureau Middelsee heeft in 2021 uitgewezen dat de komende jaren stapsgewijs moet worden geïnvesteerd in het isoleren van de zoldervloer, nieuwe beglazing (HR+++), elektrificatie van de verwarming en het kierdicht maken van het gebouw.

3.4. Promotie, PR en communicatie

Imago en attractieve beeldvorming

Het Ruurd Wiersma Museum werkt de komende jaren aan een versterking van zijn imago en streeft naar een attractief gezicht naar nieuwe groepen bezoekers.

Het bestuur wil deze communicatiedoelen bereiken door aandacht te besteden aan:

- Het bijzondere karakter van het museum.
- De inhoudelijke betekenis van het werk van Ruurd Wiersma
- De positie van zijn werk tussen andere naïeve schilders in binnen- en buitenland.
- Interesse van nieuwe groepen bezoekers, ook van buiten de regio, met specifieke aandacht voor schooljeugd en jongere doelgroepen.

Zichtbaarheid online

Het hart van de communicatie verlegt zich naar digitale ontsluiting. Online communicatie vormt de basis voor alle uitingen richting bezoekers en stakeholders. Deze digitale kern van de communicatie betekent niet het einde van folders en andere print-uitingen, maar het is een voortdurend actuele digitale bron waarvan alle uitingen, dus ook die op papier en andere materialen, kunnen worden afgeleid. Deze digitale aanpak betekent:

- Een groter bereik tegen lage kosten via links, social media en andere digitale kanalen.
- Hogere actualiteitsfactor en snellere nieuwsverspreiding.
- In een paar muisklikken belangstelling van jongere doelgroepen.
- Mogelijkheid om met beelden, tekst- en audiofragmenten interesse op te roepen.
- On-line informatie verstrekken die te uitgebreid is voor een museumrondleiding.
- Interesse vergroten van specifieke, bijvoorbeeld educatieve doelgroepen.
- A la minute reservering mogelijk maken en interactieve participatie vergroten.
- Aanvulling op de informatie van rondleiders, vooraf en achteraf.
- Basic voorinformatie, zodat museumbezoek kan worden ingekort.
- Koppeling aan toeristische apps en link-mogelijkheden naar en vanuit sites van derden.
- Aanhaken bij digitale fietsroutes op navigatie-apps.
- De uitingen worden zo vormgegeven, dat ze ook geschikt zijn voor thuisprinten.

Zichtbaarheid met traditionele communicatiemiddelen

Het belang van digitale communicatie groeit sterk, maar gaat niet volledig de rol van andere communicatiemiddelen overnemen. Het communicatielandschap is daarvoor te gevarieerd.

Aan folders of flyers blijft voorlopig behoefte bestaan, want de oudere doelgroepen oriënteren zich graag op papier. Op campings, B&B's, hotels en Toeristische Opstappunten blijft ook de komende jaren vraag bestaan naar papieren informatie.

Outdoor communicatie kan de komende jaren een rol spelen binnen dorp en regio. Daarbij valt te denken aan bewegwijzering, informatiepanelen voor fietsroutes en flexibele banners of canvasdoeken voor toepassing op bijzondere plekken in het dorp of bij manifestaties.

Regionale potentie benutten

Door een sterkere associatie op te bouwen met andere regionale attracties krijgt het museum een betere positie binnen het regionale recreatie- en cultuuraanbod. Verder geldt uiteraard, niet onbelangrijk, dat meeliften op de promotie en bekendheid van andere partijen in de regio leidt tot meer bezoekers. Voor alle partijen.

Om hierin gaandeweg vorderingen te maken heeft intensieve samenwerking met lokale en regionale topics en bestuurslagen sinds 2021 een hoge prioriteit. Elkaar kennen, elkaar aanvullen en het 'naar elkaar doorverwijzen' wordt door gasten op prijs gesteld. De Stichting zoekt voor de hand liggende samenwerkingsvormen en arrangementen met andere musea, evenementen en bezienswaardigheden. Er zal worden gewerkt aan een versterkte relatie met Ruurd's geboortedorp Rinsumageast en de andere dorpen die Ruurd aandeed met zijn melkpraam.

Eigen regio telt 600.000 inwoners

Het Ruurd Wiersma Museum richt zich, om door te groeien, in eerste instantie op bezoekers die in Noord-Nederland wonen of er een tijdlang verblijven.

Boven de lijn Harlingen-Leeuwarden-Drachten wonen 275.000 inwoners die binnen een half uur met de auto Burdaard kunnen bereiken. Binnen een uur rijden (inclusief Groningen) gaat het om 600.000 mensen. In dit gebied is het Ruurd Wiersma Museum nog betrekkelijk onbekend. Met relatief bescheiden en beheersbare promotie-inspanningen kunnen in Noord-Nederland de bekendheid en de bezoekersaantallen worden gestimuleerd.

Positionering buiten de regio

Om ook buiten dit gebied grotere aantallen bezoekers te werven is het museum gebaat bij een uitgesprokener eigen gezicht en een volwaardiger plek in het regionale cultuurhistorische aanbod.

Voor bezoekers die langer dan een uur moeten reizen om in Burdaard te komen, is de combinatie met ander toeristisch aanbod of een meerdaags verblijf onontbeerlijk. Aanhaken bij campagnes van RMT en Merk Fryslân speelt hierin een grote rol.

Getrapte benadering van doelgroepen

Goed geïnformeerde intermediaire stakeholders functioneren als een tweetrapsraket naar hun achterliggende relatiegroepen. Meer aandacht voor stakeholders biedt een groot bereik tegen lage kosten, maar vereist de komende jaren centrale regie.

Het stichtingsbestuur zet nadrukkelijker in op de wervende potentie onder intermediaire doelgroepen:

- Opinieleiders en influencers, zowel regionaal als in de wereld van kunst, cultuur en toerisme.
- Eigen donateurs, sponsoren en samenwerkingspartners.
- Bezoekers, die het museum in hun omgeving en relatiekring aanbevelen.
- Het basis- en voortgezet onderwijs. Via geïnteresseerde kinderen worden ouders bereikt.
- Hotel- en B&B-eigenaars, touroperators, recreatiebedrijven en sloepenverhuurders.

Deze persoonlijke intermediaire contacten zijn belangrijk. Zij kunnen museum-filmpjes linken, recensies of bezoekers-ervaringen delen en nieuwtjes verspreiden. Ze fungeren als 'vertrouwde' afzenders die hun achterban of omgeving tippen. Vaak delen deze intermediaire doelgroepen hun ervaringen en aanbevelingen op Facebook, Instagram en Pinterest. Hun inbreng is kosteloos en hun berichten hebben voor velen een krachtiger werking en een groter bereik dan publicaties van het museum zelf.

Thema-communicatie

De Ruurd Wiersma Experience heeft in 2018 laten zien dat de organisatie van kleinere en grotere evenementen met publicaties, lezingen of mini-symposia kwalitatief hoogwaardige aandacht oplevert die het publiek zich jaren later nog herinnert. Zodra er een mogelijkheid is om, (mogelijk parallel of gelieerd aan) de museumorganisatie zulke activiteiten in een projectorganisatie te (laten) ontplooien, juicht onze stichting deze van harte toe

Het succes van de Ruurd Wiersma-Experience (Culturele Hoofdstad 2018) smaakt naar meer. Door destijds actief in te haken op regionale en provinciale evenementen en thema's positioneerde het museum zich, ondanks zijn kleine schaal, als volwaardige culturele en recreatieve trekpleister. Een speciaal daarvoor opgerichte stichting verdient daarvoor de credits.

Het Wiersma Museum is niet geëquipeerd om zulke grote evenementen op te zetten, maar kan wel zelf thema's initiëren. Het leven en werk van Ruurd kent daarvoor vele raakvlakken en associaties met maatschappelijke thema's. De thema's melk, religie en landschap zullen de komende jaren nadrukkelijker worden belicht, ook buiten de museummuren.

Faciliteren van bezoekers

De Stichting richt haar aandacht de komende jaren op de wensen van meerdere typen bezoekers in diverse leeftijds- en interessegroepen. Een jaarlijkse enquête onder de bezoekers vanaf 2021 levert hiervoor de nodige input op.

Dé museumbezoeker bestaat niet. De een stelt prijs op een rondleiding, de ander zoekt liever zijn of haar eigen weg in het museum. Een gezin met kinderen heeft een ander interessepatroon dan de senior die na een rondleiding nog zin heeft in koffie met appeltaart. Daar wil het museum meer rekening mee houden.

Attentiewaarde van de museumwinkel

Om onafhankelijker te worden van de inkomsten uit kaartverkoop verdient de museumwinkel een upgrade.

Een gestage uitbreiding van de collectie museumartikelen speelt in op de groeiende behoefte van bezoekers om hun museumbezoek af te sluiten met het sturen van een kaart of het meenemen van een herinnering. Vanaf 2022 wordt de collectie ansichtkaarten uitgebreid en geactualiseerd. Er worden nieuwe inspirerende items toegevoegd aan het pakket merchandise artikelen dat tot 2021 voornamelijk bestond uit boeken en placemats.

Merchandise

De museumwinkel experimenteert in de komende beleidsperiode met het ontwikkelen en aanbieden van incentives die geschikt zijn voor het aanbieden via een webwinkel.

Het expressieve thema 'Ruurd' leent zich uitstekend om de collectie museum-incentives gefaseerd uit te breiden. Bij het financieren van ontwikkelkosten van nieuwe items kunnen sponsoren en Vrienden van Ruurd een rol spelen. De museumwinkel krijgt dus ook om financiële redenen een nadrukkelijker plek in de lay-out van het museum. Er wordt onderzoek gedaan naar online verkoop van deze artikelen.

Inrichting van het museum

Het interieur van het museum ondergaat de komende jaren stap voor stap een make-over, waardoor de collectie en de kracht van Ruurd's werk beter tot hun recht komen. Voorwerpen die een directe inhoudelijke relatie hebben met Ruurd's schilderkunst krijgen meer accent. Attributen die slechts herinneringen aan de zestiger jaren oproepen blijven uiteraard aanwezig, maar minder prominent.

De huidige inrichting van het museum beantwoordt niet meer aan de eisen des tijds. Er ontbreekt een uitnodigende ontvangstruimte. De schilderijen zijn niet voorzien van bijschriften en toelichting. De presentatie van de schilderijen mist overzicht en ontbeert zonder rondleiding een verhaallijn. De aankleding van de expositiekamer is gedateerd en vertoont tekenen van slijtage. Er is geen mogelijkheid meer om, net als voorheen, een introductievideo te tonen. Vanaf seizoen 2022 ontstaat hierin stapsgewijze verandering.

Huisstijl en herkenbaarheid als museum

Het stichtingsbestuur hanteert vanaf 2021 de naam Ruurd Wiersma Museum. Daarmee wordt benadrukt dat het geen gedecoreerde oudheidkamer is, maar gezien moet worden als een serieus museum dat het gehele oeuvre van de schilder uitdraagt.

De Stichting heeft in 2021 de introductie van een nieuwe website aangegrepen om tegelijkertijd tot een eigentijdse huisstijl te komen. De huisstijl en het logo, dat bestaat uit een woordbeeld op een vierkant vlak wordt in primaire 'Ruurd-kleuren' toegepast op briefpapier, nieuwsbrief, uitnodigingen, merchandise, folders en alle andere uitingen.

Bekendheid en imago versterken

De positie die Ruurd postuum heeft verworven in de wereld van de 'outsiderkunst' verdient de komende jaren versterking. Het stichtingsbestuur wil de komende jaren actief gebruiken maken van de faciliteiten en diensten die op dit terrein worden aangeboden door instanties als de Stichting Markant, RMT en het Merk Fryslân.

Het werk van Ruurd Wiersma is zo bekend en intrigerend dat het een podiumpositie verdient in de etalage van Noordoost-Fryslân. Ruurd's ongepolijste oeuvre verdient een herkenbare eigen subcategorie in de naïeve kunstwereld. Zijn werk heeft tijdens de expositie 'Frysk,100 jaar schilderkunst in Friesland' in museum Belvédère (2019) een serieuze plek gekregen tussen een vijftigtal bekende Friese schilders.

3.5. Onderwijs, onderzoek en educatie

Lager onderwijs

Binnen het vrijwilligersbestand is sinds 2021 een teamlid in het bijzonder bezig met de organisatie van het bezoeken van scholen en met het ontwikkelen van lesprogramma's en de organisatie van schoolbezoeken.

Het aantal jeugdige bezoekers is de laatste jaren achtergebleven. Het stichtingsbestuur gaat de komende periode opnieuw energie en aandacht steken in het interesseren van scholen voor Ruurd's creatieve uitingen, de tragische momenten in zijn jeugd en zijn niet te benijden plek in een plattelandsgemeenschap. Door de schooljeugd bij het museum te betrekken worden ook ouders 'meegenomen' in hun interesse voor het museum. Waar mogelijk sluit deze onderwijsactiviteit aan bij andere regionale initiatieven op het gebied van kunst.

Hoger onderwijs en onderzoek

De Stichting stimuleert en faciliteert waar mogelijk onderzoek door studenten van Kunstacademies en Hogescholen.

Het werk van Ruurd Wiersma leent zich uitstekend voor studie en onderzoek op meerdere terreinen, variërend van kunsthistorie, plattelandsontwikkeling of ontwikkelingspsychologie tot religieuze verdieping. Onderzocht wordt of studieprojecten van de opleiding museologie aan de Reinwardt Academie in Amsterdam van toegevoegde waarde kunnen zijn voor het museum in Burdaard.

Facilitering van specifieke beroepsgroepen

Ruurd's werk en leven vormen dankbare onderwerpen voor inleidingen, toespraken en verhandelingen door vertegenwoordigers van diverse beroepsgroepen. Het museum levert daar van harte input voor.

Predikanten, psychologen, docenten en historici tonen zo nu en dan meer dan gewone interesse in het levensverhaal van Ruurd Wiersma. Het museum ziet daarvan het belang in Door tussenkomst van deze inhoudelijke experts kunnen nieuwe groepen geïnteresseerden worden aangeboord.

Aan de slag met Ruurd

Het werk van Ruurd is ook bij uitstek geschikt om er kinderen en volwassenen mee aan de slag te laten gaan. Een workshop landschap schilderen op Ruurd's favoriete locaties is hiervoor een optie, maar ook in het museum kunnen bezoekers en kinderen mogelijk zelf met verf en kwasten aan de slag.

4. FINANCIEN

Realistische kijk op inkomsten en uitgaven

Het Ruurd Wiersma Museum heeft zich vanaf de oprichting ontwikkeld zonder subsidies. Donateurs en betalende bezoekers vormden decennialang de voornaamste bron van inkomsten. Door een zuinig en spaarzaam beleid, vindingrijkheid, bijdragen in natura en de inzet van een groot team vrijwilligers konden de kosten laag worden gehouden. Het huidige bestuur blijft handelen in deze traditie, maar ziet zich gesteld voor knelpunten waarvan enkele decennia geleden nog nauwelijks sprake was.

- De energielasten vertonen de komende jaren een sterk stijgende lijn. De isolatie van het gebouw en de beheersing van het binnenklimaat schieten in dit opzicht ernstig te kort.
- Het oude museumpand vraagt om pro-actief onderhoud om achteruitgang te voorkomen.
- De bouwkundige staat van het pand vereist investeringen ter voorkoming van bouwkundige schade door gebreken aan fundering, muren en vloeren.
- Zoutdoorslag en optrekkend vocht zijn een bedreiging voor de beschilderde wanden.
- Om de positie in het regionale cultureel toeristische aanbod te versterken, zijn een onderscheidende profilering, nieuwe technieken en een meer professionele uitstraling nodig.
- Na vijf decennia van ‘passen op de winkel’ zijn omvangrijke investeringen nodig in de verbetering van de presentatie, de collectie en de instandhouding van het museumpand.
- De coronamaatregelen hebben laten zien dat de ruimtelijke schaal van het museum beperkingen oplegt voor een toekomstbestendige ontwikkeling. Dit vereist investeringen.

Nieuwe inkomstenbronnen

Donateurs, sponsoring en merchandise vormen de komende jaren een waardevolle en onmisbare aanvulling op de inkomsten uit betalende bezoekers.

Het museum is op zoek naar aanvullende inkomstenbronnen. Daarbij moet worden gedacht aan creatieve koppeling van subsidies. Het stichtingsbestuur hoopt structurele vergroting van de eigen inkomsten te bereiken door het aantal donateurs te vergroten en een nieuwe visie te ontwikkelen op inkomsten uit sponsoring. Het ontwikkelen van merchandise voor de museumwinkel biedt ook mogelijkheden tot vergroting van de opbrengsten. De inkomsten uit merchandise kunnen mogelijk worden vergroot door het opzetten van het eerdergenoemde online-verkoopkanaal.

Binding met donateurs opbouwen

Het bestuur geeft prioriteit aan een intensievere relatie met bestaande donateurs, en sympathisanten en streeft vergroting na van het aantal donateurs. Onder andere door een donatievorm te introdfuceren die eenmalig ‘doneren per project’ mogelijk maakt.

Donateurs zijn in de eerste plaats gemotiveerde sympathisanten. Velen vervullen naast hun structurele financiële bijdrage ook een ambassadeursrol. Ze nemen vaak vrienden en familie mee naar het museum. De structurele inkomsten uit donaties zijn van groot belang voor het dekken van vaste lasten zoals energie, nutsvoorzieningen en regulier onderhoud.

Bij 'doneren per project' moet worden gedacht aan eenmalige donaties via crowdfunding die ten goede komen aan concrete, aansprekende deelprojecten.

Netwerk Vrienden van Ruurd

De stichting hecht groot belang aan de oprichting van een netwerk van 'Vrienden van Ruurd', die het museum niet alleen meer bekendheid geven, maar ook acties kunnen opzetten voor fondsenwerving of faciliteren in natura.

De stichting bevordert de oprichting van een groep 'Vrienden van Ruurd'. Deze groep ambassadeurs, die met een zekere regelmaat in sociëteitsverband bij elkaar komt, kan veel voor het museum betekenen. De leden uit alle geledingen van de maatschappij kunnen zorgen voor:

- Het organiseren van lezingen, symposia en bijeenkomsten.
- De opzet van acties en fondsen voor het museum
- De aankoop van nieuwe werken.
- Het leveren van hand- en spandiensten in natura
- Het optreden als ambassadeur voor het museum
- De organisatie van activiteiten en evenementen

Sponsorbeleid

Het museum streeft naar een betrouwbaar partnerschap met bedrijven, waarbij voorop staat dat de sponsorende bedrijven ook een tegenprestatie (publiciteit, naamvermelding, rondleiding voor personeelsvereniging) krijgen voor hun inbreng. Er wordt een sponsorbeleid opgesteld om dit vorm te geven.

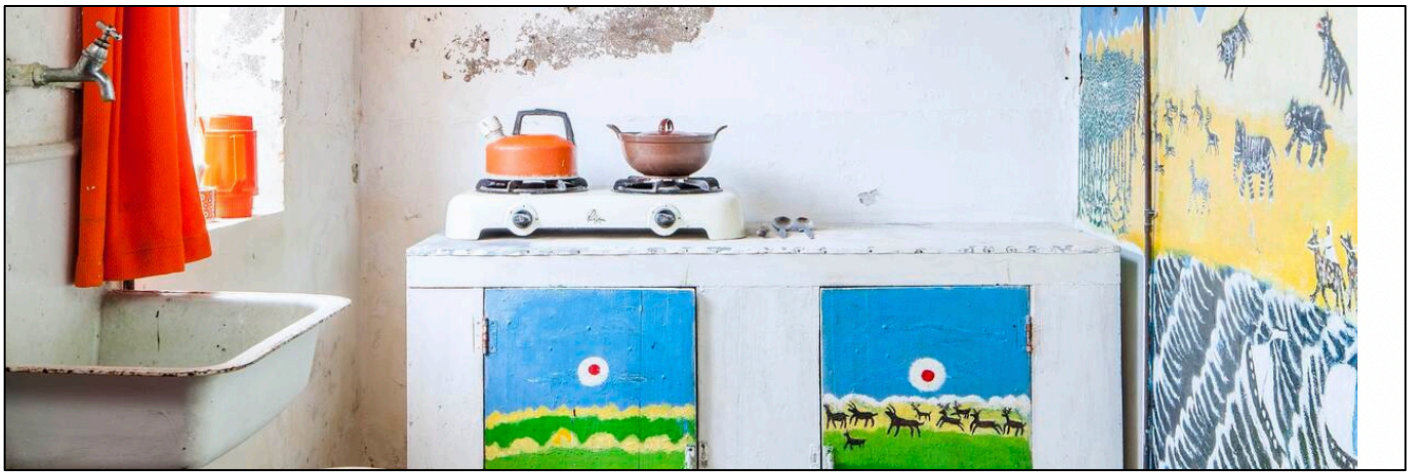
Van een structureel sponsoring-beleid is momenteel geen sprake. De bijdragen van het bedrijfsleven bestaan vaak uit hand- en spandiensten of de levering van materialen onder gunstige condities. De ervaring heeft in 2021 geleerd, dat er toeleverende bedrijven zijn die ook op andere manieren hun betrokkenheid willen uiten. Het type sponsoring dat de stichting in de komende beleidsperiode voor ogen staat is structureel van karakter en niet alleen gebaseerd op geld. Ook het netwerk of de klantenkring van sponsorende bedrijven kan voor ons museum van grote waarde zijn.

Relevante organisaties informeren, consulteren en betrekken

De stichting heeft vanaf 1985 altijd haar eigen boontjes gedopt. Er wordt gewerkt aan een bestendige relatie met partijen die belangrijk zijn voor de ontwikkeling en bestaanskansen op langere termijn.

Nederland kenmerkt zich door een ogenschijnlijke overvloed aan subsidiemogelijkheden bij meerdere loketten. Het vraagt de nodige inspanning en kennis om de subsidiecriteria te koppelen aan projecten waarvoor het museum eenmalige bijdragen nodig heeft. Passend advies is op dit punt een eerste vereiste, bijvoorbeeld door de inbreng of bemiddeling van Markant en Museumfederatie Friesland of, zoals de afgelopen tijd is gebleken, door deskundige inbreng van Streekwurk van de provincie. Het bestuur versterkt zijn contacten met Stichting Regiomarketing Toerisme, Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed, Monumentenwacht, gemeenten en provincie, Streekwurk Fryslân, de Wassenbergh-Clarijs-Fontein stichting en het Prins Bernhard Cultuurfonds.

5. ORGANISATIE EN BEDRIJFSVOERING



Vrijwilligersorganisatie

De dagelijkse bedrijfsvoering en het bestuur van het museum berusten volledig bij gemotiveerde vrijwilligers waarvan de meeste ook rondleidingen verzorgen. Deze situatie heeft naar tevredenheid gewerkt, maar het aantal vrijwilligers krimpt.

De laatste jaren is gebleken dat dit soms tot een kwetsbare bezetting leidt. In coronajaar 2020 moest in de nazomer zelfs -vanwege de hoge gemiddelde leeftijd van de rondleiders- tot sluiting worden besloten vanwege infectierisico's. Waar mogelijk zullen digitale hulpmiddelen of AV-systemen worden ontwikkeld om de personeelsbezetting en continuïteit van de openstelling te waarborgen. Ook worden mogelijkheden onderzocht om museumbezoek zonder standaardrondleiding mogelijk te maken zoals al op voorgaande pagina's is beschreven, maar ook in dat geval zijn vrijwilligers nodig.

Een nieuwe kijk op rondleidingen

De stichting gaat op zoek naar flexibele werkwijzen en aanvullende technieken waardoor -met of zonder rondleider- grotere aantallen bezoekers kunnen worden verwelkomd. Het gebruik van QR-techniek waarmee in 2021 is begonnen is hiervan een voorbeeld, evenals een corona-bestendiger routing.

Het museum heeft zich vier decennia onderscheiden door ieder museumbezoek te integreren met een rondleiding. Dit systeem wordt in de komende beleidsperiode problematisch:

- De groep rondleiders met authentieke verhalen wordt kleiner, onder andere door vergrijzing.
- Na Covid-19 is het aantal toegestane bezoekers beperkt tot 4 personen per rondleiding, wat leidt tot een afname van de bezoekerscapaciteit.
- Niet iedere bezoeker is gecharmeerd van een rondleiding van een uur of langer.

Daar staat tegenover, zo blijkt uit het gastenboek, dat de rondleidingen hoog gewaardeerd worden.

Vrijwilligers vormen de kern van de organisatie

Het museum is de komende jaren op zoek naar vrijwilligers die de kennis en de verhalen van de huidige generatie rondleiders omzetten in nieuwe presentatie- en communicatietechnieken. Ook hun inbreng uit praktijk- of beroepservaring van nut voor de museumorganisatie.

Het bestuur streeft naar vergroting en diversificatie van het vrijwilligersbestand. Naast de functie van rondleider worden sinds 2021 ook vrijwilligers geworven die kennis en ervaring meebrengen op het gebied van archivering, presentatietechniek, receptionist, cultuurhistorie, evenementen of nieuwe media.

Vrijwilligersgroep verjongt

Het museum constateert sinds 2021 gelukkig een toenemende belangstelling van potentiële vrijwilligers in jongere leeftijdsgroepen. Voor zover deze jonge groepen nieuwe inzichten hebben over gastheerschap en presentatie staat het museum daarvoor open. De groep ervaren rondleiders wordt hierbij inhoudelijk betrokken.

Een deel van de huidige rondleidersgroep heeft Ruurd mogelijk persoonlijk of indirect gekend of heeft uit de eerste hand over Ruurd's wederwaardigheden horen vertellen. Hun inbreng is nog steeds van onschatbare waarde voor toekomstige lichtingen vrijwilligers. De manier waarop de huidige rondleiders Ruurd Wiersma's werk toelichten verdient het om gedocumenteerd te worden zodat het onderdeel blijft van toekomstige inbreng door nieuwe groepen vrijwilligers.

Reserveringssysteem

Wij onderzoeken de mogelijkheid van een hybride ontvangst- en reserveringsystematiek, die spontaan bezoek en rondleidingen op verzoek mogelijk maakt.

Het reserveringssysteem vormt sinds 2020 een waardevolle toevoeging aan de bedrijfsvoering. Rondleiders hoeven dankzij dit onlinesysteem in 'stille' tijden niet te zitten wachten op mogelijke bezoekers, maar worden ingepland op hun eigen beschikbaarheid en voorkeurstijden. Deze strakke werkwijze mist de nodige flexibiliteit om te voldoen aan de groeiende behoefte om in het hoogseizoen ook spontaan passerende gasten te ontvangen.

Verlenging van het museumseizoen

Sinds Covid 19 is de belangstelling voor recreatie in eigen land aantoonbaar gegroeid, ook buiten het hoofdseizoen. Het aantal overnachtingsadressen in de regio volgt deze trend. Het museum haakt de komende jaren in op nieuwe vrijetijdspatronen en streeft naar ruimere openingstijden en seizoensverlenging.

De stichting wil hierop inspelen met:

- Koppelingen en wandel- of fietsarrangementen met andere musea, accommodaties en horeca die in voor- en najaar zijn geopend.
- Verlenging van het museumseizoen door openstelling in de herfst-, kerst- en paasvakanties.
- Het reserveringssysteem maakt museumbezoek in de winter mogelijk. Buiten het toeristenseizoen streven wij naar meer groepsontvangsten en familie- en bedrijfsbezoeken.
- In de zomer willen wij met uitgebreidere openingstijden meer bezoekers per dag ontvangen.
- Het museum timmert meer aan de weg met het feit dat het een slechtweervoorziening is.
- Het mag duidelijk zijn dat hiermee bij het aantrekken en opleiden van vrijwilligers rekening moet worden gehouden.

Structurering van het museumbezoek

Het stichtingsbestuur werkt vanaf 2022 aan een doorstroommodel dat het mogelijk maakt om meer (ook niet-aangemelde) bezoekers verantwoord te ontvangen.

Met de introductie van QR-codes en een nieuwe interactieve website is in 2021 een eerste stap gezet in de richting van zelfstandig museumbezoek door passanten en zelfredzame bezoekers. Een eerdere beschreven thematische inrichting met een duidelijker routing en tekstuele ondersteuning is een tweede optie. Het geschikt maken van bestaand AV-materiaal voor een algemene introductievideo over leven en werk van Ruurd kan de zelfredzaamheid van bezoekers verder vergroten en zorgen voor een betere doorstroom van bezoekers. Het museum wordt daarop stapsgewijze ingericht.

6. POSITIONERING EN DE MUSEUMSTATUS

Emancipatie van een dorpsmuseum

Kleine musea maken een moeilijke periode door. Het Ruurd Wiersma Museum zag de groei van de bezoekersaantallen in het afgelopen decennium stabiliseren. De komende vier museumjaren zijn doorslaggevend om van dit unieke museum een respectabel 'blijvertje' te maken. Het stichtingsbestuur is van mening dat op dit punt nog niet alle ontwikkelkansen zijn benut.

Expertgroep voor klankbord en advies

Het bestuur maakt sinds 2021 gebruik van de advieskracht van een Club van Drie. Deze expertgroep is samengesteld uit praktijk-georiënteerde deskundigen uit de museumwereld, marketing en organisatieadvies. De Club van Drie bedient ons bestuur gevraagd en ongevraagd van advies uit meerdere invalshoeken. In het najaar van 2021 zijn de eerste aanbevelingen opgeleverd. Deze adviezen zijn in dit visiedocument verwerkt of komen aan de orde in de Jaarplannen tot en met 2025. Concrete adviezen worden afgewogen in de van dit document afgeleide Jaarplannen vanaf 2022.

Samenwerking als kritische succesfactor

Het bestuur heeft zich met de Expertgroep en externe partijen de vraag gesteld of de lokale schaal voldoende perspectief biedt voor een bestaansrecht op langere termijn. De uitkomst van deze discussie is, dat het museum zo veel bijzondere aspecten in zich herbergt, dat het alleszins de moeite is om in samenwerking met dorp, regio en overheden te komen tot vernieuwende bezoekersformules.

Samenloop van bijzondere kenmerken

Het Ruurd Wiersma Museum beschikt over een unieke combinatie van bijzondere kenmerken:

- Het Ruurd Wiersma Hûs herbergt een geregistreerd museum.
- Het is het tweede museum in Friesland dat is gewijd aan het werk van één kunstenaar.
- Het museum is een verrassende slechtweeraccommodatie in Noord-Nederland.
- Het museum is daardoor ook een interessante bezoekoptie buiten het hoogseizoen.
- De ligging aan het water van de Elfstedenroute kan worden uitgebouwd tot 'stopfactor'.
- De van Ruurd bekende Elfstedenschilderijen kunnen het museum naar een hoge plaats stuwen op de bucketlist van regiobezoekers.
- De toegang aan de Dokkumer Ie maakt deel uit van een typisch Friese skyline met karakteristieke bebouwing, een brug, een oud café en een molen.
- De schilderstukken van Ruurd Wiersma tonen op intrigerende wijze hoe een melkvaarder het dorpsleven, de ontzuiling en de schaalvergroting in de landbouw van de 20e eeuw ervoer.

6. TOT SLOT: SAMEN OPTREKKEN

Ons kleine museum vergelijkt zichzelf niet met Caliméro ("Jij bent groot en ik is klein") maar ziet zijn kleine schaal juist als een kans om een bijzondere rol te spelen in samenwerkingsmodellen.

In de eerste plaats valt er binnen Burdaard al veel te winnen wanneer molen De Zwaluw, hotel 't Posthuis, MFC 't Spectrum en ondernemers structureel naar elkaar verwijzen, elkaar faciliteren en samen de handen uit de mouwen te steken door samen te werken op het gebied van dorpswandelingen, rondleidingen en groepsopvang. De Vereniging voor Dorpsbelang Burdaard-Jislum wordt nauw betrokken bij dergelijke volgende stadia. Ook waar het gaat om de ruimtelijke inpassing van ons museum en de andere bezienswaardigheden in de sociale en fysieke dorpsstructuur is deze samenwerking een vereiste. Gekoppeld aan de groeiende verblijfscapaciteit is Burdaard in staat om binnen enkele jaren een volledig toeristisch pakket te bieden.

Daarnaast beschikt de regio Noordoost-Friesland over een waaier aan andere kleinschalige toeristische diamantjes, waarbij valt te denken aan een gevarieerde mix van bijzonderheden als de terp van Hegebeintum, het Fiskershûske in Moddergat, De Schierstins in Feanwâlden, Stania State in Oentsjerk, de Pannekoekentrein van Marrum, Sanjes Zoo in Feanwâlden, De Sûkerei in Damwâld, het Klompenmuseum in Noardburgum, het IJstijdenmuseum Buitenpost en de Alexanderkerk van Rinsumageast. Het toeristische pakket van de regio omvat ook topevenementen als de Admiraliteitsdagen, paardendagen, fiets- en trekkertochten of iepenloftspullen. En niet te vergeten alle variaties op het thema Elfstedentocht.

In dat kleurrijke palet mag ons museum niet ontbreken.

Wanneer deze partijen elkaar bewust en gestructureerd opzoeken, bestaat de culturele winst de komende jaren uit meer dan de som der delen zodat we de regio gezamenlijk uitbouwen tot een volwaardige toeristische bestemming.

ONTWIKKELING VAN RECREATIE EN TOERISME

Trends in het voordeel van het Ruurd Wiersma Hûs

- Regionale trots en hernieuwde belangstelling van inwoners voor eigen regio.
- Groei van (meerdere korte) vakanties in eigen land.
- Groeiende interesse voor kleinschalige recreatiemogelijkheden en culturele uitstapjes.
- Herontdekking van het platteland, natuur en landschap.
- Sterke groei van het fiets- en wandeltoerisme.
- Grotere actieradius voor dagtrips sinds doorbraak van de e-bike en Centrale As.
- Populariteit van campervakanties stijgt.
- Stijging van het aantal B&B mogelijkheden in de regio.
- Thema-toerisme (van reli-toerisme en tuinroutes tot Elfstedenvakanties)
- Toename van de behoefte aan 'beleving'.

Kansen en bedreigingen

De kansen

- Ruurd's bijdrage aan de naïeve schilderkunst is het meer dan waard om inhoudelijk beter te worden geprofileerd binnen andere naïeve kunstuitingen in Nederland en daarbuiten.
- De huidige presentatie van schilderijen en beschilderde objecten kan met relatief beperkte ingrepen sterk worden verbeterd.
- Er zijn voor de hand liggende arrangementen mogelijk met andere culturele, kunstzinnige en historische items in Burdaard, zoals molen De Zwaluw en de Elfstedentocht.
- Het museum leent zich voor intensievere samenwerking en arrangementen met andere regionale musea, culturele topics en recreatieve dagbestemmingen.
- De bekendheid van het museum kan eenvoudig worden vergroot met stelselmatige en gerichte digitale informatieverstrekking aan potentiële doelgroepen, pers, overheden, relevante instanties en bedrijven.
- Het voorzieningenniveau kan ook binnen de huidige ruimte in bescheiden mate worden aangepast aan de behoefte van nieuwe doelgroepen. Er is een langere termijnvisie nodig op de functie van het museum.
- Groei van de recreatie rondom Lauwersoog en ontwikkeling Holwerd-aan-Zee vergroot de potentiële belangstelling voor regionale topics.
- Ligging aan de Elfstedenroute biedt publicitair en inhoudelijk gunstige perspectieven.
- Noordoost Fryslân is het afgelopen decennium beter en sneller bereikbaar geworden door Centrale As.
- Burdaard voelt zich in toenemende mate betrokken bij het museum als onderdeel van de recreatiemix.

De bedreigingen

- Gebrek aan bekendheid van het unieke erfgoed en de persoon van Ruurd Wiersma.
- De vaste en variabele inkomstenstroom uit oudere doelgroepen vermindert het komende decennium.
- Nieuwe doelgroepen verwachten een hoger voorzieningenpeil en andere presentatietechnieken.
- Er is weinig financiële slagkracht om een antwoord te geven op de uitdagingen van de komende tien jaren.
- De enthousiaste groep vrijwilligers dunt het komende decennium uit door vergrijzing.
- Uitstraling, presentatie en voorzieningen voldoen niet aan het kwaliteitsniveau van een eigentijds museum.
- De museumlocatie ligt middenin het dorp, maar is desondanks lastig vindbaar, voor bezoekers slecht herkenbaar en weinig uitnodigend.