

1. Inleiding en achtergrond

De Open Museum Maand heeft zich sinds 2023 ontwikkeld tot een vaste waarde in Friesland. Het is een initiatief waarbij inwoners van Friesland en bezoekers gratis tientallen musea kunnen ontdekken. Het effect is inmiddels structureel: de edities van 2023 en 2024 trokken samen meer dan 75.000 bezoeken. De editie 2025 laat opnieuw sterke bezoekersaantallen zien en trok meer dan 35.000 bezoekers.

Daarmee is de Open Museum Maand uitgegroeid tot een bewezen instrument dat musea ondersteunt en het winterseizoen verlengt. Het vergroot de zichtbaarheid van cultuur dichtbij huis en verlaagt de drempel om musea te bezoeken. Uit de resultaten blijkt dat bezoekers vaker terugkomen en dat musea hierdoor sterker draaien buiten het zomerseizoen.

Het drempelverlagende effect is vooral waardevol voor inwoners voor wie cultuurbezoek niet vanzelfsprekend is. Deelname is gratis en eenvoudig. Er is geen aanvraag, indicatie of doelgroeperegeling nodig. Iedereen mag op dezelfde manier meedoen. Dit draagt bij aan financiële toegankelijkheid van cultuur, sociale ontmoeting en verbinding, mentale ontspanning in de winterperiode en actieve participatie in vrije tijd.

2. Ambitie voor 2026–2028

Dit plan organiseert de Open Museum Maand als meerjarig project. Doel is dat het een blijvend onderdeel wordt van het toeristisch en cultureel winterseizoen in Friesland.

Doelen:

- jaarrond cultuur en toerisme versterken
 - musea ondersteunen in publieksbereik buiten het hoogseizoen
 - financiële drempels voor cultuurdeelname verlagen
 - inwoners stimuleren om actief deel te nemen aan het culturele aanbod, met bezoek en herhaalbezoek
 - bijdragen aan sociale verbinding en mentale veerkracht in de winter
 - vaste jaarkalender voor seizoensverlenging
 - doorgroei naar een provinciaal gedragen concept met regionale regie
-

3. Maatschappelijke meerwaarde en inclusie

3.1 Financiële toegankelijkheid

Door gratis toegang te bieden wordt een directe financiële drempel weggenomen. Deelname is niet afhankelijk van inkomen, indicatie of regeling. Dit vergroot de toegankelijkheid van cultuur voor een brede groep inwoners.

3.2 Sociale toegankelijkheid

De Open Museum Maand kent geen aparte doelgroepbenadering. Iedereen maakt gebruik van dezelfde regeling.

In eerdere edities zagen we onder andere:

- groepsbezoek vanuit kerken en seniorennetwerken
- bezoeken vanuit AZC's
- uitjes vanuit vrijwilligersorganisaties
- gezinnen die normaal niet naar musea gaan

Het initiatief stimuleert ontmoeting en samen beleven.

3.3 Mentale gezondheid en positieve gezondheid

Een museumbezoek biedt rust, inspiratie en zintuiglijke beleving. Juist in de winterperiode, wanneer sociale activiteiten afnemen, nodigt de Open Museum Maand inwoners uit om eropuit te gaan.

Internationaal wordt cultuur steeds vaker erkend als factor die kan bijdragen aan welzijn en mentale veerkracht. In onder andere Canada en België wordt geëxperimenteerd met museumbezoek op doktersadvies.

De Open Museum Maand draagt bij aan:

- ontspanning
- zingeving
- inspiratie
- sociale verbinding

3.4 Autonomie en eigen regie

De Open Museum Maand stimuleert zelfstandig cultuurbezoek. Inwoners bepalen zelf wanneer en met wie zij gaan.

4. Doelgroepen

De Open Museum Maand richt zich primair op inwoners van Friesland.

Daarnaast worden ook toeristen, logiesaccommodaties, ondernemers en welzijnsorganisaties betrokken. Het initiatief bereikt een brede groep inwoners, waaronder mensen voor wie museumbezoek niet vanzelfsprekend is.

Welzijnsorganisaties en maatschappelijke netwerken worden geïnformeerd over de Open Museum Maand, zodat zij deelname binnen hun eigen netwerken onder de aandacht kunnen brengen.

5. Voordelen van een meerjarige beschikking

Een meerjarige beschikking maakt mogelijk:

- voortbouwen op eerder behaalde resultaten
- campagnes laten groeien in omvang en impact
- ondernemers en marketingorganisaties beter laten aansluiten
- structurele samenwerking met musea
- meer efficiëntie en minder jaarlijks opstartwerk

6. Organisatie en regie

VVV Waterland van Friesland voert de regie vanuit de regio. Wij blijven Frieslandbreed verantwoordelijk voor projectmanagement, marketing, uitvoering en monitoring.

Wanneer het project Frieslandbreed wordt opgepakt, blijven wij regionale regiepartij. Provinciale marketing kan aanvullend en efficiënter worden ingericht in samenwerking met Merk Fryslân. De Museum Federatie kan een aanjagende rol spelen om meer musea aan te laten haken.

7. Marketing en campagne

We gebruiken het bestaande campagneconcept. Jaarlijks vernieuwen we content. De campagne kan groeien bij oplopende deelname en budget.

We zetten minimaal in op:

- buitenreclame
- online en sociale media
- huis-aan-huis media
- free publicity en pr
- communicatie vanuit musea en logiespartijen

8. Brede welvaart en welzijn

Het project draagt bij aan sociale samenhang, mentale gezondheid, zichtbaarheid van kunst en cultuur en jaarrond toerisme. Inwoners en toeristen ontdekken dat ook de wintermaanden waardevol zijn voor cultuurbezoek.

De Open Museum Maand draagt daarnaast expliciet bij aan inclusie. Het initiatief verlaagt niet alleen financiële drempels, maar vergroot ook culturele toegankelijkheid voor mensen met uiteenlopende achtergronden, leeftijden en mogelijkheden. Door één uniforme regeling voor iedereen te hanteren, wordt stigmatisering voorkomen en ontstaat een gelijk speelveld. Musea worden gestimuleerd om gastvrijheid en toegankelijkheid – fysiek, sociaal en cultureel – verder te versterken.

9. Samenwerking en maatschappelijke inbedding

Musea zijn kernpartners en leveren inzet en organisatie. De Open Museum Maand vindt plaats in de gemeenten Súdwest-Fryslân en De Fryske Marren. In beide gemeenten is actief gewerkt aan maatschappelijke inbedding.

Inclusie vormt hierbij een expliciet uitgangspunt. Door samenwerking met maatschappelijke partners wordt actief gewerkt aan het bereiken van inwoners voor wie cultuurdeelname minder vanzelfsprekend is, waaronder nieuwkomers, mensen in kwetsbare sociaaleconomische situaties en inwoners met een zorg- of ondersteuningsvraag. Deze samenwerking draagt bij aan duurzame maatschappelijke inbedding.

9.1 Benaderde maatschappelijke organisaties 2025

In 2025 is de Open Museum Maand actief onder de aandacht gebracht bij een breed netwerk van maatschappelijke organisaties binnen Súdwest-Fryslân en De Fryske Marren.

Migratie en integratie

- COA Balk
- COA Heeg
- COA Sneek
- COA Drachten
- VluchtelingenWerk Friesland

Dagbesteding en zorgboerderijen

- Zorgboerderij It Klokhús (Heeg)
- Especialcare (Sneek)

- Somar Dagbesteding (Loënga)
- Kijk Mij Zorgboerderij (Nijland)
- Alliade (meerdere locaties)
- Zorgboerderij Veldzicht (Parrega)
- Stichting Op 'e Timpe (Hielsum)
- Boerderij Kleurrijk (Oudemirdum)
- Zorgboerderij Boerewille (Sint Nicolaasga)
- Stichting Maeykehiem (Sint Nicolaasga)
- Zorgboerderij Tussen Bosk en Mar (Ypecolsga)
- Zorgboerderij Butengewoan (De Wilgen)
- Zorgboerderij It Fallaet (Drachstercompagnie)
- Zorgboerderij Sathe de Hoek (Offingawier)
- Thomashuis Sneek
- Zorgboerderij Boerderijnummer15 (Nijhuizum)
- Thomashuis Harich
- Zorgboerderij Zo Gek Nog Niet (IJlst)
- Ateliers Majeur Heerenveen
- Talant Dagbesteding
- Solidair Friesland

Ouderenzorg

- Bos en Meerzicht Verzorgd Wonen (Woudsend)
- Zorggroep Hof en Hiem (meerdere locaties)
- Woonzorgcentrum Sint Theresia (Joure)
- Dagbesteding Beleef (Oppenhuizen)
- Patyna (meerdere locaties)
- WilhelminaOord (Sint Nicolaasga)
- Wonen bij September
- Noorderbreedte ouderenzorg Friesland
- Sûnenz ouderenzorg
- Stichting Pharos

Welzijn en maatschappelijke ondersteuning

- Sociaalwerk De Kear (Joure)
- Stichting Sociaal Collectief (Sneek)
- M.O.S. Smalingerland (Drachten)
- Stichting Voor De Minima (Ureterp)
- COC Friesland
- Stichting Present Nederland
- Stjoer Fryslân
- Humanitas Zuidwest Friesland
- Caleidoscoop Heerenveen

- Amaryllis Leeuwarden

Buurt- en wijkorganisaties

- Wijkvereniging Het Eiland (Sneek)
- Wijkcentrum De Eekmolen (Sneek)
- Buurtvereniging De Noordster (Lemmer)

Armoedebestrijding

- Leger des Heils
- Stichting Leergeld
- PAS Fryslân
- Burger Collectief Armoedebestrijding
- Stichting Kinderfondsen Nederland
- Weekendschool Sudwest Fryslân

Deze organisaties zijn geïnformeerd over de Open Museum Maand en uitgenodigd om deelname binnen hun eigen netwerk onder de aandacht te brengen.

9.2 Samenwerking 2026–2028

Voor de periode 2026–2028 wordt voorgesteld om in overleg met beide gemeenten en deelnemende musea jaarlijks een overleg moment in te plannen:

- hoe de Open Museum Maand kan bijdragen aan lokale beleidsdoelen op het gebied van cultuur, welzijn en participatie
- hoe maatschappelijke netwerken structureel kunnen worden betrokken
- welke rol en aanvullende bijdrage vanuit de beide gemeenten passend is binnen de bestaande opzet (inzetten van haar eigen netwerken op het gebied van het sociaal domein)
- om te borgen inclusie en toegankelijkheid structureel kunnen worden verankerd in uitvoering en communicatie van de Open Museum Maand

De ervaringen uit de afgelopen jaren vormen hiervoor de basis.

10. Doorontwikkeling vergoedingsmodel

Vanaf 2026 vereenvoudigen we het model. We werken niet meer met bonnen maar met een vaste vergoeding op basis van bezoekersdata van eerdere edities.

Wij stellen voor dat deze vergoeding rechtstreeks vanuit de gemeenten wordt uitgekeerd. Dit wordt verder afgestemd wanneer er een positief besluit ligt.

11. Evaluatie en monitoring

We meten resultaten jaarlijks via bezoekerscijfers, enquêtes en campagneresultaten. Deze worden verwerkt in een jaarverslag.

12. Begroting meerjarig

Voor 2026–2028 stellen we een meerjarige begroting vast op basis van 2026 met jaarlijkse indexatie. Dit zorgt voor rust en voorspelbaarheid en voorkomt jaarlijks opnieuw opstarten.

Begroting OMM 2026	
Uitgaven	
Afdrachten musea SWF	€ 34.500,00
Afdrachten musea DFM	€ 10.500,00
Marketingkosten	€ 40.000,00
Bezoekersonderzoek	€ 1.250,00
Organisatie	€ 1.500,00
Onvoorzien	€ 500,00
Uren VVV Waterland van Friesland	€ 5.000,00
Totaal	€ 93.250,00
Bijdragen	
Gemeente SWF	€ 60.000,00
Gemeente DFM	€ 30.000,00
Bijdrage VVV Waterland van Friesland	€ 3.250,00
Totaal	€ 93.250,00
Te kort	€ -

Wanneer de Open Museum Maand breder omarmd wordt dan onze eigen regio zullen de marketing Kosten die Frieslandbreed gemaakt worden afnemen. Dit kan een besparing opleveren tot c.a. € 10.000 euro.

13. Aanpak en uitvoering

De Open Museum Maand realiseert haar doelen door een combinatie van drempelverlaging, brede samenwerking en gerichte communicatie. Deze aanpak is in de afgelopen jaren ontwikkeld en bewezen effectief. De edities van 2023 en 2024 trokken samen meer dan 75.000 bezoeken en ook de editie van 2025 liet opnieuw sterke bezoekersaantallen zien. Hieronder beschrijven we hoe de belangrijkste doelen uit dit projectplan in de praktijk worden gerealiseerd.

1. Financiële drempels wegnemen

De Open Museum Maand maakt museumbezoek gedurende de actieperiode gratis. Hierdoor vervalt de belangrijkste drempel om cultuur te bezoeken. Er is geen aanvraag of regeling nodig waardoor deelname eenvoudig blijft en stigmatisering wordt voorkomen. Iedereen kan op dezelfde manier deelnemen.

Hiermee realiseren we het doel om cultuurdeelname toegankelijk te maken voor een brede groep inwoners.

2. Musea activeren en ondersteunen

Musea vormen de kern van het initiatief. Deelnemende musea openen hun deuren tijdens de actieperiode en ontvangen bezoekers. Via een vaste vergoeding wordt deelname mogelijk gemaakt zodat musea ook in het rustige winterseizoen bezoekers kunnen ontvangen.

Hiermee versterken we het publieksbereik van musea en dragen we bij aan seizoensverlenging binnen cultuur en toerisme.

3. Bereiken van inwoners via maatschappelijke netwerken

Om ook inwoners te bereiken voor wie cultuurbezoek minder vanzelfsprekend is, wordt samengewerkt met organisaties uit het sociaal domein. Denk aan zorginstellingen, welzijnsorganisaties, seniorennetwerken, organisaties voor nieuwkomers en vrijwilligersorganisaties.

Deze organisaties brengen de Open Museum Maand onder de aandacht bij hun eigen netwerken en organiseren soms gezamenlijke bezoeken. Hierdoor ontstaan onder andere groepsbezoeken vanuit dagbesteding, ouderenzorg, buurtinitiatieven en AZC locaties.

Deze aanpak stimuleert sociale ontmoeting, participatie en culturele toegankelijkheid.

4. Samenwerking met gemeenten binnen het sociaal domein

Voor de periode 2026–2028 willen we deze aanpak verder versterken in samenwerking met de gemeenten Súdwest Fryslân en De Fryske Marren. Beide gemeenten beschikken via het sociaal domein over brede netwerken van welzijnsorganisaties, zorginstellingen en maatschappelijke partners.

Door deze netwerken actief te benutten kan het initiatief beter onder de aandacht worden gebracht bij inwoners voor wie cultuurdeelname minder vanzelfsprekend is.

De samenwerking kan onder andere bestaan uit

- het delen van informatie over de Open Museum Maand via gemeentelijke netwerken binnen zorg en welzijn
- het stimuleren van groepsbezoeken vanuit dagbesteding en welzijnsorganisaties
- het verbinden van het initiatief aan bestaande programma's rondom participatie, gezondheid en ontmoeting

Op deze manier draagt de Open Museum Maand niet alleen bij aan cultuurdeelname maar ook aan sociale participatie, ontmoeting en welzijn van inwoners.

5. Brede publiekscampagne

Om een groot en divers publiek te bereiken wordt een brede publiekscampagne ingezet. Deze bestaat onder andere uit buitenreclame, online media, sociale media, huis aan huis media en communicatie via musea, ondernemers en logiesbedrijven.

Hiermee wordt het initiatief zichtbaar voor een brede groep inwoners en worden mensen gestimuleerd om er in de winterperiode op uit te gaan.

6. Monitoring en evaluatie

De resultaten van de Open Museum Maand worden jaarlijks gemeten via bezoekerscijfers, enquêtes en campagneresultaten. Deze gegevens worden verwerkt in een evaluatie en gebruikt om het initiatief verder te verbeteren.