



ACTIVITEITEN PLAN

*Paleis Het Loo
2017-2020*



PALEIS HET LOO

PROFIEL PALEIS HET LOO

2.1 Wat zijn de missie en visie en het profiel van uw instelling?

Inleiding

Paleis Het Loo staat aan de vooravond van een nieuwe fase in zijn bestaan. De komende vier jaar realiseren we de Renovatie & Uitbreiding. Na de omvangrijke en toonaangevende restauratie van dertig jaar geleden wordt het gebouw opnieuw onder handen genomen. De ondergrondse uitbreiding met tentoonstellingszalen, publieksfaciliteiten en de toevoeging van het Oranjemuseum en het Kindermuseum creëren letterlijk en figuurlijk ruimte voor onze ambities.

De Renovatie & Uitbreiding is niet het enige grote bouwproject. We participeren in het CollectieCentrum Nederland (CC NL). Samen met het Rijksmuseum, het Nederlands Openluchtmuseum en de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed bouwen we een nieuw depot, waardoor onze langgekoesterde wens voor betere bewaaromstandigheden van de collectie in vervulling gaat.

De Renovatie & Uitbreiding zorgt ervoor dat we drie jaar ANDERS open zijn. Door een aantrekkelijke en ambitieuze programmering zijn we zo veel mogelijk zichtbaar en verwelkomen we een groot aantal bezoekers.

Dit activiteitenplan geeft weer hoe we onze ambitieuze doelstellingen ten aanzien van ons gebouw, publiek, programmering, educatie en de collectie realiseren. In 2021 beschikken we over een schitterende ondergrondse uitbreiding. Zo blijven we een internationaal beeldbepalend paleismuseum waar op verrassende wijze een groot publiek ontvangen wordt.

Beleid en doelstellingen

De missie en visie bepalen al onze activiteiten. De kernwaarden en strategische doelstellingen zijn richtinggevend voor ons beleid.

Missie

Paleis Het Loo is een publieksgericht samenspel van paleis, tuinen, stallencomplex en museum, waar de geschiedenis van het Huis Oranje-Nassau en zijn wooncultuur met een grote verscheidenheid aan activiteiten en tentoonstellingen wordt verteld.

Visie

We willen onze bezoekers raken met verhalen over het paleis en zijn bewoners. Door het heden en verleden op een verrassende wijze te verbinden, willen we bezoekers een onvergetelijke dag op Paleis Het Loo bezorgen.

Kernwaarden

Paleis Het Loo hanteert de volgende kernwaarden:

- gastvrij
- ambitie
- koninklijk
- kwaliteit
- betrouwbaar
- professioneel
- veelzijdig

Strategische doelstellingen voor 2017-2020

De missie en visie zijn vertaald in zeven strategische doelstellingen die in het activiteitenplan puntsgewijs worden uitgewerkt.

1. We zijn een aantrekkelijke dagattractie met een breed aanbod waar zo veel mogelijk bezoekers zich welkom voelen, verrijkende ervaringen opdoen en graag terugkomen. We leggen verbindingen tussen het heden, verleden en de toekomst.
2. We realiseren de Renovatie & Uitbreiding in de jaren 2018-2020.
3. We trekken 150.000 tot 200.000 bezoekers per jaar tijdens de uitvoering van de Renovatie & Uitbreiding. Paleis Het Loo is ANDERS open met een aansprekende programmering in de tuinen en het stallencomplex en produceert aantrekkelijke publieksevenementen.
4. Door deelname aan het samenwerkingsproject CollectieCentrum Nederland zorgen we voor optimale bewaaromstandigheden van de collectie.
5. We brengen bezoekers al op jonge leeftijd in aanraking met de geschiedenis van het paleis en het Huis Oranje-Nassau via (school)programma's die aansluiten bij de behoeften van het onderwijs en een breed scala aan activiteiten in de schoolvakanties.
6. We zijn een financieel gezonde organisatie die op een bedrijfsmatige wijze opereert.
7. We zijn een aantrekkelijke werkgever die medewerkers en vrijwilligers motiveert, inspireert en talenten en capaciteiten zo goed mogelijk inzet en ontwikkelt. We introduceren levensfasebewust personeelsbeleid.

Positionering van het museum

Paleis Het Loo onderscheidt zich door de hoge mate van detaillering en perfectie van veel internationale paleizen. De bezoeker is als het ware te gast in een bewoond koninklijk paleis en ziet de objecten in de oorspronkelijke context functioneren. De stallen, rijtuigen en auto's, paarden, pauwen en verse boeketten uit eigen kwekerij dragen bij aan het beeld van een levendig paleis.

Tegelijkertijd is Paleis Het Loo een volwaardig museum met een omvangrijke collectie en organiseren we jaarlijks kleine presentaties en middelgrote- en blockbuster-tentoonstellingen. De museumfunctie wordt de komende jaren versterkt door de realisatie van een Oranjemuseum, een Kindermuseum en goed geoutilleerde tentoonstellingszalen voor de tijdelijke presentaties en tentoonstellingen.

Paleis Het Loo positioneert zich als 'museale dagattractie'. We zijn een van de topattracties op de Veluwe en een beeldbepalende toeristische trekpleister van Apeldoorn.

Gebouw en collectie

Paleis Het Loo bestaat uit een ensemble van een laat zeventiende-eeuws paleis met de grootste baroktuin van Nederland en een stallencomplex uit 1907-1909. Het Loo is door koning-stadhouder Willem III gebouwd als buitenverblijf en jachtslot.

Sinds 1984 is het paleis een museum waarin de geschiedenis van het Huis Oranje-Nassau en de vorstelijke bewoningsgeschiedenis worden getoond aan de hand van 45 historisch ingerichte vertrekken, de tuinen, het stallencomplex, tijdelijke tentoonstellingen en vaste presentaties. Het terrein beslaat in totaal 60 hectare.

We dragen zorg voor een collectie van circa 160.000 objecten van uiteenlopende aard. De voornaamste collectiegebieden zijn:

- Het paleis met de tuinen, stallen, bouwfragmenten, plattegronden en het restauratiearchief
- Schilderijen, tekeningen en prenten
- Meubelen en interieurtextiel
- Overige kunstnijverheid: zilver, ceramiek, klokken, serviezen, glas, lichtornamenten, textiel
- Kleding: uniformen, livreeën en kostuums
- Memorabilia, Oranjesouvenirs
- Historische fotografie
- Orden, onderscheidingen en penningen
- Handschriften, oude drukken, archivalia en historische documentatie
- Aanspanningen, rijtuigen, sledes en historische auto's van de Oranjes
- De historische plantenverzameling met tientallen citrusbomen die vanwege hun bijzondere kwaliteit en diversiteit deel uitmaken van de Nationale Plantencollectie

De collectie omvat veel historische en kunsthistorische topstukken. Het belangrijkste object is het paleis zelf. Van de meeste objecten is de herkomst bekend en deze worden in hun historische samenhang gepresenteerd. De collectie wordt op professionele wijze beveiligd, waarbij we gebruikmaken van kennis en expertise van een breed netwerk, en wordt uitgebreid door schenkingen, aankopen en langdurige bruiklenen. De ondersteuning van de BankGiro Loterij, fondsen en de opbrengsten uit onze vrijwilligersactiviteiten zijn hiervoor van essentieel belang.

Paleis Het Loo beheert eveneens omvangrijke bruiklenen van de Koninklijke Verzamelingen, de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed, de Geschiedkundige Vereniging Oranje-Nassau en van particulieren en collega-musea.

Een aparte plaats binnen het museum wordt ingenomen door het Museum van de Kanselarij der Nederlandse Orden, dat een van de belangrijkste collecties ridderorden en

onderscheidingen ter wereld herbergt. De kern is de verzameling koninklijke onderscheidingen, die getuigt van de bijzondere band tussen Nederland en de Oranjes.

Profiel van de bezoekers

Jaarlijks bezoeken gemiddeld 375.000 mensen uit binnen- en buitenland Paleis Het Loo. Door de diversiteit van het aanbod en de gunstige ligging in het populaire vakantiegebied de Veluwe trekt Paleis Het Loo een grote verscheidenheid aan bezoekers.

Uit het structurele publieksonderzoek komt naar voren dat:

- De gemiddelde leeftijd 53 jaar is.
- 52% bestaat uit herhaalbezoek waarvan 22% binnen een jaar terugkomt.
- Ruim 30% Paleis Het Loo heeft bezocht met de Museumkaart.
- 'Iets leuks doen met het gezin, vrienden of familie' en de interesse in de geschiedenis de belangrijkste redenen zijn om naar Paleis Het Loo te gaan.
- Onze bezoekers relatief hoogopgeleid (37%) zijn.
- Paleis Het Loo vooral bezoekers trekt uit de provincies Gelderland, Zuid-Holland, Noord-Holland en Noord-Brabant.
- Circa 5% uit het buitenland komt.
- Paleis Het Loo gewaardeerd wordt met een 8,0.
- Naast het paleis en de tentoonstellingen 67% mede voor de tuinen komt.

Samenwerkingsverbanden

Om de missie en visie te realiseren werkt Paleis Het Loo nauw samen met een groot aantal partijen.

Regionaal

Op regionaal niveau werken we samen met de gemeente Apeldoorn voor de citymarketing en het marketingbureau VisitVeluwe voor de promotie van het vakantiegebied de Veluwe. De samenwerking wordt uitgewerkt binnen toeristische overlegorganen als De Veluwe attracties, het Toeristisch Platform Apeldoorn en Apeldoorn Congressstad.

Huis Doorn

Als een groot en door het Rijk gesubsidieerd museum voelt Paleis Het Loo verantwoordelijkheid voor kleinere museale instellingen. De intensieve samenwerking met Huis Doorn dateert uit 2013. Het verbinden van deze twee vorstelijke buitenplaatsen op het gebied van collecties, tentoonstellingen, bedrijfsvoering, educatie, publieksbegeleiding en publieksinformatie is het doel van het project 'Vorstelijk verbinden'. Kennisdeling, collectiemobiliteit en het openstellen van wederzijdse netwerken staan daarbij centraal. Paleis Het Loo heeft een grote museale staf die Museum Huis Doorn adviseert als

'sparringpartner'. De samenwerking op het vlak van de collectiemobiliteit resulteerde al in twee tentoonstellingen: een tentoonstelling over Keizer Wilhelm II in Apeldoorn (2015) en een tentoonstelling in Doorn over de Duitse prins van Oranje (2016).

CollectieCentrum Nederland

Op het terrein van collectiebehoud en -beheer is Paleis Het Loo een intensieve samenwerking aangegaan met het Rijksmuseum, het Nederlands Openluchtmuseum en de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed voor de realisatie van het CC NL. Hierin worden vanaf 2019 de depotcollecties van de vier instellingen ondergebracht (zie paragraaf 2.2).

Collectieontsluiting

Voor de uitwisseling van kennis en ervaring werken we samen met een groot aantal musea, buitenplaatsen en instellingen als de Dienst Koninklijk Huis, het Koninklijk Huisarchief en de RKD. We maken deel uit van Erfgoed Gelderland en via www.collectiegelderland.nl zijn topstukken uit onze collectie digitaal toegankelijk. Paleis Het Loo is een van de initiatiefnemers van de website www.delftsaardewerk.nl, waarop vijf Nederlandse musea hun kennis en expertise op dit terrein bundelen.

Association des Résidences Royales Européennes (ARRE)

Paleis Het Loo maakt samen met grote paleismusea als Versailles, Schönbrunn en Hampton Court deel uit van de Europese paleizenorganisatie ARRE (Association des Résidences Royales Européennes). Binnen dit netwerk vindt overleg plaats over gezamenlijk beleid en de exploitatie van deze complexe monumenten. Stafmedewerkers en conservatoren ontmoeten elkaar jaarlijks tijdens studiedagen. Ook vindt er uitwisseling van medewerkers plaats.

Netwerk Canon van Nederland

Wij participeren in het netwerk van samenwerkende canonmusea dat door het Nederlands Openluchtmuseum wordt opgezet en ondersteund. Wij sluiten aan bij het venster "Koning Willem I". Door deelname aan deze samenwerking willen wij zowel ons bereik vergroten in het onderwijs en bij het brede publiek als onze bezoekers ervan bewust maken dat ons museum deel uitmaakt van het grotere verhaal van de Canon van Nederland.

Modemuze

Paleis Het Loo is een van de oprichters van Modemuze, een online platform dat de mode- en kostuumcollecties van Nederlandse musea toegankelijk maakt. Deze digitale inloopkast én schatkamer van de veelzijdige Nederlandse mode- en kostuumgeschiedenis is een permanente bron van inspiratie en kennis voor iedereen die zich met mode en stijl bezighoudt: professionals, liefhebbers en studenten.

KWALITEIT

2.2 Welke activiteiten gaat uw instelling in de periode 2017-2020 verrichten?

Algemeen

De activiteiten van Paleis Het Loo zijn gebaseerd op de missie, visie en strategische doelstellingen. Voor de komende jaren staan twee grote projecten op stapel: de Renovatie & Uitbreiding en de deelname aan het CC NL. In de periode dat de Renovatie & Uitbreiding wordt uitgevoerd (2018-2020) en het paleis zelf niet toegankelijk is, willen we zo veel mogelijk zichtbaar blijven voor het publiek door onder het thema 'Paleis Het Loo ANDERS open' een breed en gevarieerd aanbod aan publieksactiviteiten aan te bieden.

Terugblik 2013-2016

Vrijwel alle voorgenomen activiteiten in de beleidsperiode 2013-2016 zijn gerealiseerd conform het herziene activiteitenplan 2013-2016. De belangrijkste resultaten zijn:

- Een verhoging van de bezoekersaantallen van ca. 300.000 naar gemiddeld 375.000 bezoekers per jaar.
- Een aantrekkelijke (internationale) tentoonstellings-programmering: 'Ingehuldigd' (2013), de multimedia presentatie 'Wij Willem, de koningen die Nederland bouwden' (2013), 'Grace Kelly, prinses en stijlicoon' (2014), 'Sisi, sprookje en werkelijkheid' (2015), 'Der Kaiser, glorie en ondergang van keizer Wilhelm II', 'Royal Showpieces' deel I en II (2014 en 2015) en 'Anna Paulowna, een kleurrijke Romanov aan het Nederlandse hof' (2016).
- Een gevarieerd evenementen- en activiteitenbeleid waarin educatie en entertainment worden gecombineerd met nieuwe evenementen als het tuintheater 'Parade van de Zomerkoning', de 'Paleisreis' en 'Winterpaleis Het Loo' en een versterking en uitbreiding van bestaande evenementen als de 'Prins(ess)endagen', 'Concours d'Élégance', 'Spirit of Winter' en 'Paardenkracht & autopracht'.

- De versterking van het vaste museale aanbod: een nieuwe opstelling rijtuigen en auto's in de stallen (2015), een nieuwe opstelling van het Museum van de Kanselarij der Nederlandse Orden (2015) en de door de BankGiro Loterij gefinancierde plaatsing van ruim 40 replica's van Delfts aardewerken tuinvazen in de baroktuin (vanaf 2016).
- Een nieuw publieksinformatiesysteem in het paleis: informatiezuilen, touchscreens en een gratis bezoekersgids voor elke bezoeker.
- Het opzetten van een nieuwe afdeling Educatie met professionele museumdocenten en de realisatie van een aparte educatieruimte.
- Een nieuwe marketing- en communicatiestrategie met het vaste aanbod als uitgangspunt. De nadruk ligt op de online marketing en het gebruik van persona's om doelgroepen beter te kunnen aanspreken.
- Structurele samenwerking met Huis Doorn in het kader van het project 'Vorstelijk verbinden'.
- Een nieuw collectiemanagementbeleid, waarin alle behoud- en beheeractiviteiten zijn samengevoegd.
- De verbetering van de veiligheid met camera's in het paleis, de aanleg van een control room en periodieke trainingen en oefeningen waardoor veiligheid een integraal onderdeel van ons bedrijfsproces is geworden.
- Een verhoging van de eigen inkomsten naar 33% en de opvang van de structurele subsidievermindering van 11% die in 2013 inging.
- Een organisatie- en cultuurverandering: de medewerkers kregen meer eigen verantwoordelijkheden, de budgetverantwoordelijkheid is lager in de organisatie gelegd, er wordt in medewerkers geïnvesteerd en gestuurd op resultaten.

Paleis Het Loo als museale dagattractie

Conform strategische doelstelling 1 continueren we het succesvolle tentoonstellings- en activiteitenbeleid uit de vorige beleidsperiode waarbij we streven naar 375.000 bezoekers.

2017 is het laatste reguliere museumjaar voordat de Renovatie & Uitbreiding wordt uitgevoerd. De twee belangrijkste tentoonstellingen zijn 'Chapeaux, hoeden van Beatrix' (werktitel), waarin we laten zien hoe het beeld van onze vorige vorstin in belangrijke mate werd bepaald door de hoedenkeuze en 'Droom Paleis Het Loo', waarbij we laten zien hoe het paleis ingericht zou zijn wanneer het nog bewoond zou zijn. We vragen jonge ontwerpers om een woonvertrek in te richten, waarbij ze gebruikmaken van topstukken uit de collectie en hedendaags design. Ook maken we presentaties over de tuinen en nieuwe aanwinsten en de jaarlijkse kerstopstelling met gedekte tafels en historische kerstversiering.

We continueren de vakantieprogrammering voor gezinnen met kinderen (zie paragraaf 2.3) evenals de eerdergenoemde evenementencyclus. Daarbij is het verleden de inspiratiebron en geven we een eigentijdse invulling aan de vroegere hofcultuur en bewoning.

Het corporate communicatiebeleid wordt geïntensiveerd. Door nadruk te leggen op het monumentale stallencomplex en de tuinen die wél toegankelijk blijven, anticiperen we op de gedeeltelijke openstelling van het museum in de jaren 2018-2020.

Om onze bezoekers beter van dienst te kunnen zijn en optimaal invulling te geven aan onze missie en visie starten we in 2016 met 'Hostmanship', een praktisch toepasbare filosofie die organisaties helpt een gastvrije cultuur te ontwikkelen waarin onze kernwaarden gastvrij, koninklijk en kwaliteit de positieve impact van een bezoek aan Paleis Het Loo vergroten.

De Renovatie & Uitbreiding

De aanleiding van de Renovatie & Uitbreiding (strategische doelstelling 2) is de noodzakelijke verwijdering van het asbest dat bij de vorige renovatie op grote schaal is toegepast voor de brandveiligheid. Hierdoor kunnen de installaties van het gebouw die aan vervanging toe zijn nu pas verwijderd worden. Deze grote renovatie is tevens hét moment om de publieksvoorzieningen te verbeteren en meer tentoonstellingsruimte te creëren inclusief Oranjemuseum en Kindermuseum. Ter voorbereiding op de Renovatie & Uitbreiding worden de collectiestukken uit de 45 historische vertrekken tijdelijk uitgeplaatst.

De Renovatie & Uitbreiding omvat de volgende onderdelen:

- Een ondergrondse uitbreiding van 4.500 m² met een nieuwe bezoekersentree, tentoonstellingsruimten van 1.000 m², een paleiswinkel, een auditorium voor 100 personen, een ontvangstmogelijkheid voor 1000 personen en voldoende faciliteiten als kassa's, garderobes en toiletten.
- Een nieuw publieksconcept in het paleis: routing via de Staatsietrap, de inrichting van een aparte Stadhoudelijke en Koninklijke vleugel, het openstellen van de dienstvertrekken op de zolders en een informatiecentrum over de geschiedenis van het paleis en zijn bewoners in het Onderhuis.
- Het Oranjemuseum, een aansprekende museale opstelling van ca. 1.500 m² over de geschiedenis van het Huis Oranje-Nassau met de eigen collectie als uitgangspunt. De opzet is thematisch en chronologisch.
- Het Kindermuseum. Doelgroepen zijn schoolgroepen uit het basisonderwijs en gezinnen met kinderen.
- Een aparte educatieve ruimte voor lesprogramma's en workshops. Die ruimte kan tijdens weekenden en vakanties ook gebruikt worden door gezinnen.
- Verwijdering van 4.300 m² asbest dat zich tussen de wanden en plafonds in het paleis, de Oost- en Westvleugel en kantoren bevindt.
- Vervanging van de brandmeldinstallatie en luchtbehandelingsinstallaties, aanleg van een energiegebouw buiten de muren van het paleis en verplaatsing van de centrale meldkamer.
- Toepassing van de modernste beveiligingstechnieken.
- Aanleg van extra parkeerplaatsen, verbetering van faciliteiten voor evenementen en verfraaiing van de groenstructuren.

Na heropening van Paleis Het Loo in 2021 zullen we jaarlijks meer dan 500.000 bezoekers trekken, een verhoging van 33% ten opzichte van het huidige bezoekersaantal. We zijn dan nog aantrekkelijker voor onze bezoekers en opnieuw een voorbeeld en inspiratiebron voor andere (paleis)musea.

Paleis Het Loo voert de Renovatie & Uitbreiding in eigen beheer uit en formeerde inmiddels een projectorganisatie waarin de expertise van de recente grote museale verbouwingen (Hermitage, Mauritshuis, Rijksmuseum en Van Goghmuseum) is gebundeld. Dat geeft vertrouwen om de Renovatie & Uitbreiding op tijd en binnen de begroting te realiseren.

De jaarlijkse OCW-subsidie en schatkistbankieren stellen ons in staat de belangrijkste elementen van de Renovatie & Uitbreiding te financieren. Daarnaast zal het museum fondsen en sponsors werven.

Oranjemuseum

In het nieuwe Oranjemuseum wordt op basis van de eigen collectie een historisch overzicht gegeven van het Huis Oranje-Nassau. Het Oranjemuseum bestaat uit drie delen. Een historisch overzicht belicht de rol van stadhouders, koningen en koninginnen tegen de achtergrond van hun tijd. Een thematische presentatie geeft nadere verdieping van onderwerpen die met de Oranjes verband houden (geboorte, doop, opvoeding, huwelijken, inhuldigingen, hofleven en de staatsrechtelijke, militaire en maatschappelijke rol van de Oranjes). Het huidige Museum van de Kanselarij der Nederlandse Orden wordt in het Oranjemuseum geïntegreerd.

Tot slot presenteren we bijzondere objecten in schatkamerachtige opstellingen, zoals Delfts aardewerk uit de zeventiende- en achttiende eeuw, het stadhouderlijke Meissen servies, de koninklijke orden en onderscheidingen, klokken, zilver, sculpturen en historische fotografie.

De opzet en inrichting maken frequente wisselingen in de vaste collectie mogelijk en er komt een plek voor de verbeelding van actuele gebeurtenissen. In aansluiting op het Oranjemuseum wordt het Kindermuseum gerealiseerd (zie paragraaf 2.3).

Programmering tijdens de Renovatie & Uitbreiding

Tijdens de uitvoering van de Renovatie & Uitbreiding is Paleis Het Loo ANDERS open. We willen zo veel mogelijk bezoekers bereiken met een aansprekende programmering in de tuinen en het stallencomplex en met aantrekkelijke bijzondere publieksevenementen. We streven naar 150.000 tot 200.000 bezoekers per jaar (strategische doelstelling 3).

Het museum is in 2018-2020 geopend in de periode van 1 april t/m 30 september en drie weken rond de kerst. Het thema 'Paleis Het Loo ANDERS open' laat ons experimenteren met een meer eigentijdse programmering.

De tuinen zijn tussen 2012 en 2015 volledig gerenoveerd en nog fraaier geworden. Aangezien bijna 70% van onze bezoekers mede voor de tuinen komt, blijven ze een belangrijke trekpleister. Om de aantrekkelijkheid verder te vergroten zullen in de jaren 2018-2020 tentoonstellingen van (internationale) kunstenaars plaatsvinden. De toevoeging van moderne

kunstobjecten op een verrassende manier plaatst de historische baroktuin in een eigentijdse context.

We maken het dak van het paleis toegankelijk voor onze bezoekers met een trap/lift constructie aan de buitenzijde van het gebouw, zodat de tuin met de kunstwerken van bovenaf te zien is en tegelijkertijd de bouw van de ondergrondse uitbreiding gevolgd kan worden.

Het stallencomplex krijgt een belangrijke rol. De paleiswinkel wordt hier tijdelijk ondergebracht. De aanspanplaats gebruiken we voor een uitgebreide weekend- en vakantieprogrammering gericht op gezinnen. Ook wordt er in het stallencomplex een tijdelijke ruimte ingericht voor educatieve doeleinden en gebruik door gezinnen tijdens weekenden en vakanties (zie paragraaf 2.3). De kerstactiviteiten verplaatsen zich naar het stallencomplex en de ijsbaan, zoals de eigentijdse kerstaankleding, kerst-opstellingen in de stallenboxen en onder de aanspanplaats een 100 meter lange met serviezen en tafelstukken van hedendaagse ontwerpers gedekte tafel.

Collectiecentrum Nederland

Door deelname aan het CC NL, specifiek de bouw van een door vier musea gedeeld depot, zorgen we voor optimale bewaaromstandigheden van onze collectie (strategische doelstelling 4). Ook kunnen we daardoor de kwaliteit van de voorzieningen verhogen. Deze bundeling van krachten en kennis voorziet in de benutting van elkaars expertise. Het bruikleenverkeer tussen de samenwerkende instellingen zal aanzienlijk versoepelen.

De voorbereidingen variëren van schoonmaken van alle objecten, het volledig digitaal registeren van deze objecten tot het barcoderen van de collectie en de bepaling van collectieonderdelen die in 2018 in aanmerking komen voor afstoting. We volgen voor de herbestemming van die objecten de Leidraad Afstoten Museale Objecten (LAMO). Tegelijkertijd continueren wij het onderzoek naar objecten waarvan de herkomstgeschiedenis tussen 1933 en 1945 niet helder is om zo veel mogelijk uit te sluiten dat onze collectie "roofkunst" bevat.

Uiteraard dienen de depots in het paleis en de stallen in 2017 leeg te zijn. De collectie wordt tijdelijk opgeslagen in het depot van het Rijksmuseum in Lelystad omdat het CCN pas in 2019 gereed zal zijn. Daar blijft de collectie beperkt toegankelijk voor bruiklenen en presentaties. In 2019 wordt de collectie naar het CC NL overgebracht en begint de inrichting van de depots. Deze omvangrijke logistieke operatie moet medio 2020 afgerond zijn, aangezien dan gestart wordt met de herinrichting van het paleis.

Collectieontsluiting

Tijdens de uitvoering van de Renovatie & Uitbreiding doen we onderzoek naar de (bouw)geschiedenis van Paleis Het Loo en zijn bewoners. De resultaten worden vastgelegd in een digitaal ruimteboek, gekoppeld aan onze beeldbank en de museale collectiedatabase TMS, en in een wetenschappelijke publicatie die bij de heropening verschijnt. Daarnaast wordt vanaf 2018 voorzien in het online tonen van collectie-items via de eigen website.

Ook presenteren we de collectie in andere musea om extra zichtbaar te zijn. Bijvoorbeeld de presentatie van ons Delfts aardewerk in de tentoonstelling over William & Mary in het Gemeentemuseum Den Haag (2018). Daarnaast voeren we gesprekken met andere musea om delen van onze collectie ten toon te stellen. Zo laten we een groot publiek met onze collectie in aanraking komen.

EDUCATIE EN PARTICIPATIE

2.3 Hoe gaat uw instelling invulling geven aan educatie en participatie?

Terugblik 2013-2016

Paleis Het Loo heeft fors geïnvesteerd in educatie. In 2014 verscheen een nieuw educatief beleidsplan en in de daaropvolgende jaren zijn de educatieve activiteiten geprofessionaliseerd. De komst van museumdocenten is hierin cruciaal geweest: zij zijn lesbevoegd en met hun deskundigheid en enthousiasme hebben ze een grote meerwaarde voor leerlingen. De afdeling kreeg een eigen educatieruimte, waar museumlessen starten en eindigen.

In samenwerking met leerkrachten uit het primair en docenten uit het voortgezet en beroepsonderwijs is het lesaanbod van Paleis Het Loo herontwikkeld. Er is een klankbordgroep gevormd van leerkrachten en docenten waarmee we nieuwe ontwikkelingen bespreken.

Het lesaanbod is overzichtelijk en onderscheidend voor leerlingen van 4 tot 24 jaar. De museumlessen sluiten aan bij de vele facetten van Paleis Het Loo: lessen over de wooncultuur in het paleis, de Oranje-geschiedenis en bewoners en lessen over en in de tuinen en de stallen. Steeds benaderen wij het verleden vanuit het heden en leggen we de relatie met de leefwereld van de leerling. We gebruiken zo veel mogelijk activerende didactiek.

Met de Julianatoren is de succesformule 'Jul's Koninklijke Schoolreisje' ontwikkeld. Leerlingen combineren in dit schoolreisarrangement het leren bij Paleis Het Loo met het spelen bij de Julianatoren.

Paleis Het Loo heeft veel geïnvesteerd in de informatievoorziening richting scholen. We bereiken de scholen veel beter dan voorheen via onder meer de educatieve nieuwsbrief, deelname aan beurzen en ontvangsten van bemiddelaars en docenten. Samen met

de uitgever van een landelijke geschiedenismethode is een succesvolle museumles ontwikkeld bij het hoofdstuk over Paleis Het Loo. In het Apeldoornse Cultuurmenu komen jaarlijks alle leerlingen uit de groepen 4, 5 en 7 naar Paleis Het Loo.

Leerkrachten en docenten reageren positief op de veranderingen en onze intensieve onderwijsbenadering. De aantallen leerlingen die het paleis bezoeken zijn sterk toegenomen. Zo noteerden we in 2015 een stijging van 2000 leerlingen ten opzichte van 2014.

Educatieve visie

Uitgangspunt in ons educatieve beleid is dat we bezoekers al op jonge leeftijd in aanraking brengen met de geschiedenis van het paleis en het Huis Oranje-Nassau door (school)programma's die aansluiten bij de behoeften van het onderwijs en een breed scala aan activiteiten in de schoolvakanties (strategische doelstelling 5). Iedere leerling ontdekt Paleis Het Loo op een actieve manier passend bij zijn leeftijd en leerniveau.

De afdeling Educatie onderscheidt drie doelgroepen: leerlingen uit het primair, voortgezet en beroepsonderwijs. Het primair onderwijs benaderen wij van groep 1 tot en met groep 8. In het voortgezet onderwijs bieden we gerichte lesprogramma's aan voor leerlingen die voor een van de vakken Geschiedenis, CKV (Culturele & Kunstzinnige Vorming), Kunstvakken en Groen komen. In het beroepsonderwijs werken we voor groenopleidingen en lerarenopleidingen.

We streven naar een bereik van 9000 leerlingen per jaar, zowel in 2017 als tijdens de uitvoering van de Renovatie & Uitbreiding en zien mogelijkheden de huidige aantallen uit te breiden. We continueren de samenwerking met bemiddelaars, leerkrachten en docenten.

Educatie aanbod 2017-2020

We anticiperen in 2017 op de andere openstelling door het concept 'Museumdocent in de klas' te starten. We ontwikkelen een educatief programma bij de tentoonstellingen 'Chapeaux, hoeden van Beatrix' en 'Droom Paleis Het Loo'. We bieden daarnaast de volgende lesprogramma's aan het primair, voortgezet en beroepsonderwijs aan:

- Primair onderwijs
 - Groep 1-2
Dieren in en om het paleis – Prins Willem danst
 - Groep 3-4-5
Wonen in een paleis
Koninklijke Kiekjes
Apeldoorn, Oranje & Paleis Het Loo
Sprengen & Spuitkoppen (exclusief voor het Cultuurmenu Apeldoorn)
 - Groep 6-7-8
Het Pronkpaleis
Nederland & Oranje
Apeldoorn, Oranje & Paleis Het Loo – de juniorconservator
 - Jul's Koninklijke Schoolreisje
 - Op bezoek bij de koning (schoolkamp-programma, bovenbouw)
- Voortgezet onderwijs
 - Geschiedenis
De tijd van regenten en vorsten
 - CKV
Een paleis in Apeldoorn
 - Kunst
Kunstpaleis Het Loo (Kunst Algemeen)
Klassieke elementen (KCV, klassieke talen)
 - Groen
Een paleis vol bloemen (Bloemopleidingen)
Werken in een paleistuin (Groen algemeen)
 - Op bezoek bij de koning (schoolkamp-programma, onderbouw)
- Beroepsonderwijs
 - Dubbele didactiek (Lerarenopleidingen)
 - Werken in een paleis(tuin)
(Groen, Facilitair, Kunstvakopleidingen)

In de jaren 2018-2020 zijn de tuinen en het stallencomplex in de maanden april t/m september toegankelijk voor schoolklassen. Voor elk onderwijstype (primair, voortgezet en beroepsonderwijs) bieden we aparte lesprogramma's aan.

Gedurende het gehele schooljaar geven we op scholen nieuwe museumlessen die we speciaal ontwikkelen voor het gebruik door onze museumdocent in de klas. De thema's variëren van koninklijke etiquette tot de Gouden Eeuw en van de Oranje-geschiedenis tot een masterclass Barokboeketten maken.

Kindermuseum en educatieruimtes

In het Kindermuseum of 'Junior Paleis' (werktitel) ervaren kinderen tijdens gezins- of schoolbezoek het leven in een paleis als lakei, stalknecht, koetsier, tuinman, kok of als prins of prinses. Kinderen kunnen liggen in een hemelbed, op audiëntie gaan bij de koning, de tafel dekken voor een staatsbanket, een tuin ontwerpen of de paarden menen. Dit zijn thema's die in het paleis zelf nauwelijks aan bod komen.

In het Kindermuseum staan doen, spelen, ervaren, empathie en inleving centraal. Museale objecten versterken de verhaallijn. Door activiteiten te spreiden over spelen (voor jongere kinderen) en doen en ervaren (oudere kinderen) is het museum geschikt voor kinderen van 2 tot en 12 jaar en hun (groot)ouders.

De educatieruimtes gebruiken we voor schoolbezoek en gezinnen (buiten schooltijd). Verwerkingsopdrachten en creatieve opdrachten kunnen hier gemaakt worden. Dankzij de toegenomen oppervlakte in de verschillende educatieve ruimtes kunnen we meerdere klassen tegelijk ontvangen. Hiermee komen we tegemoet aan de groeiende leerlingaantallen.

Gezinsbezoek: Prins(ess)endagen en Paleisreis

Naast de schoolgebonden educatie heeft Paleis Het Loo voor gezinnen met kinderen een breed aanbod aan inhoudelijke verdieping. Het gehele jaar worden verschillende kinderspeurtochten voor aparte leeftijds-categorieën aangeboden. En in de zomer krijgen jonge bezoekers een laagdrempelig kijkje in de wereld van 'echte' prinses en prinsessen tijdens de Prins(ess)endagen.

In de schoolvakanties organiseert Paleis Het Loo de Paleisreis. Dit is een activiteit voor kinderen van 5 t/m 12 jaar. De Paleisreis bestaat uit een kinderrondleiding en een activiteit die aansluit op de inhoud van de rondleiding. De Paleisreis wordt begeleid door gekwalificeerde kinderbegeleiders. In 2016/2017 wordt de Paleisreis in de tuinen (meivakantie) en het Museum van de Kanselarij der Nederlandse Orden (voorjaars- en herfstvakantie) aangeboden.

In de zomermaanden heeft de Paleisreis een andere invulling: dan is het thema '(historische) beroepen in het paleis'. Verschillende thema's komen aan de orde, zoals eten en vorstelijk tafeldekken, kleding, de tuinen, paarden, rytuigen en auto's. Kinderen kunnen zo spelenderwijs het leven achter de schermen van het paleis ervaren. Deze Paleisreis is een aanloop naar het Kindermuseum.

In de periode 2018-2020 blijven we de Prins(ess)endagen en de Paleisreis aanbieden voor het aantrekken van het vakantiepubliek.

MAATSCHAPPELIJKE WAARDE

2.4 Hoe gaat uw instelling invulling geven aan publieksbereik?

Merkperceptie-onderzoek

Eind 2014 heeft Paleis Het Loo een merkperceptie-onderzoek laten uitvoeren om inzicht te krijgen in het merkimago onder het Nederlands publiek. Een van de belangrijkste conclusies is dat een grote groep Nederlanders Paleis Het Loo van naam kent, maar onvoldoende op de hoogte is van het vaste aanbod. Het beeld komt niet overeen met de werkelijkheid.

Door een geïntegreerde aanpak van alle communicatieve uitingen moeten de identiteit, het imago en de reputatie overeenkomen met als doel hogere bezoekersaantallen. Paleis Het Loo gaat zich aan de hand van de gewijzigde strategie meer als 'museale dagattractie' positioneren.

Doelgroepen

Aansluitend op het merkperceptie-onderzoek zijn we begin 2015 gestart met een 'persona strategie' om potentiële doelgroepen in kaart te brengen, te bereiken en te behouden. Persona's zijn op maat gemaakte klantprofielen die de kennis over huidige en potentiële doelgroepen 'tot leven' brengen binnen de organisatie.

Op basis van de persona's is de marketing- en communicatiestrategie bepaald. Ook het aanbod en de verdeling van de programmering evenals de bijbehorende publieksinformatie in het museum zijn erop afgestemd. De persona's zijn gebaseerd op het Mentality-model van het onderzoeksbureau Motivaction dat de Nederlandse bevolking opdeelt in acht groepen. Zes groepen zijn samengevoegd tot drie persona's die de meeste potentie hebben voor wat betreft bezoekersaantallen. Twee van de drie doelgroepen kenmerken zich door een hoge mate van culturele interesse en een gemiddeld hoge leeftijd en opleidingsniveau. Ze verschillen in traditionele waarden, frequentie van activiteiten en geografische spreiding. De derde persona die wordt bestempeld als de 'gezinsbezoeker' is een relatief nieuwe doelgroep voor Paleis Het Loo.

Dit houdt in dat de campagne voor elke tentoonstelling of evenement gebaseerd wordt op de persoonsdoelgroep met de hoogste bezoekerspotentie. Voor iedere persoonsdoelgroep is een eigen marketing- en communicatiemix samengesteld.

Marketingstrategie

Vanaf 2016 zijn de unieke en onderscheidende kenmerken van Paleis Het Loo (paleis, tuinen en stallen) onderdeel van een doorlopende corporate campagne. Een corporate campagne levert een essentiële bijdrage aan de profilering en vergroting van onze bekendheid. Dit komt ook de effectiviteit van de publiciteit ten goede. Deze marketingstrategie wordt in de periode 2017-2020 gecontinueerd in combinatie met de personastrategie.

Bij de bewerking van de buitenlandse consumentenmarkt gelden ten dele bovenstaande uitgangspunten. We richten ons voornamelijk op de doelgroep met een hoge culturele participatie omdat deze doelgroep de grootste potentie heeft. De landen waarop wordt ingezet zijn Duitsland, Groot-Brittannië en België. Zowel de consument- als tradebewerking hiervan gebeurt via partners zoals VisitVeluwe, RBTKan, het NBTC en mediabureaus.

De marketingstrategie moet leiden tot het vasthouden van het bezoek tijdens de uitvoering van de Renovatie & Uitbreiding en een forse verhoging van de bezoekersaantallen na de heropening in 2021. We willen het websitebezoek, nu ruim 920.000 per jaar, met 25% laten toenemen en meer nieuwe bezoekers aantrekken die nog niet eerder ons museum hebben bezocht. Het aantal buitenlandse bezoekers willen we verdubbelen.

Onlinestrategie

De onlinestrategie is door de koerswijziging ook aangepast. Door de onderzoeken kregen we meer inzicht in de frequentie waarmee en de wijze waarop onze doelgroepen gebruikmaken van online middelen. Daardoor zijn de online middelen efficiënter in te zetten. In 2015 is de ticketshop doorontwikkeld en in 2016 volgen

een webshopkoppeling en een digitale beeldbank-ontsluiting. Op het gebied van social media (Facebook & Twitter) is in 2015 een verdubbeling van het aantal volgers gerealiseerd. Tot en met 2020 zal de aanwezigheid van Paleis Het Loo op online middelen uitgebreid worden met e-commerce.

Code Culturele Diversiteit

Paleis Het Loo onderschrijft de Code Culturele Diversiteit. De geschiedenis laat zien dat de invloeden van buitenaf in belangrijke mate hebben bijgedragen aan de bloei van ons land. Zo trouwden de Oranjes met buitenlandse vorsten en de producten die de VOC invoerden hadden hun weerslag op het paleis en de inrichting. De komende vier jaar zijn niet geschikt om de focus te leggen op het bereiken van een cultureel divers publiek. Naast de twee bouwprojecten is het vasthouden

van het bestaande publiek in de periode dat het paleis gesloten is, al een uitdaging op zich. Het nieuwe Oranjemuseum en Kindermuseum en de toekomstige tijdelijke tentoonstellingen bieden wel volop mogelijkheid om de culturele diversiteit van ons land te tonen en met speciale programma's ook groepen Nederlanders te bereiken die normaal gesproken niet snel naar een museum gaan.

We blijven de succesvolle schoolprogramma's aanbieden voor speciaal onderwijs en scholen met een grote culturele diversiteit. Daarnaast zetten we in op deelname aan inburgeringscursussen voor nieuwe Nederlanders, waarvoor wij contacten hebben gelegd met de gemeente Apeldoorn. Paleis Het Loo is bij uitstek geschikt voor een kennismaking met de Nederlandse cultuur en ons vorstenhuis.

ONDERNEMERSCHAP

2.5 Hoe gaat uw instelling invulling geven aan ondernemerschap?

Financiën 2017-2020

We zijn een financieel gezonde organisatie die op een bedrijfsmatige wijze opereert (strategische doelstelling 6). De subsidie van Paleis Het Loo is met ingang van 2013 met 11% verlaagd, wat neerkomt op een subsidiereductie van € 800.000 op jaarbasis. Deze korting vingen we op door in 2013 de entreprijs te verhogen van € 12,50 naar € 14,50, voor bijzondere tentoonstellingen een toeslag te vragen en door een aantrekkelijke programmering en goede marketingstrategie het aantal bezoekers te laten toenemen van 300.000 naar gemiddeld 375.000 per jaar.

De begroting van de Renovatie & Uitbreiding is door een externe kostencalculator getoetst. Dankzij de subsidie van het ministerie van OCW voor de huisvesting, waarin een component is opgenomen voor het vele achterstallig onderhoud, zijn we in staat het grootste deel van de kosten te dekken. We werven ook via fondsen, sponsors en subsidieregelingen. In 2016 starten we met de Paleis Het Loo Business Society om ondernemers uit de regio aan ons te binden. Een groot aantal bedrijven wil hieraan deelnemen. De sponsor- en fondsenwerving wordt met oog op de uitvoering van de Renovatie & Uitbreiding geïntensiveerd.

In de periode dat het paleis is gesloten, wordt de entreprijs verlaagd. De aantrekkelijke programmering van 'Paleis Het Loo ANDERS open' maakt dit reëel. Tegelijkertijd anticiperen we op lagere entreeopbrengsten in de jaren 2018-2020. Voorwaarde is dat het huidige subsidieniveau minstens gehandhaafd blijft.

De voorbereidingen van de Renovatie & Uitbreiding, de extra marketingguitingen eromheen en de vele extra activiteiten van 'Paleis Het Loo ANDERS open', de presentatie van de collectie op andere locaties en de

aanpassing van de organisatie brengen veel extra kosten met zich mee die niet binnen de huidige begroting te dekken zijn. We verzoeken dan ook de subsidie met 5% te verhogen, waarmee een deel van de korting van 11% die in 2013 is ingegaan, wordt bijgesteld.

Personeelsbeleid

We zijn een aantrekkelijke werkgever die medewerkers en vrijwilligers motiveert, inspireert en talenten en capaciteiten zo goed mogelijk inzet en ontwikkelt. We introduceren levensfasebewust personeelsbeleid (strategische doelstelling 7). De afgelopen jaren hebben we veel in opleidingen en cursussen geïnvesteerd. De afdelingen Marketing & Communicatie, ICT, P&O, Collectiemanagement en Financiën zijn op sterkte gebracht. Veel verantwoordelijkheden zijn lager in de organisatie gelegd. De cultuur- en organisatieverandering zijn soepel en efficiënt verlopen, zodat we werken met gemotiveerde, professionele en slagvaardige medewerkers.

De komende jaren blijven we in onze medewerkers investeren. De periode t/m 2020 zullen 23 van de 150 medewerkers met pensioen gaan. We zullen ervoor zorgen dat hun kennis en ervaring voldoende geborgd zijn in onze organisatie. Tegelijkertijd biedt dit een kans om de organisatie te verjongen. Daarmee kunnen we voor een groot deel op natuurlijke wijze anticiperen op de organisatorische vernieuwingen na de realisatie van de Renovatie & Uitbreiding.

In 2015 zijn de circa 200 vrijwilligers overgegaan van de Stichting 't Konings Loo naar Paleis Het Loo. Ze zijn daarmee een volwaardig onderdeel van de organisatie geworden en ondersteunen ons op zes terreinen: de winkel, rondleidingen, uitgifte van de audiotour, de pendeldienst tussen het stallencomplex en het paleis, bij het onderhoud van de tuinen en bij de ontsluiting van de collecties. De opbrengsten van de vrijwilligersactiviteiten

worden aangewend voor aankopen en restauraties van de collectie en de financiering van bijzondere projecten. Net als bij de betaalde medewerkers investeren we in opleidingen van onze vrijwilligers. We blijven graag werken met vrijwilligers en zien hen als onmisbare ondersteuning bij onze werkprocessen.

Code Cultural Governance

De organisatiestructuur van Stichting Paleis Het Loo is geënt op het 'Raad-van-toezicht-model' en neemt alle richtlijnen van de Code Cultural Governance in acht. Zo onderhoudt de Raad van Toezicht regelmatig contact met de directie, vergadert ook afzonderlijk, wint informatie in van derden, overlegt met de Ondernemingsraad, houdt zelfevaluaties en voert jaarlijks een functioneringsgesprek met de directeur/bestuurder. Iedere Raad van Toezichtvergadering staan een of meer aspecten van de code op de agenda.