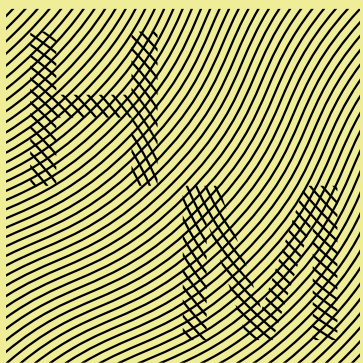




Huygens
Museum

Beleidsplan 2026–2030

Geschiedenis, kunst
en wetenschap voor
dichters, denkers,
doeners

24 juni 2025

Inhoud

1 Samenvatting

2 Missie, Visie, Motto en Kernwaarden

- Missie, Visie, Motto
- Kernwaarden

3 Het Museum in zijn Omgeving

- Onze bezoekers
- Onze locaties
- Onze verhalen: een reis door de tijd
- Onze collectie
- Onze mensen
- Onze maatschappelijke omgeving

4 Streefbeeld: het Huygens Museum in 2030

5 Doelgroepen en Publieksstrategie

- Bereiken van nieuwe bezoekers
- Groei bestaande bezoekersgroepen
- Strategieën
- Doelen
- Wat gaan we doen

6 Het programma van het Huygens Museum

- Educatie, lezingen en rondleidingen
- Tentoonstellingen en collectie
- Evenementen en belevenissen
- Inspirerende erfgoedlocatie
- Wat is hiervoor nodig

7 Marketing, Co-creatie en Partnerschap

- Marketing voor publiek en Huygens-gemeenschap
- Winkel en verhuur
- Samenwerking met culturele en wetenschappelijke instellingen
- Zakelijke sponsoring en donaties

8 Organisatie en Governance

- Besturing
- Personeel
- Vrijwilligers

9 Financiën

- Meerjarenbegroting met toelichting

10 Hoe wij werken

- Planning en Monitoring
- Evaluatie
- Verantwoording
- Risicobeheersing

1 Samenvatting



De **Stichting Huygensmuseum** heeft als exploitatie-stichting van het Huygens Museum dit meerjarenplan 2026–2030 opgesteld.

Het Huygens Museum wil zich naar de toekomst toe verder ontwikkelen als een **dynamische en betekenisvolle erfgoedinstelling die cultuur toegankelijk maakt voor een breed en divers publiek**.

Hofwijck en het Notarishuis zijn complementair. Ze bieden samen een levendig podium voor publieksontvangst en beleving én ruimte voor het tonen van de vaste collectie en culturele programmering. Het museum richt zich nadrukkelijk op verbinding met de lokale en regionale gemeenschap en draagt bij aan de vier pijlers van de cultuurvisie van Leidschendam-Voorburg: toegang tot cultuur voor iedereen, spreiding en nabijheid van cultuur, zichtbaarheid verbeteren en kwaliteit behouden en versterken.

Het museum zet sterk in op **educatie en publieksactiviteiten**.

De toegenomen interesse van scholen wordt benut en uitgebreid met nieuwe programma's, praktijkopdrachten en samenwerkingen met bibliotheken en welzijnsinstellingen. Specifieke aandacht gaat uit naar doelgroepen die niet vanzelfsprekend toegang tot cultuur hebben, zoals ouderen, mensen met een beperking, en mensen met een migratie- en vluchteling-achtergrond. Ook de digitale toegankelijkheid wordt verbeterd, onder andere door het ontsluiten van de collectie via de website en het koppelen van tentoonstelling-content aan online kanalen.

Tentoonstellingen blijven een krachtig instrument om nieuwe verhalen te vertellen en actuele thema's te verbinden aan erfgoed, kunst en wetenschap. Jaarlijks worden 2 tot 4 kleinschalige, extern gefinancierde presentaties gerealiseerd, bewust afgestemd op schoolvakanties om gezinnen en jeugd te bedienen. Elk van deze tentoonstellingen bevat een jeugdonderdeel én een speciaal jeugdevenement. Hierdoor blijft het museum aantrekkelijk voor jonge bezoekers en draagt het bij aan de continuïteit van het publieksbereik.

Het museum organiseert **een groeiend aantal evenementen**, van lezingen tot speurtochten en van concerten tot culinaire activiteiten, die zowel inhoud als beleving combineren. Door samenwerking met lokale partners zoals scouting, scholen en winkeliers wordt de nabijheid en de verankering in de gemeenschap versterkt. Bezoekers worden geraakt via verwondering, herkenning en emotionele beleving, zodat zij zich blijvend verbonden voelen met het erfgoed.

Vrijwilligers vormen een onmisbare pijler van de organisatie. Het museum wil hun inzet beter structureren, met duidelijke aanspreekpunten en taakverdelingen, én werken aan verjonging en diversiteit. Tegelijkertijd wordt gezocht naar nieuwe vrijwilligers via lokale netwerken en campagnes waarin huidige vrijwilligers hun verhalen delen.

De zakelijke basis wordt verbreed via **cultureel ondernemerschap**. Winkelverkoop, verhuur, de Huygens Business Club en nieuwe sponsorstrategieën zorgen voor aanvullende inkomsten en betrokkenheid. Tegelijkertijd wordt de rol als kennisplatform voor publiek en onderwijs versterkt via partnerschappen met instellingen als het Huygens Instituut en universiteiten, hogescholen en middelbaar beroepsonderwijs.

Een professionele **bestuursstructuur en transparante begrotingscyclus** vormen de basis voor verantwoord beleid. Jaarlijks worden werkplan en begroting opgesteld en geëvalueerd. Reflectie, monitoring en risicobeheersing zijn structureel verankerd, zodat het museum zich flexibel en responsief kan aanpassen aan veranderende omstandigheden.

Streefbeeld 2030: een eigentijds museum met wortels en vleugels
Het museum ambieert een toekomst als **levendige en betekenisvolle culturele hotspot**. In het streefbeeld is het Huygens Museum in 2030 een plek waar ontmoeting, verdieping en verwondering hand in hand gaan – een inspirerende erfgoedlocatie die brede publieksgroepen weet te raken en te binden, en die zijn historische betekenis inzet voor hedendaagse vragen.

2 Missie, Visie, Motto en Kernwaarden



Missie

Het Huygens Museum nodigt uit tot verwondering. We nemen bezoekers mee op een tijdreis door 2000 jaar historie. De twee historische locaties in het centrum van Voorburg zijn het hart van het museum.

Jong en oud ontmoeten hier de dichters, denkers en doeners uit onze geschiedenis: van de Romeinse bewoners aan de Limes tot de getalenteerde Constantijn en Christiaan Huygens en de vrijdenker Benedictus Spinoza, van de vrijgevochten prinses Marianne tot de beeld- en muziekcultuur van de 20ste eeuw.

Onze tentoonstellingen, verhalen en evenementen zijn veelzijdig, hoogwaardig en toegankelijk – ze prikkelen de verbeelding en nodigen uit tot reflectie. Of je nu komt voor verdieping, inspiratie of gewoon een mooi moment, het museum biedt een rijke ervaring vol verhalen die het verleden met het heden verbinden.

We verwelkomen graag een breed en nieuwsgierig publiek, primair uit onze directe omgeving en de regio, maar ook van verder weg. In het Huygens Museum is het verleden geen afgesloten hoofdstuk. Een bezoek aan het Huygens Museum maakt ons publiek enthousiast over geschiedenis, kunst en wetenschap.

Visie

Wij willen een publieksgericht museum zijn dat geschiedenis, kunst en wetenschap op inspirerende wijze tot leven brengt. Buitenplaats Hofwijck en het Notarishuis vormen daarvoor een uniek en karaktervol decor. Hofwijck – huis én tuin – ademt de geest van de Huygens-familie en laat bezoekers kennismaken met hun wereld van poëzie, muziek, wetenschap en verbeelding. Het Notarishuis is het podium waar we verhalen vertellen over dichters, denkers en doeners uit de rijke geschiedenis van Leidschendam-Voorburg en Stompwijk.

We bouwen actief aan cultureel ondernemerschap, samen met een enthousiaste groep vrijwilligers en een netwerk van betrokken partners. Wij geloven in de verbindende kracht van verhalen rondom onze collectie: om te inspireren, te verrijken én herkenning te bieden.

We werken aan een museum dat verbonden is met zijn omgeving, dat openstaat voor nieuwe ideeën en dat een breed publiek weet te raken.

Motto

Constantijn en Christiaan Huygens zijn de naamgevers van het museum. Zij waren geleerden, wetenschappers en kunstenaars. Zij stonden midden in de maatschappij en hadden een groot netwerk. Wij kijken naar het verleden en leren daarvan, bewonderen kunst en laten ons erdoor verleiden.

Daarom is ons motto:

**Geschiedenis, kunst en wetenschap
voor dichters, denkers, doeners**

Kernwaarden

Bij het realiseren van de missie en visie helpen de onderstaande *kernwaarden* ons om iedere dag op een inspirerende wijze aan de slag te gaan, daarbij is **goed bestuur**⁽¹⁾ uiteraard onze ambitie.

Gastvrij en Nieuwsgierig

Huygens leerde zijn kinderen om open in de wereld te staan, met een nieuwsgierige blik naar geschiedenis, kunst en wetenschap. Het Huygens Museum biedt een ontmoetingsplek voor iedereen die wil leren, bewonderen en ervaren. Ook voor mensen die van de tuin willen genieten en meer willen weten over de planten die daar groeien. We staan klaar voor een breed publiek om behoefte aan kennis en beleving mogelijk te maken.

Uniek en Authentiek

Hofwijck is een unicum in de wereld, met een tuin gevormd naar het menselijk lichaam. Het gebouw biedt een zeldzame inkijk in een 17e-eeuws buitenverblijf. Forum Hadriani was 1800 jaar geleden de eerste stedelijke nederzetting van Nederland en de permanente tentoonstelling daarover geeft een fascinerende blik op de klassieke Oudheid in Nederland. Alle tentoonstellingen en evenementen rondom deze en heel veel andere onderwerpen in het Huygens Museum zijn alleen in Voorburg te beleven.

1 Het Huygens Museum hanteert de Governance Code Cultuur. De Governance Code Cultuur is een instrument voor goed bestuur en toezicht in de cultuursector. Het Huygens Museum onderschrijft de Ethische Code, Fair Practice Code en de Code Diversiteit & Inclusie. Het Huygens Museum is een instelling die voldoet aan de ANBI-regels.

Kwaliteit

Het Huygens Museum gaat voor het beste. Onze partners weten dat en spannen zich maximaal in om het publiek een fijne ervaring te bezorgen. De evenementen zijn verzorgd en toegankelijk, tentoonstellingen geven de best mogelijke ervaring om te kunnen genieten van huis, tuin en collectie. Het behoud van het erfgoed staat hoog in ons vaandel. We handelen vanuit de principes van duurzaam ondernemen, met oog voor mens, milieu en maatschappelijke waarde.

Samen en Toegankelijk

Zonder de inzet van 130 enthousiaste vrijwilligers zou het Huygens Museum niet bestaan. Samen staan we klaar voor onze bezoekers en bouwen we aan een museum dat verbonden is met zijn omgeving. Een groot netwerk van partners en betrokken ondernemers maakt dat we een gevarieerd, open en toegankelijk aanbod kunnen presenteren, met voor elk wat wils. En door samen op een innovatieve manier te blijven kijken naar de collectie, gebouwen en de tuin verrassen we de steeds terugkerende gasten met een veelzijdig programma.



3

Het Museum in zijn Omgeving

Onze bezoekers

Regelmatig terugkerende bezoekers vormen de ruggengraat van onze museale exploitatie. Het Huygens Museum trekt een veelzijdig publiek, maar onze kern nu ligt bij de trouwe museumbezoeker: de cultuur- en historieliefhebber – vaak met een museumkaart – die het museum keer op keer weet te vinden. Óók voor hen maken we onze tentoonstellingen, voor hen organiseren we evenementen. Het zijn onze herhaal-bezoekers, en bij elke nieuwe activiteit kunnen we op hen rekenen.

Daarnaast is er het bestaande aanbod aan educatie voor basis- en voortgezet onderwijs, dat geheel wordt verzorgd door de vrijwilligers van het museum. Dit is in de afgelopen jaren steeds weer aangepast en geactualiseerd en wordt stevast zeer positief ontvangen.

Tegelijkertijd zien we volop kansen om ons bereik te verbreden en te verdiepen. De komende jaren willen we ons actiever richten op publieksgroepen die nu nog slechts beperkt gebruik maken van ons aanbod. Daarbij sluiten we aan op de doelgroepen uit de cultuurvisie van de gemeente Leidschendam-Voorburg.

Wie willen we beter bereiken?

- Inwoners van Leidschendam-Voorburg voor wie cultuur nog niet vanzelfsprekend toegankelijk is, waaronder mensen met een migratie- of vluchteling achtergrond.
- Mensen met een fysieke of mentale beperking
- Jongeren en jonge gezinnen (ouders tussen 35 en 55 jaar)
- Ouderen voor wie mobiliteit of vervoer een drempel vormt

Wie bereiken we al goed?

- Lokale en regionale bezoekers met een brede culturele interesse
- Scholen uit Leidschendam-Voorburg en omliggende gemeenten binnen fietsafstand
- Toeristen en cultuurliefhebbers van binnen en buiten de regio

We willen onze deuren verder openen - niet alleen letterlijk, maar ook in houding, taal en programma. Zo werken we aan een museum dat nog sterker geworteld is in de gemeenschap, en waar iedereen zich welkom en aangesproken voelt.

Onze locaties

Het elegante **buitenhuis Hofwijck** met zijn betoverende tuin biedt bezoekers een moment van rust en inspiratie, ver weg van de drukte van alledag. De tuin, ontworpen in de vorm van een menselijk lichaam, is een uniek kunstwerk uit de zeventiende eeuw, waar Constantijn Huygens zijn hart aan verloor.

Binnen verwonderen de vier verdiepingen: van de warme, gezellige keuken tot de statige Sael, en van wisselende tentoonstellingen tot de wetenschappelijke zolder vol ontdekkingen van Christiaan Huygens. Hofwijck was het toevluchtsoord van een van Nederland's grootste denkers en is nu een plek waar zijn nalatenschap tot leven komt. Huis en tuin worden gehuurd van de eigenaar, de Vereniging Hofwijck. Zo draagt het Huygens Museum bij aan de instandhouding van dit erfgoed.

Het **Notarishuis** vertelt het rijke verhaal van Voorburg. Hier duik je in het verleden van het Romeinse Forum Hadriani, ontmoet je prinses Marianne van Oranje-Nassau en ontdek je de historische omgeving en het werk van lokale kunstenaars uit de twintigste eeuw. Gevestigd aan de Herenstraat in Voorburg, in een sfeervol pand dat van de gemeente wordt gehuurd, is het Notarishuis een warme plek waar geschiedenis, kunst en wetenschap samenkomen en het verleden levend blijft.

Onze verhalen: een reis door de tijd

Forum Hadriani en het kanaal van Corbulo (ca. 50 na chr.) zijn onderdeel van de Neder-Germaanse Limes, die deel uitmaakt van het Unesco Werelderfgoed, en die is opgenomen in de Canon van Nederland. In onze gemeente bevond zich deze meest westelijke Romeinse stad van Nederland, die de naam draagt van de keizer Hadrianus.

De opgraving begin 19e eeuw door professor Reuvers was de eerste systematische, wetenschappelijke archeologische opgraving in Nederland en geldt als mijlpaal in de archeologie. Forum Hadriani biedt talloze mogelijkheden voor aantrekkelijke educatieve programma's.

Constantijn Huygens (1596–1687) was dichter, diplomaat, componist en kunstkenner en was jarenlang secretaris van de Oranjes én – opvallend genoeg – de ontdekker van Rembrandt. Huygens onderhield contacten met grote denkers, kunstenaars en wetenschappers in heel Europa. In 1642, het jaar van de Nachtwacht, betrok Huygens zijn buitenplaats Hofwijck. Hij bedacht en ontwierp Hofwijck zelf. Het was de plek waar hij zijn drukke bestaan aan het Haagse hof even kon vergeten. Het werk en leven van Constantijn Huygens biedt – in combinatie met huis en tuin – een rijke bron voor een gevarieerd palet van exposities en verhalen.



Zijn zoon, **Christiaan Huygens (1629–1695)** is wereldberoemd en staat in de Canon van Nederland als startpunt van de moderne wetenschap. In tijden van *fake news* is het déze alleskunner op natuurkundig en wiskundig en sterrenkundig gebied die iedere leerling moet ontdekken. Jarenlang directeur van het wetenschappelijk instituut in Frankrijk, de uitvinder van het slingeruurwerk en de ontdekker van de aard van de ringen van Saturnus en veel andere zaken die vandaag de dag voor de exacte wetenschappen een fundament vormen. Constantijn en Christiaan Huygens belichamen samen het ideaal van de Gouden Eeuw als tijd van kunst, wetenschap en diplomatie. Hun erfenis is nog altijd actueel. Hun nieuwsgierigheid, streven naar precisie en geloof in de kracht van kennis blijven inspireren en vormen de basis voor verhalen die ook vandaag de dag aanspreken.

Tussen 1663 en 1668 woonde filosoof **Spinoza (1632–1677)** in Voorburg, waar hij werkte aan zijn filosofisch meesterwerk *Ethica*. Hij deelde zijn passie voor lenzen slijpen met Christiaan Huygens. Hun ontmoetingen, waarin filosofie en wetenschap samenkwamen, vormen een intrigerend hoofdstuk in de lokale geschiedenis. Spinoza krijgt daarom een vaste plek in het Notarishuis, het historisch museum van Leidschendam-Voorburg. En ook Spinoza is onderdeel van de Historische Canon van Nederland.

In de 19e eeuw ontmoeten we **Prinses Marianne van Oranje-Nassau (1810–1883)**, een eigenzinnige en moderne vrouw, die haar lot als vrouw-van niet accepteerde en uit haar huwelijk met een Pruisische hork stapte. Haar vader, Koning Willem I, is wederom een venster in de Nederlandse Canon, maar wij zijn ook eigenzinnig en schuiven juist Marianne naar voren, die na haar ongelukkige huwelijk vele jaren op Rusthof, aan de Vliet, heeft doorgebracht en een belangrijke bijdrage heeft geleverd aan het culturele leven hier ter plaatse.

In de 20e en 21e eeuw is er nog veel te ontdekken – Voorburg-Leidschendam is dan de thuishaven voor tal van kunstenaars. Voor de oorlog zijn hier beeldhouwers als **Albert Termote (1887–1978)** en **Marian Gobius (1910–1994)** komen wonen, die naam maken met hun nieuwe realisme. En na de oorlog is het **De Nieuwe Ploeg (1951–1959)**, een groep kunstenaars die abstracte kunst maakt – innovatief en gedurfd. De afstand tot Huygens of de Romeinen mag misschien groot lijken, maar deze geschiedenis is het meer dan waard om te worden verteld. Tel daarbij de roemruchte **Voorburgse poppodia** uit de jaren '70 op en het wordt duidelijk: de reikwijdte van het Huygens Museum is ongekend.

Onze collectie

Het **verzamelgebied van het Huygens Museum** omvat objecten op de volgende terreinen:

- de familie Huygens (inclusief huis en tuin Hofwijck)
- 17e-eeuwse cultuur, wetenschap en Spinoza;
- lokale geschiedenis van Voorburg, Leidschendam en Stompwijk;
- Forum Hadriani;
- prinses Marianne;
- beeldende kunst van 1600–heden.

De collectie omvat ongeveer 3000 objecten. Deze wordt overgedragen aan de Vereniging Hofwijck.

De collectie (het kasteel, de tuin, het Notarishuis en de meer dan 3.000 schilderijen, beelden, meubelen, prenten en tekeningen en historische voorwerpen) vormt ons grootste kapitaal. We koesteren dat, beheren het professioneel en zoveel als mogelijk volgens de Nederlandse museale standaard. In de komende beleidsperiode stellen we een nieuw **collectieplan** op, conform de richtlijnen van de Museumvereniging. In voorbereiding daarop is in 2024 en 2025 de gehele verzameling door een team van vrijwilligers, onder begeleiding van professionele krachten, geïnventariseerd en in de database Axiell Collections geregistreerd. Hiermee verbeteren het beheer en behoud van de verzameling. Dat doen we voor onszelf en toekomstige generaties.

Onze mensen

Het Huygens Museum heeft in 2025 ca. 3 fte in dienst. Bij alle werkzaamheden wordt waar mogelijk de grote groep vrijwilligers (ca.130) ingeschakeld. Deze vrijwilligers vormen het kloppend hart van het museum en werken onder aansturing van de directeur in allerlei werkgroepen op het gebied van met name collectieregistratie, tuinonderhoud, museuminrichting, educatie. Zonder deze unieke groep van vrijwilligers zou het Huygens Museum niet kunnen draaien. In het kader van een maatschappelijke stages zijn regelmatig jongere vrijwilligers ingezet, steeds op tijdelijke basis en in uren-omvang beperkt. Ook mensen die op zoek zijn naar (opnieuw) betaald werk kunnen bij het Huygens Museum als vrijwilliger waardevolle werkervaring opdoen. Daarnaast bieden we nieuwkomers de kans om via vrijwilligerswerk kennis te maken met de Nederlandse cultuur en taal.

Onze maatschappelijke omgeving

De **gemeente Leidschendam-Voorburg** ondersteunt het Huygens Museum financieel met een substantiële subsidie. Volgens de Uitvoeringsagenda 2024–2026 van de in 2024 verschenen gemeentelijke Cultuurvisie worden met het Huygens Museum meerjarige financiële afspraken gemaakt: een jaarlijks geïndexeerd bedrag van €300.000. Er wordt een meerjarenovereenkomst opgesteld gericht op een hechtere samenwerking en betere inzet op de in de cultuurvisie benoemde pijlers.

Pijler 1: Toegang tot cultuur voor iedereen

Cultuur moet laagdrempelig en inclusief zijn, met extra aandacht voor jongeren, mensen met een beperking, een smalle beurs of een migratieachtergrond. Culturele instellingen moeten een afspiegeling zijn van de samenleving.

Pijler 2: Spreiding en nabijheid van cultuur

Cultuur moet letterlijk dichtbij zijn. Door culturele voorzieningen te spreiden over de wijken en gebruik te maken van bestaande locaties, wordt deelname makkelijker voor iedereen.

Pijler 3: Zichtbaarheid verbeteren

Inwoners moeten beter geïnformeerd worden over het culturele aanbod. Door centrale informatie en bekendheid van regelingen te verbeteren, groeit de participatie.

Pijler 4: Kwaliteit behouden en versterken

Cultuurbeleid sluit aan op de wensen van inwoners. De gemeente en het culturele veld werken samen aan een divers, toegankelijk en kwalitatief sterk aanbod.

Het voorliggende plan beschrijft hoe het museum aan die pijlers bij wil dragen.

Het Huygens Museum vervult als grootste museum van de gemeente een verbindende rol binnen het **lokale erfgoed- en cultuurnetwerk**. De directeur is medevoorzitter van het Erfgoedpodium en lid van de Commissie Cultuur & Co. Hij onderhoudt formele en informele contacten met diverse lokale organisaties, zoals Stichting Erfgoed Prinses Marianne, de Historische Vereniging Voorburg, het Huygens-festival, de Archeologische Werkgroep Leidschendam-Voorburg, Stichting Haegsche Tijd, Stichting Spinoza, Christiaan Huygens (junior) prijs en diverse Business-clubs. Daarnaast is het museum actief betrokken bij evenementen als de Open Monumentendag en Museumnacht Kidz.

Ook op **regionaal en nationaal niveau** werkt het museum samen met de Museumvereniging en het nationale Museumnetwerk, maar ook met organisaties als het Huygens Instituut, de Koninklijke Bibliotheek en diverse onderwijsinstellingen.



4 Streefbeeld: het Huygens Museum in 2030

Het Huygens Museum kijkt vol vertrouwen naar de toekomst. Mede geïnspireerd door de cultuurvisie van de gemeente willen we nog meer mensen raken met de rijke verhalen over geschiedenis, kunst en wetenschap. Met buitenplaats Hofwijck, het Notarishuis en het gedachtegoed van Constantijn en Christiaan Huygens als stevig fundament, groeit het museum uit tot een levendige, verbindende plek voor een breed en divers publiek.



Het Huygens Museum heeft voor het jaar 2030 de volgende ambities:

- Het museum is een **levendige hotspot** in de gemeente en regio waar tentoonstellingen, educatie, publieksactiviteiten en evenementen elkaar versterken en samen zorgen voor een rijk cultureel aanbod.
- Bezoekers ervaren zo **laag mogelijke drempels** – cultureel, financieel én fysiek – zodat iedereen zich welkom en aangesproken voelt.
- Het museum is **spin in het web** in een netwerk van culturele, educatieve, maatschappelijke en zakelijke partners. Door coproductie en co-creatie creëren we een innovatieve en publieksgerichte programmering van tentoonstellingen en activiteiten.
- Door **cultureel ondernemerschap** is de helft van de inkomsten afkomstig van eigen museale en commerciële activiteiten. Door middel van (lokale en regionale) sponsors worden extra inkomsten gegenereerd. Het museum voldoet aan de meerjarenafspraken met de gemeente en werkt aan het opbouwen van een passende financiële reserve.
- Het museum zet zich actief en zelfbewust **in de etalage**, versterkt zo zijn profiel en trekt steeds meer bezoekers en sponsors.
- Organisatie en beheer zijn **professioneel** ingericht en voldoen aan hoge standaarden van goed bestuur, transparantie, verantwoording en duurzaamheid.

5

Doelgroepen en Publieksstrategie

Het Huygens Museum richt zich op een breed publiek met interesse in cultuur, geschiedenis, wetenschap en kunst. De publieksstrategie is gericht op het versterken van bestaande bezoekersgroepen én het bereiken van nieuwe, meer diverse doelgroepen.

Bereiken van nieuwe bezoekers

In de komende jaren wil het museum:

- Jongeren (12–18 jaar) en jonge gezinnen (ouders tussen 35 en 55 jaar) beter bereiken via meer educatie-activiteiten en door vaker op hen toegesneden activiteiten te programmeren.
- Inwoners van de gemeente met een migratie – of vluchteling – achtergrond uitnodigen via samenwerking met lokale partners.
- Mensen met een fysieke of mentale beperking en ouderen voor wie mobiliteit of vervoer een drempel vormen in samenwerking met zorginstellingen en andere lokale partners ondersteunen bij hun bezoek of juist bij hén op bezoek te gaan.

Groei bestaande bezoekersgroepen

Door meer corporate marketing en het beter onder de aandacht brengen van onze activiteiten, kan een groei worden bereikt van de bestaande bezoekersgroepen.

Strategieën

- **Educatie:** versterken van het schoolaanbod en ontwikkelen van lespakketten rond wetenschap, geschiedenis en erfgoed.
- **Samenwerking:** lokale partners zoals bibliotheken, buurthuizen, zorginstellingen en scholen betrekken bij publieksprojecten.
- **Marketing:** gericht inzetten op online zichtbaarheid, storytelling en culturele agenda's in de regio.
- **Inclusiviteit:** toegankelijke taal, meertaligheid waar relevant, en aandacht voor verschillende perspectieven in tentoonstellingen.
- **Digitale media:** verbeteren van de online beleving op de website en sociale media.

Doelen

- Stijging van de inkomsten van betalende bezoekers met 8% per jaar.
- Toename van jongerenbezoek en schoolgroepen.
- Bezoekers waarderen het Huygens Museum hoog op het gebied van gastvrijheid en inhoudelijke relevantie. De voorlopige resultaten van de publieksenquête 2025 laten een gemiddelde score van 4,7 (op een schaal van 0 tot 5) zien. Zoals een bezoeker het verwoordde: 'Een inspirerend museum.'

Wat we gaan doen

De strategieën educatie, samenwerking en inclusiviteit worden uitgewerkt in andere hoofdstukken van dit plan.

Er is momenteel ruimte in de personeelsformatie van het museum om op korte termijn een medewerker aan te nemen die zich actief gaat richten op de marketing van het Huygens Museum. Op dit moment heeft het museum (vanwege een tekort aan middelen) hoegenaamd geen andere mogelijkheden dan free publicity en social media. Voor het effectief promoten van de tentoonstellingen bij de bestaande bezoekers (cultuurliefhebbers / museumkaarthouders) is het nodig om op beperkte schaal de klassieke marketing (radio / outdoor / posters & flyers) in te zetten.

Voor marketing en digitale media worden in de begroting van dit plan meerjarig financieel middelen opgenomen.

Een groeiend potentieel bieden de social media. Daarin willen we wel de juiste keuzes maken en ons richten op de inmiddels gearriveerde en voor ons bestendige platforms als Facebook, Instagram, LinkedIn en YouTube. Maar bovenal staat de verdere ontwikkeling van onze eigen website voorop, die kan leiden tot een nog aantrekkelijker presentatie van onze activiteiten, objecten en programmering.

Er valt veel te winnen met:

- versterkt klant-relatie-beheer,
- verbeteren eigen website,
- effectiever optreden op social media,
- ontwikkelen van doelgroep-specifieke nieuwsbrieven,
- lokale kranten, radio en tv,
- verbeteren persberichten en de promotie daarvan.



6 Het programma van het Huygens Museum

Het Huygens Museum biedt een veelzijdig programma dat bijdraagt aan zijn positie als culturele ontmoetingsplek en publieksgericht museum. Educatie, tentoonstellingen en publieksactiviteiten vormen een samenhangend geheel, waarin inhoud, beleving en bereik centraal staan. Door continu in te spelen op actuele thema's, publieksbehoeften en maatschappelijke ontwikkelingen, bouwt het museum verder aan de rol als betekenisvolle culturele speler in de regio. In de komende jaren wordt ingezet op verdieping, verbreding en vernieuwing – kwalitatief en toegankelijk.

Met de uitbreiding van het team en de inzet van deskundige vrijwilligers groeit de uitvoeringskracht van het Huygens Museum, het blijft echter noodzakelijk om weloverwogen keuzes te maken.

Het grootste deel van dit programma wordt gerealiseerd door inzet van de vrijwilligers. Om hun betrokkenheid te waarborgen en hun kennis en ideeën te benutten, organiseerde het museum in de week van 16–20 juni 2025 twee vrijwilligersbijeenkomsten. Tijdens deze sessies zijn waardevolle suggesties en inzichten verzameld die zijn gebruikt bij het uitwerken van het onderstaande programma van het Huygens Museum voor de periode 2026–2030. Bij de verdere uitwerking en realisatie zullen de vrijwilligers uiteraard opnieuw betrokken worden.



Educatie, lezingen en rondleidingen

Huidige situatie

Educatie en publieksbegeleiding zijn een essentieel onderdeel van de missie van het Huygens Museum. Dankzij een groep betrokken vrijwilligers biedt het museum een toegankelijk en relevant programma voor scholen, groepen en individuele bezoekers.

Het educatieve aanbod is de afgelopen jaren vernieuwd en sluit goed aan bij het curriculum. Het aantal schoolbezoeken neemt toe, mede dankzij mond-tot-mondreclame. Leerlingen doen mee aan interactieve rondleidingen en museumlessen rond thema's als de Huygens-familie en de Romeinen. De onderwerpen sluiten aan bij o.a. geschiedenis, natuurkunde en CKV. Steeds vaker keren kinderen met hun ouders terug voor een regulier bezoek.

Tijdens openingstijden geven vrijwilligers toelichting op de collectie. Tentoonstellingen zijn voorzien van Nederlandse en Engelse teksten; zaalboekjes en folders vergroten de toegankelijkheid. Elke zaterdag en zondag zijn er gratis instaprondleidingen, en via de website zijn betaalde groepsrondleidingen te boeken. Rondleidingen worden vaak gecombineerd met lunches, koffiemomenten, high tea's en vergaderingen.

Toekomstplannen

1. Toegankelijkheid en spreiding vergroten

Het museum wil de drempels voor specifieke doelgroepen verlagen, onder meer door mee te denken hoe vervoer te regelen is voor scholen op grotere afstand en voor ouderen en mensen met een beperking. Programma's worden afgestemd op fysieke en cognitieve behoeften, met opties als verkorte rondleidingen en rustmomenten. Spreiding van activiteiten buiten het museum, bijvoorbeeld in bibliotheken of zorgcentra, krijgt extra aandacht.

2. Inzetten op verbreding

Het programma wordt uitgebreid met activiteiten voor nieuwe doelgroepen, zoals migranten en vluchtelingen, bso's en zomerscholen. Voor het voortgezet onderwijs worden praktijkopdrachten ontwikkeld. Nieuwe initiatieven zoals speurtochten, ecologie-workshops en lessen met microscopen maken het aanbod aantrekkelijk en actueel. Ook buiten het museum wordt het bereik vergroot, bijvoorbeeld door korte presentaties op scholen.

3. Lezingen en rondleidingen

Bij elke nieuwe tentoonstelling zal een begeleidende lezing worden georganiseerd. Ook zullen op de expositie toegespitste rondleidingen worden gegeven.

4. Samenwerking en communicatie verbeteren

Scholen die nog niet deelnemen worden actief benaderd. Samenwerking met leerkrachten en maatwerk staan hierbij centraal. Zichtbaarheid wordt versterkt via lokale media, website en sociale kanalen. Vrijwilligers krijgen training en verdieping via een speciaal opleidingstraject. Daarnaast wordt met organisaties zoals Woej afgestemd over vervoersmogelijkheden voor doelgroepen.

Tentoonstellingen en collectie

Huidige situatie

In het Huygens Museum is altijd iets te doen. De vaste presentatie en de tuin en het huis van Hofwijck bieden een fantastische dag uit en regelmatig presenteren we andere tentoonstellingen. Daardoor weten we de herhaal-bezoekers aan ons te binden.

In de zomer van 2024 is een nieuwe structuur voor tentoonstellingen opgezet. Uitgangspunt is dat het museum als geheel jaarlijks 2 tot 4 extern gefinancierde kleinschalige tentoonstellingen presenteert, verdeeld over de locaties Hofwijck en het Notarishuis. Deze zijn bewust gekoppeld aan de schoolvakanties, zodat ook gezinnen en jonge bezoekers optimaal worden bediend. De tentoonstellingen zijn objectgericht, intiem van schaal, en draaien om de beleving van het 'oog in oog staan' met bijzondere voorwerpen uit de geschiedenis, kunst en wetenschap – precies waar het Huygens Museum voor staat.

De eerste resultaten van deze nieuwe koers zijn veelbelovend. In 2024 werden drie thematisch diverse en inhoudelijk sterke tentoonstellingen gepresenteerd: *Aan tafel met Huygens*, *Aan tafel met Prinses Marianne* en *Papieren vrienden*. Deze trokken veel nieuwe bezoekers uit de regio Leidschendam-Voorburg en zorgden voor een stijging van het betalend bezoek met circa 25%.

Een mooi voorbeeld van de ingezette koers op inhoud, samenwerking en publieksverbinding is de tentoonstelling *Vers uit de tuin* (voorjaar/zomer 2025), waarin de historische tuin van Hofwijck als literaire én actuele inspiratiebron centraal staat. De tentoonstelling verbindt het 17e-eeuwse hofdicht van Constantijn Huygens met actuele vragen over natuur en klimaat, en betreft leerlingen van de Groen van Prinsterer-basisschool via een educatief schooltuinproject. Zo verbindt het museum verleden en toekomst, wetenschap en verbeelding, erfgoed en publiek.

Toekomstplannen

1. Basis behouden

De vaste presentatie blijft een fundament van het museum. Deze biedt samenhang, herkenbaarheid en continuïteit in het publieksaanbod en vormt het uitgangspunt voor educatie, rondleidingen en thematische verdieping. Er wordt bekeken hoe binnen de bestaande opstelling ruimte kan ontstaan voor actualisatie, kleine wissels of innovatieve digitale toepassingen, zonder de kern aan te tasten.

2. Tentoonstellingen: vernieuwen en programmeren

Het Huygens Museum blijft inzetten op 2 tot 4 kleinschalige, thematisch gevarieerde tentoonstellingen, en die maximaal kunnen rekenen op de steun van stakeholders als Provincie, particuliere fondsen, betrokken lokale en regionale stichtingen en die projectmatig gefinancierd worden.

Tentoonstellingen zijn immers een krachtig middel om nieuwe verhalen te vertellen, actuele thema's te verbinden aan de collectie en diverse publieksgroepen te bereiken. Zo liggen er kansen om de resultaten van archeologische opgravingen in gemeente en regio zichtbaar en beleefbaar te maken.

Deze presentaties zijn zorgvuldig vormgegeven, van hoge kwaliteit en voorzien van toegankelijke publieksgerichte teksten. Ze stralen het nieuwe elan van het museum uit en richten zich op een breed en geïnteresseerd publiek. Tentoonstellingen worden stevast verrijkt met lezingen, publieksactiviteiten en online verdieping.

3. Altijd een jeugdonderdeel – mét jeugdevenement

Elke tentoonstelling in het Huygens Museum krijgt een specifiek onderdeel gericht op kinderen en jongeren. Dit kan een speurtocht, interactieve kijkroute, creatieve opdracht of kinderboekje zijn, afgestemd op de inhoud van de tentoonstelling. Daarmee blijft het museum laagdrempelig en aantrekkelijk voor gezinnen en jong publiek, en sluit het aanbod goed aan op educatie. De jeugdevenementen worden gepland rond de start van vakantieperiodes.

Deze activiteiten dragen bij aan herhaalbezoek, het bereiken van nieuwe doelgroepen en de positionering van het museum als gezinsvriendelijke culturele plek. Waar mogelijk worden deze evenementen gekoppeld aan partners in het onderwijs, kinderopvang, amateurkunst of natuur- en techniek-educatie.

4. Eigen collectie online zichtbaar maken

Het online toegankelijk maken van (delen van) de collectie vergroot de bereikbaarheid van het museum en biedt waardevolle mogelijkheden voor thuisgebruik, bijvoorbeeld voor onderwijs, onderzoek of persoonlijke interesse. Het Huygens Museum wordt zo ook digitaal een plek waar je kunt leren, ontdekken en verdiepen – of waar leerlingen inspiratie vinden voor profielwerkstukken. Door de online presentatie te koppelen aan themapagina's, tentoonstellingen en publieksactiviteiten, ontstaat bovendien een sterkere verbinding met een breder publiek.



Evenementen en belevenissen

Huidige situatie

Het Huygens Museum is inmiddels een vaste waarde in het culturele leven van Leidschendam-Voorburg, mede dankzij een reeks jaarlijks terugkerende evenementen die inhoud en beleving op inspirerende wijze combineren. Activiteiten zoals *Open Monumentendag*, *Kastelendag*, *Erfgoeddag*, *Museumnacht* (en *Museumnacht Kidz*), *Lichtjesavond* en de *Zondagochtend concertreeks* trekken een breed en trouw publiek. Ook de poëziewedstrijd *Dichter op Hofwijck*, die in 2026 voor de twaalfde keer plaatsvindt, is een mooi voorbeeld van publieksbinding met inhoudelijke diepgang.

Evenementen worden steeds vaker afgestemd op de lopende tentoonstellingen. Zo wordt in 2025 rond *Aan tafel met de Romeinen* een programma ontwikkeld met rondleidingen, foodlabs en educatieve activiteiten. Ook in de schoolvakanties worden regelmatig activiteiten georganiseerd voor kinderen en gezinnen, zoals creatieve workshops en speurtochten. Vrijwilligers spelen een belangrijke rol in de uitvoering en begeleiding van deze activiteiten.

Toekomstplannen

1. Uitbreiding en verbreding van het aanbod

In de komende jaren wil het museum het evenementenaanbod verder uitbreiden en thematisch versterken. Elke tentoonstelling krijgt een bijpassend jeugdevenement, zoals een workshop, speurtocht of theatrale rondleiding, om ook jonge bezoekers en gezinnen actief te betrekken. Daarnaast worden nieuwe publieksactiviteiten ontwikkeld zoals bijvoorbeeld pubquizen, concerten in samenwerking met het conservatorium (bijv. voor eindexamenstudenten), en thematische workshops rond historische ambachten of kunst.

2. Meer samenhang in de programmering

Het museum streeft ook naar meer samenhang en zichtbaarheid in de programmering. Er wordt gewerkt aan een jaaragenda met duidelijk gecommuniceerde publieksmomenten, waarbij ook nieuwe doelgroepen worden betrokken: jongeren, statushouders, studenten en buurtbewoners. Samenwerking met scholen, scouting, bibliotheken, lokale ondernemers en culturele verenigingen speelt hierin een belangrijke rol.

3. Ruimte voor beleving en emotie

Het Huygens Museum wil bezoekers niet alleen informeren, maar ook raken. In tentoonstellingen en publieksactiviteiten komt meer ruimte voor verwondering, herkenning en persoonlijke beleving. Zodat bezoekers zich aangesproken kunnen voelen door persoonlijke verhalen en de sfeer van het zeventiende-eeuwse Hofwijck, Ook kinderen kunnen het erfgoed actief beleven: met een Romeinse helm op, in de schooltuin aan het werk of speurend langs de bomen van Hofwijck. Zo ontstaat niet alleen kennis, maar ook een blijvende emotionele band met het verleden – waardoor het museum betekenisvol en toegankelijk blijft voor iedereen.

Inspirerende erfgoedlocatie

Huidige situatie

Het Huygens Museum is vandaag de dag veel meer dan een tentoonstellingsruimte; het is uitgegroeid tot een veelzijdige en inspirerende erfgoedlocatie waar ontmoeting, reflectie en culturele verdieping centraal staan. Zowel de buitenplaats Hofwijck als het Notarishuis bieden een historisch decor voor uiteenlopende activiteiten, van lezingen, kinderactiviteiten en poëziewedstrijden tot concerten, bruiloften, high tea's en zakelijke bijeenkomsten. De tuin van Hofwijck vormt hierin een unieke buitenruimte die bezoekers aantrekt en terug laat komen.

De huidige verhuuractiviteiten voorzien in een duidelijke regionale behoefte aan betekenisvolle, karaktervolle ontmoetingsplekken. Ze dragen bij aan de zichtbaarheid van het museum én genereren waardevolle eigen inkomsten.

Toekomstplannen

1. Randprogrammering tentoonstellingen

In de periode 2025–2030 wil het Huygens Museum zijn rol als inspirerende erfgoedlocatie verder versterken en uitgroeien tot een levendige culturele hotspot. Elke tentoonstelling krijgt een publieksgericht nevenprogramma, met een keuze uit een palet van jeugdactiviteiten, workshops, wandelingen, vaartochten, proeverijen of lezingen, steeds in samenhang met de inhoud van de tentoonstelling. De randprogrammering wordt structureel ingebed, met als doel om nieuwe doelgroepen aan te spreken en meerstemmige verhalen te brengen.

2. Cultureel Podium

De tuin van Hofwijck zal actiever worden benut voor concerten, theatrale vertellingen, historische demonstraties en educatieve zomeractiviteiten. Ook het Notarishuis wordt beter toegerust voor intieme culturele bijeenkomsten. Er wordt gestreefd naar inhoudelijke verdieping én publieksbeleving, zonder de museale functie uit het oog te verliezen. Nieuwe initiatieven worden in co-creatie ontwikkeld met externe partners en fondsen, en zoveel mogelijk kostendekkend georganiseerd.

Enkele mogelijke toekomstige initiatieven zijn:

- Jazz- en kamermuziekconcerten (i.s.m. Jazz in Voorburg en Huygens Festival);
- Gala-avonden (i.s.m. serviceclubs);
- Historische tuindagen, Huygens-dagen en poëziewandelingen;
- Workshops zang, dans en koken geïnspireerd op de de Romeinen of de 19e eeuw van Prinses Marianne.

3. Kennisplatform

Verder blijft het museum werken aan de versterking van het profiel als kennisplatform voor intellectuele en creatieve ontmoeting. Nieuwe lezingenformats – zoals een Constantijn Huygenslezing en een Vrijdenkerslezing – zullen inspelen op actualiteit én erfgoed, steeds in verbinding met de nalatenschap van de familie Huygens en Spinoza. Daarnaast biedt het museum met regelmaat lezingen en kleinschalige bijeenkomsten over kunst, wetenschap en geschiedenis in samenwerking met universiteiten, hogescholen en culturele partners.

Wat is hiervoor nodig?

Om de ambities voor de periode 2026–2030 te realiseren, is een solide en flexibele organisatie nodig. De huidige programma-inzet is gefundeerd op ervaren vrijwilligers. Hun betrokkenheid vormt een stevige basis. Om deze waardevolle inzet ook in de toekomst te behouden, investeert het museum in goede ondersteuning en kennisdeling. Door samen te blijven leren, ruimte te bieden aan nieuwe inzichten en ook nieuwe vrijwilligers welkom te heten, ontstaat een sterk en veelzijdig team dat meegroeit met de ontwikkeling van het museum.

Daarnaast is een beperkte uitbreiding van de professionele formatie noodzakelijk, met name op het gebied van educatie, programmering, organisatie van evenementen, marketing en publiekscommunicatie. Alleen met voldoende coördinatie- en inspiratiekracht kunnen de geplande tentoonstellingen, randprogrammering, publieksactiviteiten en educatieve trajecten kwalitatief worden uitgevoerd én afgestemd op actuele publieksbehoeften.

Tot slot vraagt het programma structurele financiële ondersteuning. Hoewel tentoonstellingen en evenementen als uitgangspunt kostendekkend worden georganiseerd via fondsen en sponsoring, zijn er aanvullende middelen nodig voor educatief materiaal, marketing, communicatie, verder ontwikkelen van de website en digitale ontsluiting van de collectie.



7

Marketing, Co-creatie en Partnerschap

Het Huygens Museum ontwikkelt zich de komende jaren verder tot een open, gastvrije en publieksgerichte culturele instelling met een herkenbaar profiel. Niet alleen door wat het museum toont, maar ook door hoe het zich verbindt met bezoekers, partners en de omgeving. Onderstaande paragrafen schetsen hoe het museum inzet op publieksbereik, verhuur en verkoop en betrokkenheid van particulieren en organisaties.

Cultureel ondernemerschap vormt een belangrijke motor achter het programma. Tentoonstellingen, educatieve projecten en evenementen worden grotendeels gefinancierd via projectmatige fondsenwerving, sponsoring en co-creatie met partners. Deze benadering maakt het mogelijk om kwaliteit en vernieuwing te combineren met financiële duurzaamheid. Ambassadeurs spelen een belangrijke rol in profilering van het museum binnen zakelijke en maatschappelijke netwerken.

Marketing voor publiek en Huygens-gemeenschap

Marketing

Het museum wil een breed en divers publiek aanspreken – van gezinnen tot cultuurliefhebbers, van buurtbewoners tot bezoekers uit de gemeente en de regio en daarbuiten. Daarbij richten we ons op zowel algemene als projectgerichte marketing. We willen dat meer mensen het museum leren kennen, begrijpen waar we voor staan, en een goed beeld hebben van wie we zijn. Ook willen we dat er meer – en meer verschillende – mensen het museum ontdekken.

Kernpunten van deze publieksgerichte marketing zijn:

1. Structurele zichtbaarheid in lokale en regionale media

Het Huygens Museum zet in op regelmatige publiciteit via huis-aan-huisbladen en regionale media in Leidschendam-Voorburg, Den Haag, Rijswijk, Ypenburg en Delft. Door elke week of twee weken relevante berichten, interviews of agenda-items te publiceren, wordt de zichtbaarheid van het museum structureel vergroot.

2. Doelgericht en aantrekkelijk gebruik van social media

Social media-kanalen – in het bijzonder Facebook en Instagram – worden strategisch ingezet voor publieksbinding en promotie van tentoonstellingen, evenementen en educatieve activiteiten. De focus ligt op het regelmatig delen van visueel aantrekkelijke content, zoals het “object van de maand”, videofragmenten of blik achter de schermen. Hiermee wordt het museum actueel en laagdrempelig gepresenteerd, ook voor jongere doelgroepen.

3. Verbetering en actualisering van de website

De website van het museum wordt doorontwikkeld tot een gebruiksvriendelijk, informatief en actueel platform. De nadruk ligt op heldere navigatie, actuele content en een prominente agenda met kalenderfunctie. Bezoekers moeten snel kunnen vinden wat er te doen is en hoe ze kunnen reserveren of deelnemen.

Tentoonstellingen worden op de website verrijkt met aanvullende content zoals achtergrondinformatie, afbeeldingen en links, om verdieping en voorbereiding op het bezoek mogelijk te maken. De museumagenda wordt eenduidig gepresenteerd en actief gedeeld met pers- en cultuurredacties in de regio.

Huygens-gemeenschap

Om de betrokkenheid van bezoekers, de lokale en regionale gemeenschap en sympathisanten te verdiepen en te bestendigen, ontwikkelt het Huygens Museum – in samenwerking met de Stichting Vrienden van Huygensmuseum Hofwijck – een **donatie- en adoptieprogramma**. Er komen jaarlijkse wervingscampagnes voor zowel donateurs als adoptanten.

Het donatieprogramma is laagdrempelig, herkenbaar en persoonlijk. Donateurs geven naar eigen vermogen en ontvangen – afhankelijk van hun pakket – symbolische tegenprestaties.

Naast donaties biedt het Huygens Museum ook de mogelijkheid om symbolisch een onderdeel van de historische buitenplaats te adopteren – bijvoorbeeld een boom, struik, bank of haag.

Deze strategie draagt bij aan het versterken van de Huygens-gemeenschap en vergroot zowel de zichtbaarheid als de financiële draagkracht van het museum.

Winkel en verhuur

De **museumwinkel wordt verder ontwikkeld** als onderdeel van de publieksbeleving, met een aanbod dat aansluit op tentoonstellingen, publicaties en thema's als wetenschap, literatuur en tuincultuur.

De winkel speelt tevens een rol in de zichtbaarheid van het Huygens Museum buiten de tentoonstellingszalen.

De **verhuuractiviteiten**, zoals bruiloften, zakelijke bijeenkomsten en high tea's, worden **gecontinueerd en waar mogelijk uitgebreid** binnen de museale kaders. Daarmee dragen ze groeiend bij aan zowel de eigen inkomsten als de zichtbaarheid van het museum. Belangrijk uitgangspunt is het bewaken van de balans tussen commerciële activiteiten en de museale functie, waarbij kwaliteit en erfgoedbeleving centraal blijven staan.

Samenwerking met culturele en wetenschappelijke instellingen

Het Huygens Museum zoekt actief de samenwerking met musea, culturele organisaties, universiteiten, hogescholen en middelbaar beroepsonderwijs. Door deze samenwerkingen ontstaan nieuwe tentoonstellingen, educatieve programma's, lezingen en evenementen die de inhoud versterken en het bereik vergroten. Partnerschappen dragen actief bij aan kennisdeling, het bereiken van een breder publiek en het stimuleren van innovatie. Het museum positioneert zich daarbij nadrukkelijk als verbindende schakel tussen wetenschap, cultuur en samenleving.

Samenwerking met universiteiten, hogescholen en culturele instellingen vormt een inhoudelijke pijler van het museumprogramma. Dit gebeurt zowel op educatief vlak (zoals lezingen, profielwerkstukken, workshops) als op publieksvlak (muziek, theater, wetenschap, educatie op locatie). Door deze samenwerking blijft het museum actueel, relevant en inhoudelijk geworteld in een breder netwerk.

Wij sluiten aan bij een geschikt **netwerkoverleg** voor uitwisseling, co-creatie en het initiëren van gezamenlijke projecten. Ook worden **stageplekken, onderzoeksopdrachten** en mogelijkheden voor **gastcuratorschap** actief aangeboden om de banden met onderwijstellingen te intensiveren.

Zakelijke sponsoring en donaties

Huygens Business Club

Voor duurzame groei en programmering blijft steun van fondsen, particuliere donateurs en zakelijke partners essentieel. Sponsoring kan gekoppeld worden aan concrete onderdelen zoals tentoonstellingen, educatie-projecten of publieksactiviteiten.

Om de relatie met bedrijven te verdiepen en structureel vorm te geven, wordt gestart met een Huygens Business Club in samenwerking met de Stichting Vrienden van Huygensmuseum Hofwijck. De Huygens Business Club verbindt ondernemerschap met erfgoed. Deze club brengt lokale en (boven)regionale bedrijven samen die zich willen profileren als partner van het Huygens Museum. De samenwerking is gebaseerd op wederkerigheid: in ruil voor een jaarlijkse bijdrage dragen leden bij aan het behoud en de ontwikkeling van Hofwijck en profiteren zij van een inspirerend netwerk, inhoudelijke bijeenkomsten en de mogelijkheid tot zakelijke ontvangsten in een unieke historische setting.

Door te kiezen voor kleinschaligheid, kwaliteit en inhoudelijke verdieping blijft de club persoonlijk.

De Huygens Business club richt zich op organisaties met zakelijke, maatschappelijke, culturele of wetenschappelijke betrokkenheid, variërend van lokale ondernemers tot instellingen in technologie, duurzaamheid, educatie en erfgoed. We gaan op zoek naar relevante ondernemers die geïnteresseerd zijn om het Huygens Museum te ondersteunen.



Donaties, giften, legaten

Mogelijkheden om particuliere giften, donaties en legaten te ontvangen worden verkend en in de praktijk gebracht. Er is laaghangend fruit zoals donatieboxen (met QR-codes) in de museumlocaties. De ANBI-status van het museum wordt – onder andere op de website – actief onder de aandacht gebracht.

8

Organisatie en Governance

Met een vastomlijnde, meer-jaarlijkse gemeentelijke basissubsidie en een goed overzicht van de eigen inkomsten, is er de ambitie om in de komende jaren te kunnen groeien naar een professioneel aangestuurde vrijwilligersorganisatie.

Besturing

Huidige situatie

In 2022 is bij de samenvoeging van Museum Swaensteyn en Museum Hofwijck tot het Huygens Museum besloten tot een nieuwe bestuursstructuur. Deze bestaat uit een exploitatiestichting, *de Stichting Huygensmuseum*, en een collectievereniging, *de Vereniging Hofwijck*. De besturen van Stichting Huygensmuseum en van de Vereniging Hofwijck zijn een personele unie. De Stichting heeft een directeur in dienst die overige personeelsleden en de vrijwilligers begeleidt en aanstuurt.

Naast de Vereniging Hofwijck, de eigenaar van de buitenplaats, is er de *Stichting Vrienden van Huygensmuseum Hofwijck*. Deze stichting stelt zich ten doel het ontvangen en beheren en besteden van gelden ten behoeve van de instandhouding en de uitbreiding van de collectie en bevordering van de belangstelling voor de buitenplaats Hofwijck en het Huygens Museum.

Ontwikkeling

In het kader van de professionaliseringsslag die het Huygens Museum momenteel doormaakt, krijgt de versterking van de bestuurlijke structuur de komende jaren bijzondere aandacht. De huidige personele unie van het bestuur van Stichting Huygens Museum en Vereniging Hofwijck draagt bij aan stabiliteit, maar roept tegelijkertijd vragen op over rolverdeling, taakvervulling en governance-transparantie.

In lijn met de uitgangspunten van de Governance Code Cultuur is het voornemen om – zorgvuldig en gefaseerd – de mogelijkheid te onderzoeken van een duidelijke en functionele scheiding tussen beide besturen. Dit met als doel het versterken van checks and balances, het voorkomen van belangenverstrengeling en het bevorderen van een evenwichtige taakverdeling tussen eigenaarschap (Vereniging) en exploitatie (Stichting).

In de periode 2025–2026 wordt een verkenning uitgevoerd waarin verschillende scenario's worden uitgewerkt en voorgelegd aan de leden van de Vereniging Hofwijck. Daarbij staan draagvlak, continuïteit en uitvoerbaarheid centraal, met als randvoorwaarde dat het gezamenlijke belang van het erfgoed, de collectie en het publiek te allen tijde wordt gewaarborgd. Een van de mogelijke uitkomsten is de instelling van een Raad van Toezicht die toeziet op een zorgvuldige toepassing van de Governance Code Cultuur. Over enkele jaren zou de bestuursstructuur eruit kunnen zien zoals in het organogram.



Personeel

In 2025 beschikt Stichting Huygensmuseum over een formatie van 2,30 fte, grotendeels op tijdelijke basis. Deze formatie bestaat uit de volgende functies: directeur (0,65 fte), medewerker evenementen en communicatie (1,00 fte) en administratief medewerker (0,65 fte).

Voor 2026 is er een uitbreiding tot 2,70 fte voorzien, verdeeld over: directeur (0,80 fte), medewerkers voor marketing en publiekseventementen (gezaamenlijk 1,25 fte), en een administratief medewerker (0,65 fte). In 2027 wordt een verdere uitbreiding voorzien van 0,45 fte voor publiek en educatie.

Daarnaast maken twee medewerkers die in dienst zijn bij de Vereniging Hofwijck deel uit van de operationele staf van het museum: een secretariaat/beheerder (0,80 fte) en een hortulanus (0,20 fte).

De directeur heeft de algemene leiding over het Huygens Museum, met verantwoordelijkheid voor inhoud, financiën, personeel en vrijwilligers. Hij stelt jaarlijks een werkplan op dat ter goedkeuring wordt voorgelegd aan het bestuur en rapporteert periodiek aan het bestuur over de voortgang van de uitvoering.

Het museum volgt de cao van de Museumvereniging, waarin vanaf 2025 de toepassing van het vernieuwde functiegebouw verplicht is gesteld.

Vrijwilligers

Vrijwilligers vormen het kloppend hart van het Huygens Museum. Met circa 130 actieve vrijwilligers is hun inzet onmisbaar voor het dagelijks functioneren, de publieksbeleving en de strategische ontwikkeling van het museum. Het Huygens Museum beschouwt vrijwilligers niet alleen als uitvoerende krachten, maar als volwaardige partners in het realiseren van zijn missie: het toegankelijk maken van erfgoed, cultuur en wetenschap voor een breed publiek.

Rollen

Vrijwilligers zijn actief in vrijwel alle onderdelen van de organisatie. Zij begeleiden bezoekers, geven rondleidingen, werken in de museumwinkel, ondersteunen educatieve programma's, onderhouden de historische tuin, helpen bij evenementen en verrichten werkzaamheden rond collectiebeheer en museuminrichting. Binnen de groep van vrijwilligers zijn er ongetwijfeld talenten die zij zouden willen inzetten. Ook jongeren kunnen via maatschappelijke stages tijdelijk een bijdrage leveren aan het museum.

Organisatie

De vrijwilligersorganisatie is ingebed in de structuur van het museum en werkt onder begeleiding van de directeur en de hortulanus. In de toekomst wordt gestreefd naar een duidelijkere rolverdeling en benoeming van aanspreekpunten binnen de vrijwilligersorganisatie. Dit bevordert de onderlinge samenwerking en maakt het voor vrijwilligers helder bij wie zij terecht kunnen met vragen, ideeën of knelpunten.

Er zal worden geïnventariseerd welke kennis en kunde reeds aanwezig is binnen de huidige vrijwilligersgroep. Door beter zicht te krijgen op deze kwaliteiten kunnen vrijwilligers zich – indien zij dat wensen – effectiever en mogelijk breder inzetten.

Het museum zal voorts investeren in heldere communicatie over bestaande en geplande activiteiten. Er wordt gestreefd naar een intranet op de vernieuwde website of een andere centrale informatievoorziening. Zo kunnen de vrijwilligers beter inspelen op de uitvoering en voorbereiding van evenementen en kan er aandacht komen voor training en betere begeleiding.

Werving

De komende jaren zet het museum uiteraard in op de werving van nieuwe vrijwilligers. De ambitie is om een gemotiveerde, diverse en deskundige vrijwilligersorganisatie te behouden. Daarbij ligt de focus op inwoners uit de regio.

Werving gebeurt ook via lokale partners als wijkverenigingen, historische verenigingen en erfgoedinstellingen en tevens via LVvoorElkaar.

Een wervingscampagne met verhalen van bestaande vrijwilligers gaat inspelen op de wens tot zingeving en verbondenheid. Vrijwilligerswerk wordt gepresenteerd als iets wat niet alleen waardevol is voor het museum, maar ook verrijkend is voor de vrijwilliger zelf.

Om een brede doelgroep aan te spreken, wordt in de werving ook aandacht besteed aan de differentiatie in rollen en tijdsbesteding. Van structurele inzet tot projectmatige ondersteuning – iedereen kan bijdragen op een manier die bij hem of haar past.

Opleidingen en training

Het Huygens Museum heeft een grote groep vrijwilligers en een kleine vaste staf. Beide groepen vinden in de organisatie een werkomgeving waar ze actief bijdragen aan de doelstellingen van het museum. Dat gaat niet vanzelf: er zijn vakinhoudelijke trainingen en opfriscursussen nodig. Het museum organiseert die opleidingen regelmatig. Zo werken externe professionals daar waar nodig mee binnen projecten, om de vaste staf en de vrijwilliger te begeleiden en bij te scholen in hun werkzaamheden. Ook maken we veelvuldig gebruik van de opleidingen die het Erfgoedhuis Zuid Holland aanbiedt.



9 Financiën

Toelichting op de posten uit de tabel van de meerjarenbegroting

In deze begroting is de jaarlijkse (CPI) indexatie niet meegenomen.

1. Uitgangspunt is de gemeentelijke subsidie van € 316.000 in 2025.
2. Hier zijn de inkomsten opgenomen van het “runnen” van het VVV-kantoor.
3. Verhuur van ruimten t.b.v. vergaderingen, evenementen, etc. Aangenomen is een realistisch groei van de opbrengsten.
4. Uitgegaan is van een groei van de inkomsten door betalende bezoekers met ca. 8% per jaar. Dat percentage is opgebouwd uit een groei van het aantal bezoekers en een stijging van de ticketprijs in 2027. De laatste verhoging vond plaats begin 2024.
5. De groeicijfers van verkopen zijn gerelateerd aan de toename van het bezoekersaantal en van de verhuur.
6. Deze post betreft inkomsten uit educatie, rondleidingen en lezingen. Kosten en opbrengsten van educatie houden elkaar in evenwicht. Er is rekening is mee gehouden om de inkomsten uit rondleidingen te verhogen en met de plannen om meer lezingen in het museum te organiseren en te faciliteren
7. We gaan vol inzetten op het zoeken en vinden van sponsors, het ontwikkelen van een donateurs programma en het stimuleren van giften en legaten.
8. We ontvangen van Stichting Vrienden Huygensmuseum Hofwijck een bijdrage in de jaren 2026, 2027 en 2028 ten bedrage van 10.000 resp. 10.000 en 5000 euro. Deze donatie is voor het behoud en de verdere uitbouw van het Huygens Museum als cultureel erfgoed door educatie, marketing en positionering.
9. Personeel 2025: 2,3 fte, 2026: 2,7 fte, 2027 en verder 3,1 fte. Deze bescheiden personeels”groei” in 2026 en verder is noodzakelijk voor het behalen van de ambitie en past binnen de begroting.
10. Huur Notarishuis en Hofwijck, met de servicekosten en andere huisvestingskosten zoals schoonmaak en nutsvoorzieningen.
11. Kosten inkoop voor winkel, catering, etc.
12. Kantoorkosten zoals telefoon, inventaris, automatisering, accountant, etc; inclusief afschrijving
13. In deze post zitten de reguliere kosten voor het beheer en behoud van de collectie (vaste opstelling). Tentoonstellingen en andere projecten worden afzonderlijk begroot en daarvoor wordt afzonderlijke financiering gezocht via projectgebonden externe fondswerving. Ook de daaraan verbonden marketingkosten zijn onderdeel van de projectkosten.
14. Kosten marketing algemeen: museumbezoek, verkoop, verhuur, versterken partnerschappen, verhogen inkomsten, werven donateurs, beheer en verbeteren website.
15. Kosten voor productie en aanschaf van educatie-materiaal, vergroten toegankelijkheid, trainingen vrijwilligers.
16. Bedrijfsresultaat: het Huygens Museum werkt aan het opbouwen van een passende financiële reserve waarmee tegenvallers worden opgevangen.

		2026	2027	2028	2029	2030
	Inkomsten					
1	Subsidie Gemeente Leidschendam-Voorburg	316.000	316.000	316.000	316.000	316.000
2	VVV-exploitatie	1.850	1.850	1.850	1.850	1.850
3	Verhuuropbrengsten, inclusief evenementen	32.000	35.000	37.000	39.000	41.000
4	Entreegelden	81.000	93.000	98.000	103.000	108.000
5	Verkopen	64.000	71.000	77.000	85.000	94.000
6	Educatie, rondleidingen en lezingen	5.800	6.700	7.600	8.500	9.400
7	Donateurs, sponsors, fondsen en giften	10.000	17.000	20.000	23.000	25.000
8	Bijdrage Stichting Vrienden Hofwijck	10.000	10.000	5.000		
	Totaal inkomsten	520.650	550.550	562.450	576.350	595.250
	Kosten					
9	Personeelskosten	232.000	255.000	258.000	258.000	258.000
10	Huisvesting	201.000	201.000	201.000	201.000	201.000
11	Inkoop	29.000	31.000	35.000	36.000	38.000
12	Kantoor en afschrijvingen	42.000	43.000	43.000	45.000	46.000
13	Museale kosten	5.000	6.000	8.000	10.000	12.000
14	Marketing	5.000	6.000	7.000	10.000	12.000
15	Educatie	5.000	6.000	7.000	8.000	10.000
16	Algemene kosten	750	800	850	900	950
	Totaal kosten	519.750	548.800	559.850	568.900	577.950
	Bedrijfsresultaat	900	1.750	2.600	7.450	17.300
17	Financiële baten en lasten	1.100	1.150	1.150	1.200	1.300
18	Resultaat	-200	600	1.450	6.250	16.000

10

Hoe wij werken

Planning en monitoring

Het Huygens Museum werkt met een transparante en cyclische plannings- en begrotingssystematiek. Jaarlijks in november wordt een werkplan opgesteld en door het bestuur vastgesteld. Voorafgaand is er een bespreking van het concept werkplan met de kring van vrijwilligers. Het werkplan bevat een overzicht van de geplande activiteiten inclusief een meerjarige begroting, met een focus op het komende jaar en een vooruitblik op het daaropvolgende jaar. Binnen deze cyclus worden niet alleen de reguliere exploitatiekosten geraamd, maar ook projectgebonden uitgaven afzonderlijk begroot.

Om tijdig te kunnen bijsturen en de voortgang te bewaken, wordt op driemaandelijks basis door de directie gerapporteerd aan het bestuur. Deze voortgangsrapportages bevatten realisatiecijfers ten opzichte van de begroting, uitgesplitst naar exploitatie, projecten, bezoekersaantallen, omzet en uitgaven. Hierdoor ontstaat een actueel en toetsbaar inzicht in de financiële en inhoudelijke voortgang, dat het bestuur in staat stelt effectief te sturen en tijdig maatregelen te nemen indien nodig.

Evaluatie

Het Huygens Museum beschouwt evaluatie als een essentieel instrument voor professionele ontwikkeling en kwaliteitsborging. Jaarlijks vindt een beleidsbespreking van bestuur met directie plaats over het meerjarige businessplan, waarin de voortgang van strategische doelstellingen wordt getoetst aan behaalde resultaten, externe ontwikkelingen en signalen vanuit het publiek, vrijwilligers en partners.

Zowel kwantitatieve data (bezoekcijfers, inkomsten, deelname aan activiteiten) als kwalitatieve feedback (via gesprekken, enquêtes en bijeenkomsten met vrijwilligers) vormen input voor deze evaluatie. Op basis hiervan worden aannames bijgesteld en waar nodig prioriteiten herschikt. Deze cyclische werkwijze borgt een responsieve organisatiecultuur waarin reflectie en aanpassing onderdeel zijn van het dagelijks bestuur.

Verantwoording

Transparantie en publieke verantwoording staan centraal in het financieel en organisatorisch beleid van het Huygens Museum. De instelling handelt conform de ANBI-regelgeving, de Governance Code Cultuur en de vereisten van het Museumregister. Jaarverslagen, financiële overzichten en projectrapportages worden zorgvuldig opgesteld en publiek toegankelijk gemaakt via de website.

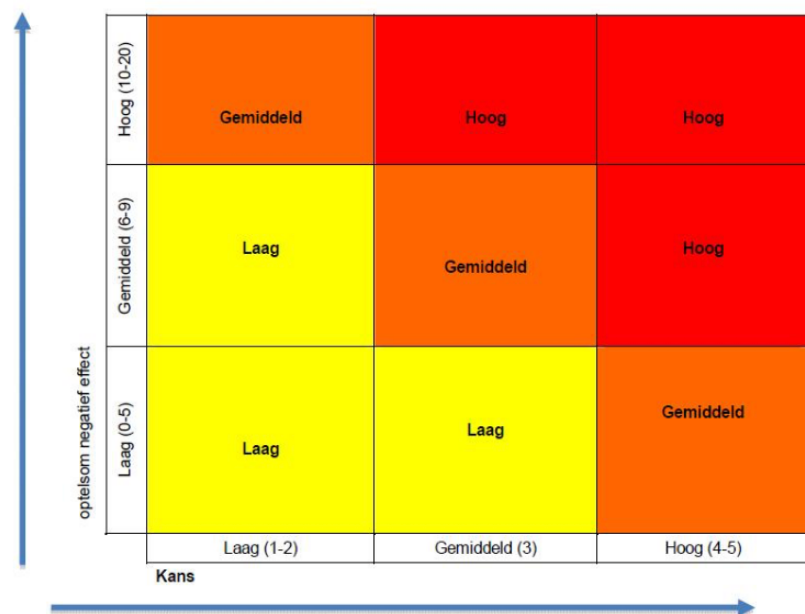
Daarnaast wordt periodiek verantwoording afgelegd aan subsidiegevers, fondsen en andere stakeholders. Deze werkwijze versterkt niet alleen het vertrouwen van financiers en partners, maar onderstreept ook de maatschappelijke verantwoordelijkheid die het museum draagt als cultuurhistorische instelling met een publieksfunctie.

Risicobeheersing

Het Huygens Museum bevindt zich in een ambitieuze ontwikkelfase waarin publieksverbreding, cultureel ondernemerschap en maatschappelijke verankering centraal staan. De Huygens Business Club, een sterkere focus op eigen inkomsten, en strategische partnerschappen dragen bij aan een stabielere financiële basis. In het meest gunstige scenario leidt dit tot bredere publieksgroepen, meer vrijwilligers, structurele samenwerkingen en innovatie in programmering.

Tegelijkertijd worden de risico's onderkend. Risicobeheersing een integraal onderdeel van het strategisch beleid, zie de onderstaande risicoanalyse en SWOT-tabel.

Risicomatrix



SWOT-analyse

Sterk

Hoge kwalitatief vrijwilligers bestand

Locatie

Goed bereikbaar

Historisch belangrijk

Verschillende locaties en verschillende interesse gebieden

Representatief voor verhuur of evenementen

Zwak

Financieel afhankelijkheid gemeente

Ondersteuning door vaste arbeidskrachten beperkt

Kansen

Externe financiers vinden

Breder (nationaal) bereik

Illustere ambassadeurs (Robert Dijkgraaf, Vincent Icke, Daphne Stam, etc...)

Meer samenwerking met andere culturele en maatschappelijke instellingen

Bedreigingen

Moeizame samenwerking Bestuur, Directie en Leden/vrijwilligers

Minder aanwas vrijwilligers

Grotendeels afhankelijkheid van één financier

Risicoanalyse

Risico's	Soort risico (S)trategisch, (O)peratieel, (F)inancieel, (C)ompliance	Wat gebeurt er als de risico's zich voldoen?	Kans (Hoe groot is de kans dat gebeurtenis plaatsvindt?)	Impact (Hoe groot is de impact?)	Hoe risico verkleinen/beheersen?
Discontinuïteit door onderbreken sleutelposities (zoals Directeur, Secretariaat, financieel medewerker), bijvoorbeeld door ziekte	S	De continuïteit van het Museum wordt doorbroken	M	G	Definieren van back up van sleutel functies. Bijvoorbeeld inspringen door bestuur.
Aantasting reputatie Museum in museale wereld	S	Museum wordt niet meer serieus gevonden, impact op inkomsten	L	M	Audit acties opvolgen, actief PR, werken conform uitgangspunten Museum branchvereniging
Achterstallig onderhoud Hofwijk	S	Gevaar dat gebouw niet bewaard wordt voor volgende generaties	L	G	10 jarig onderhouds plan wordt jaarlijks geupdated. Financiering van heel groot onderhoud wordt apart gezocht
Vrijwilligers organisatie is niet effectief genoeg voor de groei.	O	Vrijwilligers werken niet genoeg samen, coordinatie is niet effectief, werkgroepen zijn onvoldoende operationeel: waardoor de doelstellingen van groei niet worden gehaald	M	M	Vrijwilligers organisatie (met werkgroepen en initiatiefnemers) definiëren, en beter inzetten (talenten benutten). Ieder nieuw initiatief van een werkgroep beschrijven -> goedkeuren -> uitvoeren
Nieuwe doelgroepen bereiken we onvoldoende	O	Ambitie voor bereiken van jongeren, jonge gezinnen, inwoners met andere cultuur achtergrond, mensen met beperking of minder mobiel wordt niet waargemaakt	M	L	Extra inzet op museum bekend te maken bij de nieuwe doelgroepen
Ontwikkeling educatie pakketten niet conform plan	O	Minder toename schoolbezoek t.o.v. plan	L	L	Wendbaarheid vergroten van het aanbod
Brand	O	Collectie en gebouw beschadiging	L	G	Brandmelding installatie onderhouden en testen. Vrijwilligers training.
Waterschade (regenwater, overstroming)	O	Mogelijke collectie beschadiging	L	G	Onderhoud gebouw en installaties conform plan. Periodieke inspectie
Beschadiging collectie	O	Collectie kan beschadigen door slechte conditionering	L	M	Onderhoud conditionering installatie, vrijwilligers attent maken op goed conditioneren
Schade bruikleen	O	Schade aan bruikleen geeft slecht imago	L	L	Vrijwilligers attenderen op risico's, verzekering bruikleen
Inbraak/diefstal of vandalisme	O	Verlies van unitke collectie delen	L	M	Onderhoud en testing alarm systeem. Vrijwilligers attenderen op goed sluiten
Hack/verlies van digitale data	O	Geen toegang meer tot website, slecht imago, administratie moeizaam	M	M	Back up maken van digitale data (collectie en administratie). Beveiliging en toegang controle van website en online administratie up to date houden
Ongevallen bezoekers	O		L	L	Vrijwilligers attenderen op risico's en hoe eerste hulp op te roepen
Tijdelijke sluiting door pandemie	O	Continuïteit in gevaar door force majeure	L	G	
Inkomsten van sponsors, donateurs en giften en legaten niet conform plan	F	Slechte financiële resultaten waardoor continuïteit Museum in gevaar komt	M	M	Extra inzet op marketing, fondsenwerving en campagne legaten. Minder tentoonstellingen
Hogere kosten tov inkomsten	F	Slechte financiële resultaten waardoor continuïteit Museum in gevaar komt	M	G	Reduceren kosten door terugbrengen aantal FTE's