



Masterplan
Stichting Thorn 2030
Maart 2022



Masterplan Stichting Thorn 2030

Inleiding

Thorn is een uniek, klein dorp met een grote historie. Jaarlijks wordt het bezocht door honderdduizenden toeristen die afkomen op een evenement of de bijzondere uitstraling van “Het Witte Stadjie”.

In Thorn zijn veel verenigingen en stichtingen actief op allerlei gebied, waarvan alleen al een twintigtal dat zich op een of andere manier bezig houdt met cultuur en/of historie, maar zij werken te weinig samen. Het bijzondere verhaal van Thorn wordt gefragmenteerd gepresenteerd.

Thorn staat voor grote uitdagingen. Daarom hebben een aantal organisaties de koppen bij elkaar gestoken om te kijken of ze samen een plan kunnen ontwikkelen waarbij samenhang, samenwerking en een goede balans tussen wonen, werken en recreëren de leidraad vormen. Zij vormen samen de Stichting Thorn 2030.

Samenstelling Stichting Thorn 2030

In de stichting zijn de volgende organisaties vertegenwoordigd:

- Stichting Torna
- Vereniging Vrienden van Thorn
- Stichting Abdijkerk Thorn
- Stichting Museum Thorn
- VVV Midden-Limburg (Limburg Marketing)
- Stichting Frans v.d. Berg
- Stichting Openluchttheater Thorn
- Ondernemersvereniging Thorn

Prof. dr. Frans Tonnaer

Voorzitter Stichting Thorn 2030

Uitdagingen

- De wens tot betere/nauwere samenwerking tussen de organisaties die in Thorn op cultureel en historisch vlak werkzaam zijn.
- De samenwerking met de Thorner ondernemers, vooral die in de horeca.
- Het komen tot een uniforme presentatie van Thorn en het zorgen voor een stroomlijning in de uitstraling.
- De wens een digitaal platform op te zetten.
- De Nederlandse bevolking groeit en vergrijsst. Daardoor zullen meer mensen vaker op vakantie gaan of een dagje uit. Ook vanuit onze buurlanden zullen steeds meer bezoekers komen.
- De leefbaarheid van Thorn komt onder druk te staan door de voorspelde toename van toerisme. Als hier niet op wordt voorgesorteerd dan ontstaat er door overbelasting druk op de leefbaarheid. Daardoor zal het draagvlak van toerisme bij bewoners verminderen.
- De hedendaagse consument is kritisch en selectief. Hij (en steeds meer zij) vraagt om een unieke en authentieke vakantiebeleving, die zelfs de thuissituatie qua comfort kan/moet overtreffen. De accommodatie en omgeving moeten daar op aansluiten. Ook op het gebied van duurzaamheid stelt de toerist steeds hogere eisen.
- Internet heeft de markt volledig transparant gemaakt. Reviewsites maken korte metten met bedrijven of organisaties met een matig product of slechte dienstverlening. Alles wordt meteen online gezet en soms ongefundeerd gedeeld met vrienden en bekenden.
- In het voorjaar van 2022 opent de eerste fase van Maasresidence Thorn. Daarna volgen de fasen 2, 3 en 4 waarna Maasresidence 2500 bedden telt. Op 1-1-2020 telde Thorn 2375 inwoners.
- Ook staat er nog een hotel in de planning en 50 chalets in Vijverbroek

Missie

Waar staan we voor?

- een integraal cultureel aanbod
- in een vitaal en onderscheidend Thorn
- met een uitgekiende balans tussen wonen, werken en recreëren

Visie

Waar gaan we voor, wat willen we bereiken? (onderscheid, richting) We willen in gezamenlijkheid en integraal het cultureel / historisch verhaal van Thorn presenteren aan de inwoners, de recreanten en de toeristen. We gaan daarbij voor kwaliteit, authenticiteit, beleving en bovenal betekenis.

Kernwaarden

Kwaliteit

Deze wordt bepaald door de gast die Thorn bezoekt en de waarde die hij of zij aan het bezoek toekent. Het wordt hier benoemd om te onderstrepen dat we eerder voor kwaliteit kiezen dan voor kwantiteit (massa).

Authenticiteit

Beleving is een thema dat vaak terugkomt in de recreatie, maar dat ook te vaak negatief wordt geassocieerd met een maakbare omgeving (denk bijvoorbeeld aan De Efteling of de Outlet). Wij kiezen er voor Thorn te tonen zoals het in de kern aanwezig is. Geen opsmuk.

Beleving

In de positieve betekenis. Het prikkelen van zintuigen. Mooie dingen zien, prettige muziek horen, naar aansprekende verhalen luisteren, lekkere gerechten proeven et cetera. Gewaarwording in de volle breedte.

Betekenis

Een product of merk staat in de 21e eeuw niet alleen garant voor een bepaalde kwaliteit met functionele en emotionele waarden; het vertelt een verhaal, waardoor de gebruiker zich ermee verbonden voelt. De belangrijkste vraag voor Thorn in de betekenis-economie is: 'Hoe kunnen we bijdragen of meer betekenen in het leven van onze gasten of bezoekers?'. 'Met welke thema's voelt men zich verbonden en hoe kunnen wij daar bij aanhaken?' Denk bij Thorn bijvoorbeeld aan een thema's als vrouwenemancipatie.

Communicatie

In november 2019 en februari 2020 hebben we middels informatieavonden de cultuur-historische verenigingen en stichtingen, de ondernemers en de inwoners van Thorn geïnformeerd over onze plannen en gevraagd naar feedback en participatie. Daarna zijn er verschillende malen nieuwbrieven verstuurd en is een informatieve website opgezet (www.thorn2030.nl).

Om uitvoering te geven aan onze missie, visie en kernwaarden zijn concrete plannen ontwikkeld waar verschillende werkgroep mee aan de slag zijn gegaan.

1. Werkgroep Het Verhaal van Thorn

Doel

Komen tot een eenduidige en aantrekkelijke wijze van voorstellen van Thorn, waarbij dat wat op de verschillende locaties getoond wordt elkaar aanvult en versterkt. Hiertoe willen wij de bezoeker 'Het Verhaal van Thorn' vertellen aan de hand van de volgende thema's:

1. De stichting van Thorn. De Rijksabdij
2. De periode van de adellijke families: Vrouwen aan de macht
3. De komst van de Fransen
4. Thorn na de Franse tijd: verval en wederopbouw
5. Muziekcultuur
6. Kunstenaars van Thorn in de 20e eeuw

Deze thema's komen nagenoeg overeen met de Canon van Thorn, die door het museum als leidraad werd gekozen.

Uitvoering

De zes thema's worden elk uitgewerkt in een lange en een korte versie.

De lange versie kan worden gebruikt als basisdocument.

De korte versie kan worden benut voor bijv. een brochure en de website.

Voor het Verhaal van Thorn is aan verschillende concrete toepassingen te denken zoals:

- informatie van bezoekers in Abdijkerk en museum
- informatieve teksten op borden in de historische kern
- een publieksbrochure
- informatie op de website
- een culturele wandeling door Thorn
- educatieve pakketten

Termijn

Eind augustus 2021 is de lange versie gereed. De korte versie in het voorjaar van 2022.

In het voorjaar 2022 vindt ook overleg plaats met gidsen en het onderwijs.

Het ontwikkelen van concrete producten (in overleg met andere werkgroepen) is voorzien voor 2022 en volgende jaren.

Budget

De uitwerking van de thema's gebeurt door vrijwilligers en brengt in beginsel geen kosten met zich mee. Budget is wel nodig zodra producten worden ontwikkeld.

Dit budget is t.z.t. vast te stellen in overleg met de andere betrokken werkgroepen en overige partijen waarmee wordt samengewerkt.



2. Werkgroep doelgroepen en toeristenstromen

Doel

In beeld brengen van:

- op welke doelgroepen Thorn zich wil richten
 - welke doelgroepen Thorn als bezoekers mag verwachten, en op basis van dit onderzoek vaststellen welke maatregelen wel en welke juist niet getroffen moeten worden om te bereiken dat bepaalde doelgroepen Thorn wel c.q. niet bezoeken.
- Er van uitgaande dat wij het cultureel/historische verhaal van Thorn willen presenteren en daarbij gaan voor kwaliteit, authenticiteit, beleving en betekenis richten wij ons vooral op de Stijlzoeker, Inzichtzoeker en Harmoniezoeker. Zie voor een omschrijving en de achtergrond van deze leefstijlen: leefstijlvinder.nl.

Uitvoering

Verwacht mag worden dat na het gereedkomen van het project Maasresidence Thorn een groot aandeel van de bezoekers van Thorn zal bestaan uit bewoners/gasten van de Maasresidence. In overleg met de Maasresidence zal een doelgroepenonderzoek worden uitgezet om een beeld te krijgen van de gasten die in de Maasresidence, en daarmee ook als bezoekers van Thorn, kunnen worden verwacht. Daarnaast zal voor elk van de doelgroepen waar wij ons op richten (de Stijlzoeker, Inzichtzoeker en Harmoniezoeker) een klantreis ('customer journey') worden uitgewerkt met hulp van tweedejaarsstudenten van de Hotel Management School Maastricht. De customer journey is de 'reis' die de klant aflegt om over te gaan tot een bezoek aan Thorn en bestaat uit enkele elkaar opvolgende fasen.

Termijn

Een eerste overleg met het management van de Maasresidence vond al plaats. Het doelgroepenonderzoek dient nog plaats te vinden. De ontwikkeling van de klantreis voor elk van de drie genoemde doelgroepen door studenten van de hotelschool moet zijn afgerond in februari 2022.

Budget

Aan het doelgroepenonderzoek kunnen kosten verbonden zijn. Dat geldt zeker voor het ontwikkelen van de customer journeys. Voor dit door studenten uit te voeren onderzoek kunnen wij mogelijk gebruik maken van een LIOF kennisvoucher.



3. Werkgroep Website Thorn.nl

Doel

Het ontwikkelen van een website waarop Thorn zich presenteert aan de bezoeker/toerist als culturele/historische entiteit. Het belangrijkste onderdeel zal zijn het presenteren van het verhaal van Thorn. Gekoppeld daaraan worden alle interessante bezoekpunten van Thorn gepresenteerd in hun relatie met het verhaal van Thorn en met elkaar. Daarnaast moet het platform een evenementenkalender voor Thorn gaan publiceren en ondernemers zowel als verenigingen de mogelijkheid bieden zich te presenteren.

Uitvoering

Voordat invulling gegeven kan worden aan een platform zal eerst moeten worden bepaald hoe en door wie het platform technisch ontwikkeld moet worden en hoe we de continuïteit voor de toekomst kunnen garanderen. Om tot een goed besluit te komen is professioneel advies gewenst.

Een tweede voorwaarde is dat er een gezamenlijk beeldmerk/vormgeving ontwikkeld moet worden voor Thorn. Ook hiervoor zal professionele hulp worden gevraagd. We hebben reeds de toezegging van de gemeente dat we het domein www.thorn.nl mogen gaan gebruiken.

Termijn

De bedoeling is dat de website vanaf de zomer 2022 operationeel is.

Budget

Voor de ontwikkeling en opbouw van het platform moet € 3.000 - € 4.000 worden uitgetrokken. Daarnaast moet er rekening worden gehouden met jaarlijkse kosten van ca. € 300 - € 400. Hierbij moeten de kosten voor de genoemde professionele adviezen worden opgeteld.



4. Werkgroep marketing en communicatie

Doel

Momenteel is er een erg gefragmenteerd wijze van presentatie in Thorn met op elke plek een eigen aanpak. Wat we willen is:

- samenwerking tussen culturele/cultuurhistorische instellingen in Thorn
- komen tot een gezamenlijke aanpak
- instellingen en locaties moeten elkaar aanvullen en versterken i.p.v. voor de voeten lopen
- afstemming: eenduidige en aantrekkelijke wijze van presenteren van Thorn
- afhankelijk van de voortgang van de werkzaamheden van de Stichting Thorn 2030 participatie door de inwoners van Thorn organiseren op basis van goede informatievoorziening
- op basis daarvan PR-plannen ontwikkelen voor customer journeys
- zo mogelijk al eerder passe-partouts ontwikkelen i.v.m. het bezoek aan musea en andere bezienswaardigheden of activiteiten (openluchttheater, Torna | Cultura etc.).
- het verzorgen van de Nieuwsbrief van de Stichting.

Uitvoering

Daarvoor moet allereerst een logo/beeldmerk ontwikkeld worden dat symbool gaat staan voor de gezamenlijke, eenduidige uitstraling. Hiervoor is professionele ondersteuning ingeschakeld. Ondertussen heeft de werkgroep geïnventariseerd op welke wijze, door wie en waar middels borden, banners etc. informatie wordt gegeven in en om Thorn. Met een professional moet een plan ontwikkeld worden hoe deze presentatie meer eenduidig en aantrekkelijk kan worden gemaakt waarna de werkgroep probeert dit plan te realiseren. Tenslotte kan ook promotiemateriaal zoals folder, flyer en social-mediamateriaal ontwikkeld worden.



Termijn

De ontwikkeling van een beeldmerk zou eind 2021 afgerond moeten kunnen zijn, promotiemateriaal in 2022. De volledige uitwerking van aanpak bebording e.d. zou dan in 2023 rond moeten zijn.

Voorjaar 2022 PR-plan verder uitwerken en customer journeys ontwikkelen.

Seizoen 2023 passe-partouts organiseren.

Budget

De ontwikkeling van een beeldmerk met opties voor promotiemateriaal en adviezen voor borden en banners voor diverse partijen zal mogelijk ca. € 8.000 kosten.

Het te ontwikkelen pr-materiaal zal ook enkele duizenden euro's kosten.

5. Werkgroep samenwerking

Doel

- Duidelijk maken met welke groepen gecommuniceerd wordt over de plannen van de stichting Thorn 2030. Daarbij zijn verschillende doelgroepen te onderscheiden.
- Een plan ontwikkelen voor 'overlegtafels' waarbij steeds over bepaalde items de meest betrokken partijen of personen worden geraadpleegd en in overleg wordt gegaan over de verdere aanpak en uitvoering.

Uitvoering

Wat betreft de groepen waarmee gecommuniceerd moet worden zijn drie 'cirkels' gevormd:

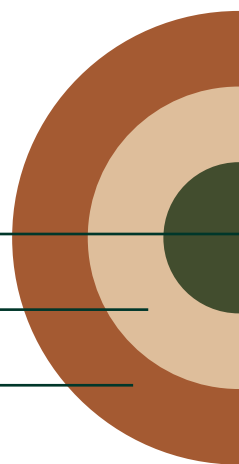
1. het algemeen bestuur van de Stichting Thorn 2030 als kern;
2. dan de meest betrokken organisaties: openluchttheater, gidsenteams, museum, abdijkerk, basisschool en ondernemers;
3. vervolgens de beide harmonieorkesten, de schutterij, de buurtverenigingen, de Stichting Herdenking Bevrijding Thorn, Myouthic, de GHK, Vrienden van Thorn etc. als derde 'cirkel'.

De eerste informatieronde moet in de zomer van 2022 plaatsvinden op basis van de dan ontwikkelde inzichten en plannen. Betrokkenen zijn daarbij uit te nodigen tot initiëren en meedenken. Afhankelijk van de reacties worden vervolgens per onderwerp overlegtafels georganiseerd ter nadere uitwerking van inzichten, ideeën en plannen. Dat alles zal in vervolgstappen gebeuren en op basis van informatie vanuit het bestuur van de Stichting Thorn 2030 en met een afstemming op de werkzaamheden van de andere werkgroepen.

Eerste ring

Tweede ring

Derde ring





Termijn

Direct: (andere) bestuursleden informeren over inbreng nieuws t.b.v. de Nieuwsbrief. Daarbij geregeld de hand aan de pols houden (herinneringen sturen)

Cirkels zijn in mei 2021 gedefinieerd. In najaar 2022 informatievoorziening en participatie organiseren op basis van die groepenindeling en aan de hand van de stand van zaken van de planuitvoering. Daarbij oproepen tot deelname aan de overlegtafels als follow up.

Budget

De kosten van de te organiseren informatiebijeenkomsten worden begroot op enkele honderden euro. Overige kosten zijn vooralsnog niet voorzien. Die komen wel aan de orde zodra er PR-materiaal moet worden vervaardigd.





6. Werkgroep Verkeer

Doel

Om de leefbaarheid, met name in de historische kern, te behouden moeten we actief aandacht schenken aan de huidige en toekomstige verkeersbelasting. De werkgroep Verkeer streeft ernaar een rustige, veilige en aantrekkelijke omgeving te creëren voor de inwoners van Thorn, het wandelend en fietsend publiek en de middenstand.

Uitvoering

De werkgroep ontwikkelt een verkeersplan waarbij het grootste deel van de historische kern verkeersluw wordt en mogelijk op den duur een klein deel van het centrum verkeersvrij. Voor inwoners en dienstverleners moeten alle adressen bereikbaar blijven, maar toeristisch en niet-noodzakelijk verkeer moet zoveel mogelijk geweerd worden. De werkgroep is gesprekspartner van de gemeente Maasgouw. De gemeente laat een onderzoek doen naar een integraal verkeersplan..

De werkgroep werkt samen met de gemeente Maasgouw waarbij mogelijk in kleine stappen naar het einddoel wordt toegewerkt. Steeds wordt draagvlak gezocht bij de inwoners.

Termijn

Het streven is om vóór het zomerseizoen van 2023 de historische kerk autoluw te hebben

Budget

De kosten van verkeersmaatregelen komen voor de gemeente. De kosten van de werkgroep zullen beperkt blijven tot eventuele kosten van informatiebijeenkomsten. Dit zal enkele honderden euro zijn.



7. Werkgroep Middelen

De Werkgroep Middelen heeft ten doel de bekostiging van de uitvoering van het Plan van Aanpak te coördineren en te realiseren. Daartoe gaat de werkgroep in eerste instantie uit van de door de overige werkgroepen begrote kosten, stemt zij die begrotingen op elkaar af en past zij deze zo nodig aan. Voorts zoekt de werkgroep naar dekking van de begrote en geaccordeerde kosten. Zij heeft daartoe overleg met subsidiënten en coördineert de indiening van subsidieaanvragen. De werkgroep beziet ook de mogelijkheid van andere bronnen van inkomsten.

Toekomst

Om de continuïteit te kunnen garanderen van een actuele evenementenkalender, een up-to-date website en samenwerking van partijen in de “overlegtafels” kan niet uitsluitend gebouwd worden op vrijwilligers. Het bestuur ziet de noodzaak om voor de toekomst een projectbureau op te zetten. De taken van een projectbureau, onder verantwoordelijkheid en sturing van het bestuur:

- Up-to-date houden van de website Thorn.nl
- Actief bijhouden evenementenkalender
- Waar nodig optreden als evenementencoördinator
- “Overlegtafels” actief houden
- Betrokken bij ontwikkeling initiatieven ter uitvoering van het masterplan
- Betrokken bij uitvoering van acties

Hiervoor zal gezocht moeten worden naar structurele financiering.



Merkpresentatie

Op verzoek van het bestuur van de Stichting Thorn 2030 is door Miriam Tonnaer (Joint Adventures) een zogeheten merkpresentatie opgesteld. Zij deed dat eerder ook al voor Museum Thorn. De bedoeling is dat de wijze waarop Thorn zich presenteert nauw aansluit bij de presentatie van het museum.

De merkpresentatie is onderdeel van het Plan van Aanpak en sluit nauw aan bij de presentatie van het Museum Thorn. De merkpresentatie vertrekt vanuit de door de Stichting Thorn 2030 ontwikkelde visie om de context van de Thorner cultuurhistorie beter inzichtelijk en beter beleefbaar te maken. Zij gaat in op de identiteit van Thorn, waarvoor als basis worden genomen zowel het Verhaal van Thorn in zes tijdvensters als ook de ‘erfgoedspelers’ en het aanbod dat deze te bieden hebben. Ook wordt rekening gehouden met de doelgroepen waarop Thorn zich in zijn presentatie wil richten. Vanuit deze uitgangspunten zijn vervolgens een beeldmerk en huisstijl ontwikkeld.

Verbinden

Thorn is bij uitstek een cultuurhistorische arena die je kunt afpellen tot zelfs ver voor de Steentijd. Het unieke historische centrum is een zorgvuldig onderhouden decor en beschermd stadgezicht dat bezoekers uitnodigt om stil te staan bij zijn rijke geschiedenis. De oorspronkelijke ‘spelers’ behoren tot vervlogen tijden maar de huidige inwoners zijn trotse cultuurbewaarders die het erfgoed springlevend houden. Stichting Thorn 2030 wil een actieve bijdrage leveren aan de ontwikkeling van Thorn in de komende jaren, op het gebied van cultuur, leefbaarheid en toerisme. In dit strategisch document wordt de richting aangegeven hoe Thorn zich wil profileren. Basis is de gezamenlijke visie die ontwikkeld is om de context van de Thorner cultuurhistorie beter inzichtelijk en beter beleefbaar te maken.



Identiteit: wat maakt Thorn?

Er is een verhaal, zo uniek dat het alle andere verhalen overschaduwde! Zonder dat verhaal zou Thorn gewoon een doorsnee dorpje in Midden-Limburg zijn. Het stift van Thorn is in de achttiende eeuw the place to be voor de hoogadellijke dochters van de Europese rijksworsten en graven. Vrouwen hadden het eeuwenlang voor het zeggen in het ministaatje Thorn. Tot 1794 was de macht in handen van een selecte groep van hoog adellijke dames, zonder uitzonderingen prinsessen en gravinnen. Een Thornse stiftsdame stond garant voor een dame van de hoogste stand. Het was er vredig en welvarend, tot Napoleon kwam. Pas sinds 1842 maakt Thorn formeel deel uit van Nederland, tot 1794 was het zelfs een afzonderlijk land, een abdijsvorstendom. Thorn kreeg een plek in de geschiedenis van de Europese vorstenhuizen.

Gamechanger

Lang is aangenomen dat de prinsessen uit een religieuze roeping voor het stift van Thorn kozen. Maar volgens auteur en historicus Welten is dat onjuist. In Thorn draaide alles om de adel, met religie had het weinig te maken. Ze worden hier klaargestoomd voor een huwelijk met een man van stand, leren zich uitdrukken in het Frans, krijgen zanglessen en organiseren dansfeesten. Hun japonnen naar de laatste mode uit Parijs zijn exclusief en de exquisite gerechten eten ze met zilveren bestek. In de glazen kooi waarin ze leven dienen ze voortdurend het bij hun stand passende gedrag te vertonen, één enkele misstap kan fataal zijn. Historicus dr. Joost Welten kon de hand leggen op een gigantische hoeveelheid nooit eerder geraadpleegde bronnen en geeft in *De vergeten prinsessen van Thorn* een inkijk in de leefwereld van dit voormalige rijk der hoogadellijke vrouwen. Schikken zij zich in een dienstbare rol of zien ze kans om een eigen kleur te geven aan het leven en daarin iets uit te drukken van hun idealen en ambities?

Het boek *‘De vergeten prinsessen van Thorn’* van historicus Joost Welten is een gamechanger en kans voor Thorn.

Kwaliteit boven kwantiteit

De nieuwverworven inzichten van Welten en de recente overzichtstentoonstelling in het Limburgs Museum vallen mooi samen met de visie van de Stichting Thorn 2030. De stichting wil Thorn een kwaliteitsimpuls geven en specifieke doelgroepen aanzetten tot een bezoek. De prinsessen van Thorn lenen zich bij uitstek als unique selling point voor het witte Stadjie. Thorn kiest voor kwaliteit boven kwantiteit, het stadje wordt in het hoogseizoen overlopen door toeristen en wil ruim baan maken voor de Stijlzoeker en de Inzichtzoeker. De propositie van het vorstendom met hoogadellijke dames kan het hele jaar door ‘geladen’ worden. Dit is het startpunt voor een beter beleefbaar Thorn: onze troefkaart de machtige vrouw.

Doelgroepen

Wie willen we interesseren?

Stijlzoekers

Stijlzoekers gaan ervoor; in hun vrije tijd worden ze graag geprikkeld en zoeken ze de uitdaging op.

Inzichtzoekers

Inzichtzoekers willen dingen leren en ervaren, in de natuur en met culturele activiteiten.

Harmoniezoekers

Vrije tijd is tijd voor het gezin, de familie of vrienden. Harmoniezoekers zijn pas echt blij als iedereen in het gezelschap tevreden is.



Pay off

Thorn 2030 heeft een AB-test gedaan op diverse locaties in Thorn waar de doelgroep vertegenwoordigd is. De meerderheid van stemmen is gegaan naar de pay off: Vrouwen aan de macht. De nieuwe pay off kan facultatief worden ingezet, afhankelijk van de omstandigheid. Gebruik mag maar is niet verplicht. Het is tevens een uitnodiging om nieuwe doelgroepen aan te boren. Met Vrouwen aan de macht slaan we een brug naar het heden.

Branding



Vrouwen
aan de
macht

Vertel het verhaal

Thorn heeft nog meer te bieden... door de ogen van een ander. Flip van Doorn, correspondent van dagblad Trouw schreef een artikel naar aanleiding van een bezoek aan Thorn. Zijn sfeerschets vormt een weergave van een dagje uit in het Witte Stadje, voorjaar 2018. Een journalist doet onderzoek. Bezoekers doen dat veelal niet. Is dit het verhaal dat we willen vertellen? Zo ja dan kan het verhaal nog meer worden verrijkt met de periode waarin de wereldlijke prinsessen de dienst uitmaakten. Hier volgt een gedeeltelijke weergave van het artikel.

“Terrassen vullen zich, bloesems spatten van de bomen. Twee kunstenaars hebben zich met hun schetsboeken geposterd bij een schilderachtig poortje. Over hun schouders kijken dagjesmensen nieuwsgierig toe, onder hun voeten blinken de maaskeitjes in het plaveisel. Thorn ligt er netjes bij. Welvarend, om het zo maar te noemen. Had in de achttiende eeuw al een krantenrubriek bestaan die ‘Het Mooiste Nederland’ heette, dan zou die geen aandacht aan het stadje hebben besteed.

De bewoners konden de belastingen niet betalen die de Franse machthebbers hun oplegden. Hoe meer ramen een huis aan de straatkant had, hoe hoger het bedrag dat de fiscus opeiste. Met de puin van vernielde kloostergebouwen metselden ze daarom hun ramen dicht. Een laag witkalk moest die schande verhullen. Pas sinds 1842 maakt Thorn formeel deel uit van Nederland, tot 1794 was het zelfs een afzonderlijk land. Een abdijvorstendom, om het helemaal correct te formuleren. Een ministaatje waar een vrouw de scepter zwaai- de: de abdis van het klooster oefende wereldlijke macht uit. De vaste expositie van museum Thorn geeft een inkijkje in de opvallende geschiedenis van dit hoekje van Midden-Limburg.

Ministaatje gerund door vrouwen

Van de steentijd gaat het via de Romeinen naar het jaar 992, toen ene graaf Ansfried een vrouwenklooster stichtte. Met de eeuwen veranderde het klooster in een adellijk stift. Jonge vrouwen van hoge adellijke afkomst konden zich in de kuise afzondering van een kleine religieuze vrouwengemeenschap voorbereiden op een eventueel huwelijk, maar een kloostergelofte hoefden ze niet af te leggen. Hun ouders tastten diep in de buidel voor hun verblijf, dat zich ook qua luxe onderscheidde van het gangbare kloosterbestaan. Die omstandigheden verschaften Thorn een benijdenswaardige exclusiviteit.

Als een soort Monaco handhaafde het ministaatje zich in roerige tijden, tot Napoleon een einde maakte aan de zelfstandigheid. Het interieur van de stiftskerk weerspiegelt de weelde uit de hoogtijdagen. Pièce de résistance is het barokke hoofdaltaar, met beeldengroepen in wit en met veel bladgoud. De stiftsdames beschikten over een eigen galerij, zodat ze tijdens de dienst niet tussen het gewone volk hoefden te zitten. Een houten maquette laat zien hoe uitgestrekt het kloostercomplex was voordat de Fransen het ontmantelden, de gebouwen sloopten en de stenen en landerijen verkochten. De periode van armoede die volgde heeft Thorn achter zich gelaten, het witte aangezicht bleef. Het grondgebied van het voormalige abdijsvorstendom strekte zich uit tot de buurdorpen Grathem en Baexem, met in de directe omgeving enclaves in Ell en Stramproy. Rond het stadje is een nieuw, grensoverschrijdend netwerk van wandelroutes gesponnen.

Niet alleen klotste het geld er tegen de plinten, de stiftsdames genoten ook de bescherming van edelen in de wijde omgeving.”



CANON (zie losse bijlage)

De lokale geschiedenis van Thorn in tijdsvensters

Om 'het Verhaal van Thorn' te vertellen
(het narratief) is gekozen voor de
volgende zes thema's in tijdsvensters.





De stichting van Thorn (992 - 1010)

Dit tijdsvenster beschrijft de stichting van de abdij van Thorn aan het einde van de tiende eeuw door Ansfried en zijn echtgenote Hilsondis. Hun dochter Benedicta was de eerste abdis.

Thorn in de periode van de adellijke families (1200 - 1794). Vrouwen aan de macht

De ontwikkeling van de abdij en het leven van de adellijke stiftsdames.

Het thema beschrijft de wereldlijke macht van de abdis en het ontstaan van een miniatuurstaatje, culminerend in het aanzien en de grote rijkdom van het stift in de laatste eeuw van zijn bestaan.

De komst van de Fransen in Thorn (1793 - 1814)

De komst van de Franse revolutielegers naar onze gebieden betekende het einde van het Stift Thorn en de opheffing, na achthonderd jaar, van het zelfstandige vorstenstaatje.

Dit tijdsvenster behandelt deze historische omwenteling.

Thorn in de 19e eeuw (1814 - 1900). Een tijd van verval en herstel

Dit thema beschrijft de dramatische gevolgen voor het economische leven in en rond Thorn na de opheffing van het stift door de Fransen.

Thorn werd een haard van politieke en sociale onrust totdat aan het einde van de negentiende eeuw rust en welvaart terugkeerden.

Muziekcultuur in Thorn (16e eeuw - heden)

Thorn is niet alleen bekend als Witte Stadje maar is nationaal en internationaal ook befaamd om zijn hoogstaande symfonische blaasmuziek. Het thema beschrijft het ontstaan en de ontwikkeling van de twee harmonieorkesten.

Beeldende kunstenaars in Thorn in de 20e eeuw

Thorn heeft altijd een grote aantrekkingskracht uitgeoefend op beeldend kunstenaars. Veel bekende kunstenaars streken enige tijd neer in Thorn om er te leven en te werken.

Vijf kernwaarden

Onze troefkaarten waarmee we het verleden (en heden) beleefbaar houden.



Dit zijn de huidige erfgoedspelers en hun publieke aanbod

ABDIJKERK

historisch gebouw, museale schatten, open voor bezichtiging,
organisatie jaarlijkse sacramentsprocessie in juni,
organisatie jaarlijkse brandprocessie rond 10 oktober, rondleidingen

MUSEUM THORN

vaste tentoonstellingen
Portret Thorn van Frans v.d. Berg
wisseltentoonstellingen
culturele rondleidingen

VVV THORN

historische- en thematische (kind)rondleidingen

HARMONIE ST. MICHAËL VAN THORN

concerten
concert jeugdorkest

KONINKLIJKE HARMONIE VAN THORN

concerten
optredens jeugdorkest

SCHUTTERIJ ST. MICHAËL EN ST. ANSFRIED

schuttersfeest

STICHTING TORNA

traditionele kleppen op goede vrijdag door schoolkinderen
en grabbelen op oudejaarsdag.

STICHTING HERDENKING BEVRIJDING THORN

jaarlijks WO2 herdenking bevrijding Thorn op 25 september

STICHTING KRUISEN EN KAPELLEN

15 historische, gerestaureerde of herbouwde kruisen en kapellen

GESCHIED- EN HEEMKUNDIGE KRING “HET LAND VAN THORN”

lezingen met historische achtergrond

STICHTING HISTORISCH SPEL THORN

opvoeringen en publicaties



HARMONIE
ST MICHAËL
VAN THORN



stichting tot behoud van het
cultureel erfgoed van thorn

UITGELICHT MUSEUM THORN

Samen met VVV Thorn eerste loket voor bezoekers.

Verbinden binnen- en buitenruimte
Canon van Thorn
De vergeten prinsessen

Producten en diensten

Museum + collectie
Wisseltentoonstellingen
Audiotours, wandel- en fietsroutes
Kaartverkoop (combi-tickets musea in regio)

De positionering en toekomstplannen zijn in lijn met de belofte van Thorn.

Kweekvijvers voor talent

ANGELES NIETO

regelmatig open atelier



HARMONIE ST. MICHAËL VAN THORN

jeugdorkest



KONINKLIJKE HARMONIE VAN THORN

jonge muzikanten en dirigenten



VVV THORN

Kunstpodium Maasgouw met werk van regionale kunstenaars



MYOUTHIC, CENTRUM VOOR KUNST EN CULTUUR

muziekonderwijs en organiseert regelmatig optredens



ONZE GASTHEREN / -VROUWEN
Vorstelijke bewijsoering

Prijswinnende wijnen
Eigen wijngoed
Toprestaurant(s)
Tophotels
Toppatissier
250 soorten pannenkoeken
Prijswinnende B&B's



Steyn Dullens Patisserie



De Pinot Noir van Wijngoed Thorn is volgens de wijnkenners van het AD de beste rode wijn van Nederland.



Ons verenigingsleven



OPENLUCHTTHEATER THORN

gevarieerde voorstellingen van april t/m september



TORNA CULTURA

Cultureel café van september t/m maart, 5-6 keer per jaar



KONINKLIJKE HARMONIE VAN THORN

jaarlijkse kerstmarkt



HARMONIE ST. MICHAËL VAN THORN

jaarlijks in juni het festival Once Upon a Beach



STICHTING THORN METRONOOM

Toonbeeld Thorn (living statues), jaarlijks op 1ste Pinksterdag
incidentele organisatie culturele activiteit



VROUWENKOOR THORENSIS

jaarlijks 1 of 2 concerten



TONEELVERENIGING APPLAUS

jaarlijks een toneelstuk dat enkele malen wordt opgevoerd



V.V. DE GEITEBUK

allerlei festiviteiten rondom carnaval

jaarlijkse carnavalsoptocht in Thorn op carnavalsmaandag



ORANJECOMITÉ THORN

organiseert jaarlijks Koningsdag in Thorn op 27 april



STICHTING POPMUZIEK THORN

organiseert jaarlijks enkele avonden met popmuziek



Marketing communicatie

Met deze troefkaarten vullen we op termijn de content jaarkalender van Thorn.
Tevens willen we gaan bouwen aan de website thorn.nl die zich voor de promotie richt op binnen- & buitenlandse en lokale gasten (leefstijlvlinder en Holland.com).



Borging

Leefbaarheid achter de schermen

- Een gezond ondernemersklimaat
- Duurzaam ondernemen
- Historische kern autoluw
- Beleving, kwaliteit, samenhang
- Uniforme uitstraling
- Totaalbeleving
- Toekomstig projectbureau



Vervolgstappen

1. Art Director

Ontwikkelen beeldmerk en middelen/templates om huidige woud aan bebording/bewegwijzering uniform te maken (koppeling met Museum Thorn)

2. Online domein

Definiëren t/m overdracht aan webbouwer

3. Opzetten projectbureau

4. In dialoog

Met de gemeente Maasgouw, ondernemers en burgers
De Stichting Thorn 2030 is overlegpartner van de gemeente bij de voorbereiding en uitvoering van het project “Land van Thorn”.

Wij willen in dialoog blijven met de gemeente Maasgouw en aanspreekpunt zijn voor lokale ondernemers en burgers.

CONTACTPERSONEN THORN 2030

Bestuursvoorzitter Frans Tonnaer

voorzitter@thorn2030.nl

Secretaris Riëtte van Delft

secretaris@thorn2030.nl

www.thorn2030.nl





Thorn2030
Dr. F. v.d. Oeverstraat 1
6017 EA Thorn

E Secretaris@thorn2030.nl
M 06 40 30 18 39
W www.thorn.nl