

Van
Gogh
Museum

Amsterdam

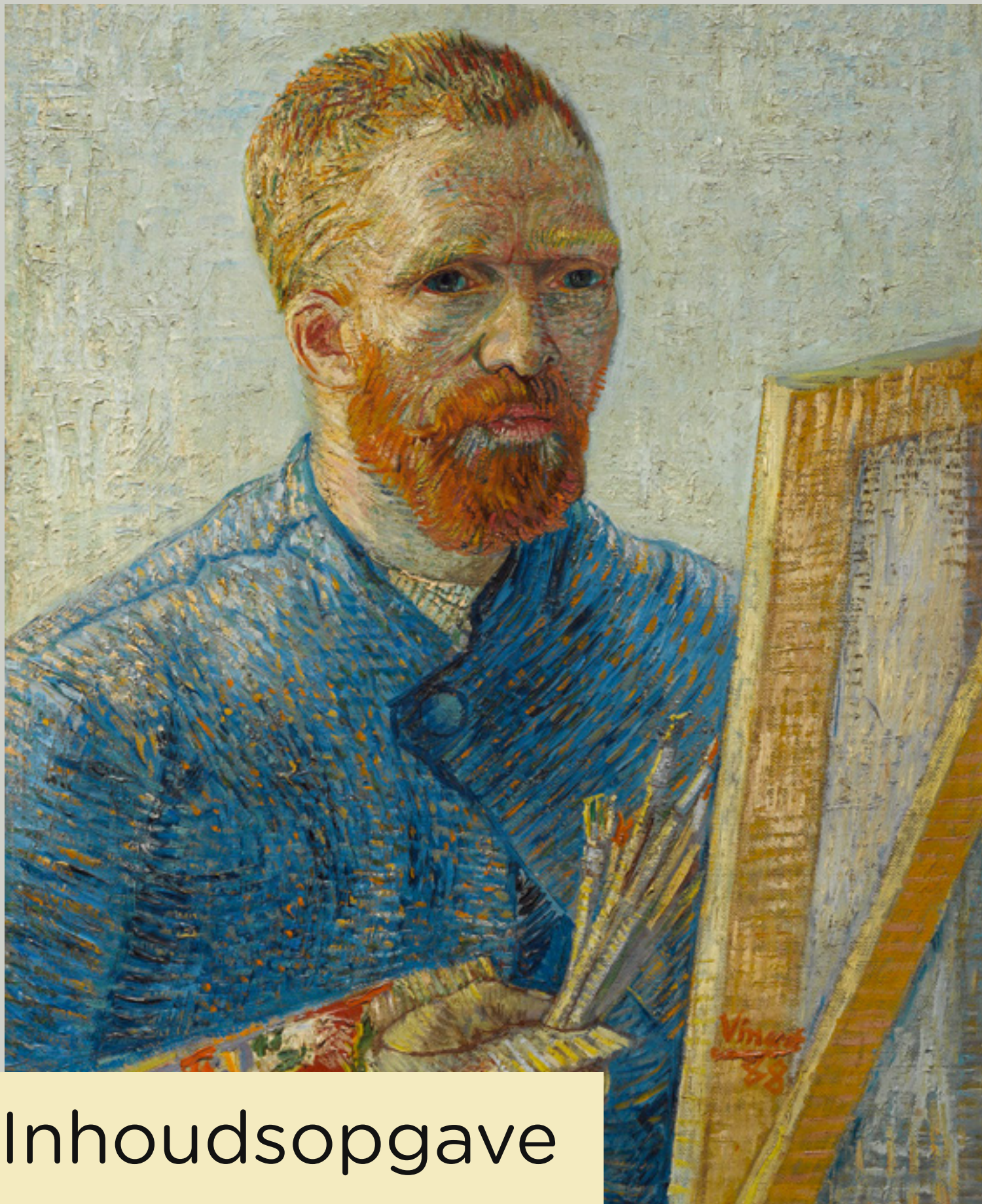


Strategisch Plan

2021 - 2024



Vincent van Gogh, *Landschap met huizen* (detail), 1890. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)



Vincent van Gogh, Zelfportret als schilder (detail), 1887 - 1888. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)

Inhoudsopgave

01. Voorwoord	6
02. Karakterschets museum	10
03. Stakeholders	14
04. Missie	18
05. Kernwaarden	22
06. Visie	26
07. Strategische pijlers	30
08. Verantwoording en gevolgde procedure	38
09. Colofon	42

01

Vincent van Gogh, *Druiven (detail)*, 1887. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)



Voorwoord

Voorwoord

Emilie Gordenker, directeur

Het Van Gogh Museum (VGM) behoort tot de internationale top van meest vooraanstaande musea. Deze positie dankt het museum aan de unieke collectie en de kennis over Vincent van Gogh en zijn tijd. In de afgelopen jaren heeft het museum zich op allerlei fronten sterk ontwikkeld: door het maken van toonaangevende tentoonstellingen, het verwerven van belangrijke aanwinsten, het verrichten van onderzoek op het allerhoogste internationale niveau, het creëren van een baanbrekende educatieve programmering, het opbouwen van een stevige commerciële tak en een afdeling Development die als zeer succesvol gebenchmarkt kan worden als we de resultaten vergelijken met die van culturele instellingen in de VS en het VK. De afgelopen jaren werden gekenmerkt door de vele bezoekers. Het museum was hierdoor vaak 'uitverkocht'. Een groot aantal van de bezoekers (85%) kwam uit het buitenland. Het Strategisch Plan 2018-2020 stond in het teken van de volgende onderwerpen: het zoeken naar een goede balans tussen het behoud en beheer van de collectie en de andere activiteiten van het museum, de zorg om het bezoek aan het museum – ondanks de enorme drukte – een unieke ervaring te laten zijn en de wijze waarop het museum tegemoet kan komen aan alle (wereldwijde) aandacht voor Van Gogh en zijn tijd.

Recente ontwikkeling naar aanleiding van de coronacrisis

De wereldwijde crisis in verband met COVID-19 en de nationale en internationale maatregelen die daar het gevolg van zijn, hebben grote gevolgen voor de museale wereld en het VGM. Het VGM heeft op 13 maart 2020 de deuren voor het publiek tijdelijk moeten sluiten. Pas op 1 juni 2020 kon het museum heropenen, maar door de coronamaatregelen kon op dat moment slechts 10% van het normaal te verwachten publiek worden ontvangen. Ten tijde van het schrijven van dit Strategisch Plan is onduidelijk hoelang de maatregelen nog van kracht zullen zijn en wat de exacte gevolgen voor het VGM zullen zijn. Wel is de verwachting dat de bezoekersaantallen nog lange tijd onder het niveau van 2019 zullen blijven. De totstandkoming van dit plan is geïnitieerd ruim voor de uitbraak van het coronavirus, maar kan uiteindelijk niet los worden gezien van de nieuwe uitdagingen waarmee het museum de komende jaren te maken krijgt.

De komende jaren

Na uitvoerig intern beraad is de conclusie dat een nieuwe focus voor het VGM onvermijdelijk en noodzakelijk is. Er is een nieuw geformuleerde missie, die weliswaar geen grote koerswijziging betekent, maar beter past bij wie we zijn: een inclusief museum dat mensen wil inspireren met het leven van Vincent van Gogh, zijn werk en zijn tijd. De nieuwe kernwaarden vormen het kompas dat onze activiteiten richting geeft. De visie is onze stip op de horizon: een museum dat vooroploopt met alle activiteiten die worden ondernomen.

De komende jaren gaat het museum zich in het bijzonder en meer dan ooit richten op Nederland, alle Nederlanders, local communities – zoals Amsterdammers met een biculturele achtergrond – en jongeren. We willen een open organisatie zijn die warmte uitstraalt en die naar buiten is gericht. We willen in gesprek gaan met onze stakeholders, wij willen ons door hen laten verrassen en gezamenlijk tot nieuwe ideeën en inzichten komen. We willen duidelijke keuzes maken in samenwerking met deze stakeholders.

Er zullen nieuwe doelgroepen worden geformuleerd waar het VGM zich met name op wil gaan richten. Het bereiken van een nieuw publiek, ook digitaal, heeft de focus. Onze internationale bezoekers en partners verliezen we zeker niet uit het oog. Het VGM wil een internationaal kennisinstituut blijven en wil blijven samenwerken met de internationale top van de museumwereld. Het VGM moet klaar zijn voor de toekomst. Het museum wil een duurzame, zorgzame en inclusieve organisatie zijn, zowel voor medewerkers als voor de collectie, het gebouw, onze bezoekers en onze stakeholders. Ten slotte gaan we ons de komende tijd intensief voorbereiden op een mijlpaal in de geschiedenis van het VGM: het vijftigjarig bestaan. We gaan alle Nederlanders trakteren op een mooi feest met bijzondere activiteiten met internationale aantrekkingskracht en passend bij onze missie, visie en kernwaarden.

Dit Strategisch Plan bepaalt de koers voor de jaren 2021-2024. Deze vier jaren vallen samen met de aankomende beleidsperiode, waarin het VGM wordt geëvalueerd door het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW). De directie, het MT en de medewerkers van het museum hebben dit plan zelfstandig opgesteld ten behoeve van het beleid voor de komende jaren, maar wel in de wetenschap dat het de basis zal vormen voor het activiteitenplan dat het VGM voor 1 december 2020 bij het ministerie van OCW zal indienen. Dit Strategisch Plan geeft alle afdelingen een overkoepelende leidraad voor hun activiteiten en biedt zo richting aan de hele organisatie voor de komende vier jaren.

02

Vincent van Gogh, *Flesje met pioenrozen en blauwe ridderspoor* (detail), 1886. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)



Karakterschets
van het museum

Karakterschets museum

Na het overlijden van Theo van Gogh (1891) trad zijn weduwe Jo van Gogh-Bonger als beheerder van de collectie op. Toen zij in 1925 stierf, kreeg haar zoon Ir. Vincent Willem van Gogh de zorg over de werken van zijn oom. In 1962 heeft Ir. V.W. van Gogh met de Staat der Nederlanden de overeenkomst gesloten dat hij zijn volledige collectie (schilderijen, tekeningen, brieven) overdroeg aan de Vincent van Gogh Stichting. Daartegenover heeft de Staat zich verplicht het Van Gogh Museum te bouwen, om daarmee te waarborgen dat de collectie voor iedereen en voor altijd toegankelijk is. Het Van Gogh Museum is in 1973 geopend. Daarnaast beheert het VGM ook nog namens de Staat der Nederlanden een deelcollectie die eigendom van het Rijk is.

Het VGM heeft de grootste Van Gogh-collectie ter wereld, met 205 schilderijen, 500 tekeningen, nagenoeg alle brieven (ruim 800) en Van Gogh-gerelateerd archiefmateriaal. De collectie bevat verder schilderijen, tekeningen en een aantal beelden uit de periode 1840-1920 van vrienden, tijdgenoten, voorbeelden voor en navolgers van Van Gogh. Het museum beheert daarnaast een unieke hoogstaande collectie laat-19de-eeuwse prentkunst van internationale allure en een collectie Japanse Ukiyo-e prentkunst.

De Mesdag Collectie (DMC) in Den Haag bevat een uitzonderlijke verzameling 19de-eeuwse kunst die is samengebracht door de beroemde zeeschilder Hendrik Willem Mesdag en zijn vrouw en vormt een integraal onderdeel van het VGM. Deze collectie bevat talloze 19de-eeuwse meesterwerken van de Franse School van Barbizon en de Haagse School. De collecties van beide musea sluiten mooi op elkaar aan en geven een goed overzicht van de kunst van de late 19de eeuw.

Vincent van Gogh

Een aspect dat maar weinig andere musea op een vergelijkbare geconcentreerde wijze kennen, is het gegeven dat het werk en levensverhaal van Vincent van Gogh een bijzondere emotionele dimensie kent die een breed publiek blijft raken en inspireren. Behalve de collectie speelt dus ook de persoon Van Gogh een belangrijke rol bij de activiteiten en het imago van het museum. Het museum vertelt het verhaal van Vincent van Gogh in zijn context, inclusief zijn tijd, en biedt zo perspectief aan zijn aanhoudende inspiratie.

De Mesdag Collectie

De Mesdag Collectie in Den Haag maakt integraal onderdeel uit van het VGM en is een belangrijke toevoeging aan de collectie van het VGM. In 2018 en 2019 werden respectievelijk 13.848 en 13.339 bezoekers in DMC ontvangen. In 2018 en 2019 werden er twee tentoonstellingen per jaar georganiseerd en een publicatie uitgegeven.

Presentatie vaste collectie

Het uitgangspunt van de vaste presentatie is dat zoveel mogelijk facetten van het leven en werk van Vincent van Gogh en zijn tijd worden belicht. Hierbij wordt speciaal ingegaan op zijn werkwijze en de artistieke context waarin zijn werk tot stand kwam. Van de gehele schilderijencollectie van het VGM wordt ongeveer 30% getoond op zaal. Werken op papier worden vanwege hun lichtgevoeligheid met mate getoond.

Kennisinstituut

Door zijn bijzondere collectie heeft het VGM zich ontwikkeld tot hét kennisinstituut op het gebied van Vincent van Gogh. Onderzoek is een integraal onderdeel van het beleid van het museum. Verschillende ambitieuze onderzoeksprojecten hebben in het verleden de grondslag gelegd voor talrijke tentoonstellingen, publicaties en educatieve programma's en dat zal ook in de toekomst het geval zijn.

Tentoonstellingen

Het organiseren van tentoonstellingen in het museum en op locaties in het buitenland is een belangrijk onderdeel van het VGM. De komende jaren staat een aantal indrukwekkende tentoonstellingen op het programma. Met minder financiële middelen zal het VGM zijn ambitieuze tentoonstellingsprogramma met internationaal aanzien voortzetten en zal jaarlijks minstens drie tentoonstellingen blijven organiseren. Naast bruiklenen zal ook gebruik worden gemaakt van de eigen collectie en van werken die nu niet in de vaste collectie zijn te zien.

Bezoekers

De afgelopen jaren werden gekenmerkt door de vele bezoekers. In 2018 en 2019 ontvingen we respectievelijk 2.161.160 en 2.134.778 bezoekers in het VGM. In deze afgelopen twee jaar trok het VGM bezoekers uit meer dan 110 verschillende landen, waarvan de grootste groep Nederlands was (16%). Met ruim 330.000 Nederlandse bezoekers in 2019 betekent dit dat het Van Gogh Museum op de derde plaats staat qua aantallen Nederlandse bezoekers, na het Rijksmuseum en het Stedelijk Museum.

Social media

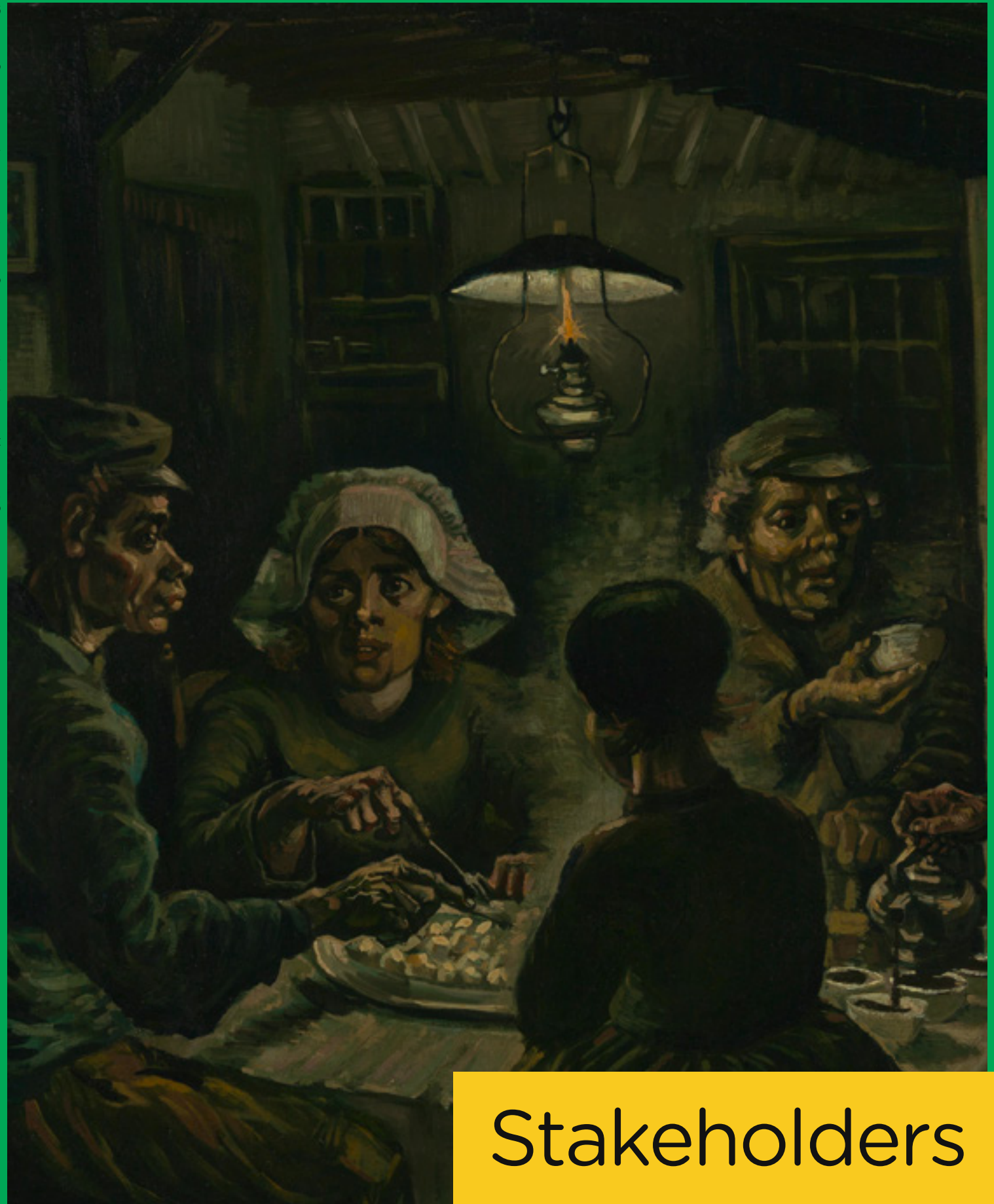
Het Van Gogh Museum heeft miljoenen volgers op social media en is daarmee het succesvolste museum op dit gebied in de wereld. Deze loyale fanbase wordt dagelijks bediend om zo een maximaal engagement te behalen. Social media zijn *sociaal*, ze gaan over de interactie tussen mensen. In die omgeving is de internationale ster Vincent van Gogh helemaal op zijn plaats. Op het moment van schrijven van dit Strategisch Plan (8 juli 2020) had het VGM op social media in totaal: 8.682.387 volgers (facebook 5.278.040 volgers, instagram 1.733.039 volgers, twitter 1.646.108 volgers, YouTube 25.200 abonnees).

Inkomsten

Het VGM heeft een bijzondere inkomstenstructuur. De grote aantallen bezoekers genereerden in 2019 via entreegelden 50% van het jaarlijkse budget en de ticketverkoop is daarmee de belangrijkste inkomstenbron van het museum. Commerciële activiteiten, merchandise, donaties, schenkingen en sponsoring leveren jaarlijks circa 35% van de inkomsten op. Daarnaast ontvangt het museum ongeveer 15% subsidie van de rijksoverheid. De percentages zijn gebaseerd op de geconsolideerde cijfers. In 2020 zullen de inkomsten verminderen als gevolg van de tijdelijke sluiting van het museum en de omstandigheid dat na heropening niet dezelfde hoeveelheid bezoekers naar het museum zal komen. Ook in 2021 en 2022 zullen de inkomsten niet op het niveau van de afgelopen jaren komen.

03

Vincent van Gogh, *De aardappellezers* (detail), 1885. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)



Stakeholders

Stakeholders

De komende jaren wil het Van Gogh Museum in dialoog met zijn stakeholders komen tot nieuwe activiteiten en plannen. De volgende belanghebbenden kunnen worden geïdentificeerd als de belangrijkste stakeholders van het VGM:

- de bezoekers van het VGM, nationaal, internationaal en digitaal
- geïnteresseerden in (de kunst van) Vincent van Gogh en zijn tijdgenoten
- de Vincent van Gogh Stichting
- de medewerkers
- de bevolking van Nederland
- de bevolking van Amsterdam
- de rijksoverheid, het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) en de Nederlandse politiek
- de provincie Noord-Holland
- de gemeente Amsterdam en stadsdeel Zuid
- het Rijksvastgoedbedrijf
- maatschappelijke organisaties
- de onderwijssector
- de culturele sector, musea in binnen- en buitenland, kunstinstituten, brancheorganisaties, erfgoedinstellingen
- de musea op het Museumplein
- steunverleners
- Stichting Van Gogh Museum Fonds (i.o.)
- commerciële partners
- verzamelaars en kunsthandel
- de media
- de vrijetijdsector
- leveranciers



04

Vincent van Gogh, *Vissersboten op het strand van Les Saintes-Maries-de-la-Mer* (detail), 1888. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)



Missie

Missie

De missie omschrijft het bestaansrecht van het Van Gogh Museum:

Het Van Gogh Museum inspireert een divers publiek met het leven en werk van Vincent van Gogh en zijn tijd.

De huidige missie is enigszins aangepast ten opzichte van de missie die jarenlang werd gehanteerd. De huidige missie is bondiger, brengt beter tot uiting wie we willen zijn, en is passender bij de huidige tijdgeest en onze toekomstplannen. Het VGM wil benadrukken dat het museum inclusief wil zijn en toegankelijk voor een zo divers mogelijk (inter)nationaal publiek. Groei op zich krijgt minder nadruk, maar wordt wel aangemoedigd als een bewuste keuze.

De kerntaak van het museum: behouden, beheren, uitbreiden, kennis vermeerderen, informatie verschaffen van en over de collectie van het VGM en DMC, blijft ongewijzigd.



05

Vincent van Gogh, *De brug van Langlois (detail)*, 1888. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting).



Kernwaarden

Kernwaarden

De kernwaarden zijn het ethisch kompas voor het museum en al onze medewerkers. Ze geven aan wie wij als museum willen zijn, wat we willen uitstralen en waaraan alles moet voldoen. Samen vormen de kernwaarden de meetlat waarlangs we al onze activiteiten – bestaand en nieuw – gaan leggen. De kernwaarden houden elkaar in balans en versterken elkaar waar nodig.

Het VGM heeft de volgende kernwaarden geformuleerd:

1. Authentiek

Onze oorsprong en kennis over het werk en het leven van Vincent van Gogh, geven ons de wortels om beweeglijk te zijn. Deze kennis gebruiken wij ook om het intrigerende verhaal achter de kunst en kunstenaar op een eerlijke manier te vertellen, in al zijn kleuren en grijstinten. We koesteren het mooie, het echte, het wezenlijke. We streven er naar alles met aandacht en zorg te doen, en oog te hebben voor detail. Daarin zit vaak veel kwaliteit verscholen. Kwaliteit die vanzelfsprekend aanvoelt.

2. In verbinding

In verbinding met Vincent van Gogh en zijn tijd

We streven ernaar de bewondering die velen voor het werk van Vincent van Gogh hebben te verdiepen naar emotionele betrokkenheid. Daartoe verbinden wij het werk met het verhaal van het leven van de kunstenaar. We beschouwen Vincent van Gogh ook in zijn tijd door tijdgenoten te betrekken en te laten zien dat Vincent zijn tijd ver vooruit was. Ook wij lopen voorop. Tijden veranderen en dus brengen wij het tijdloze verhaal van Vincent altijd op vernieuwende manieren om het actueel te houden.

In verbinding met elkaar

Wij kijken naar elkaar om. We staan open voor anderen, voor geestverwanten en voor mensen met een onbekende en verrassende visie, om elkaar te verrijken, te inspireren en misschien wel troost te bieden. Door op elkaar voort te bouwen, kom je verder.

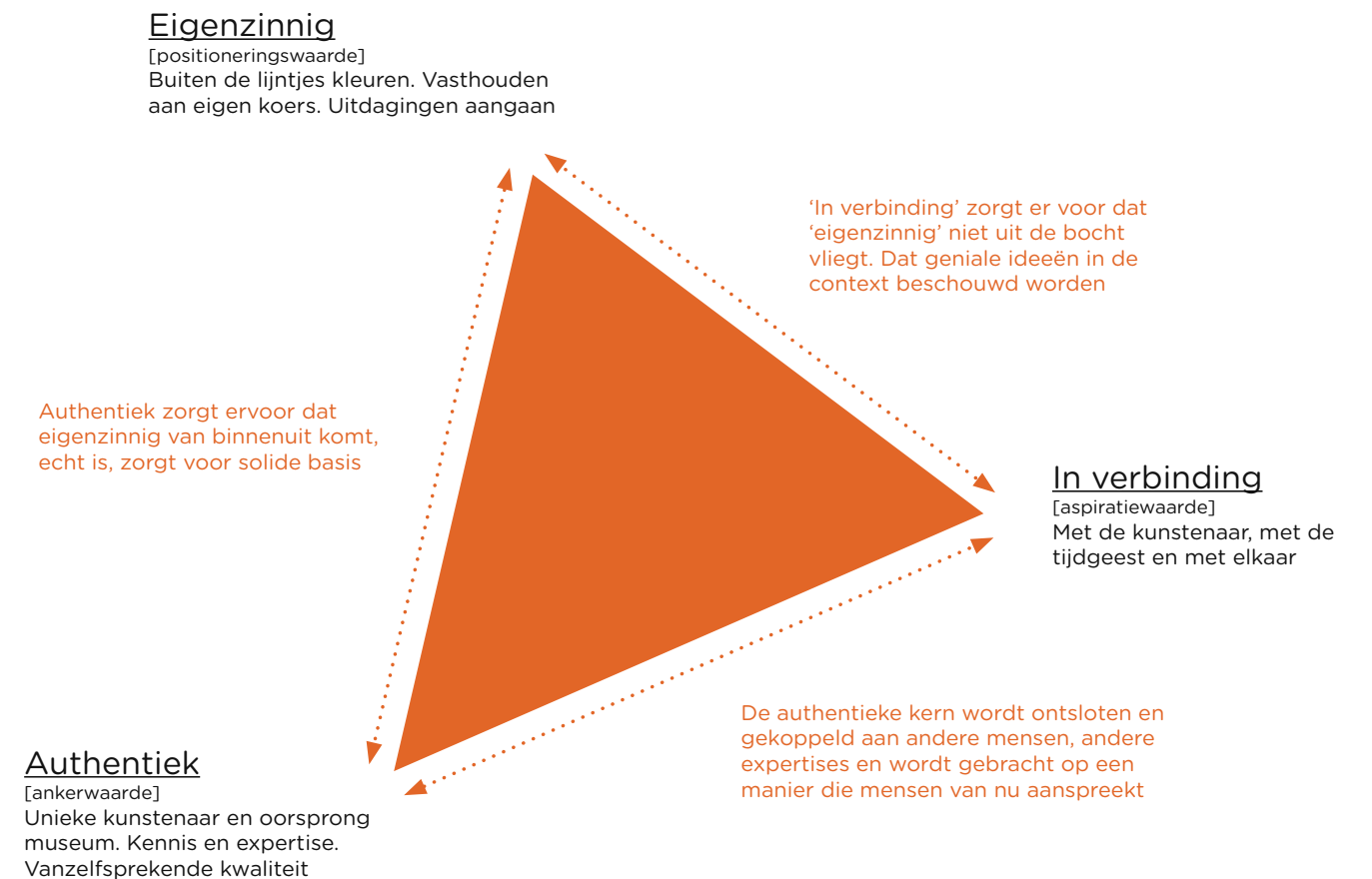
3. Eigenzinnig

Wij moedigen mensen aan buiten de lijntjes te kleuren en zichzelf elke dag opnieuw uit te vinden, juist door zichzelf te blijven. Wij willen daarbij een voorbeeld zijn.

Wees je kleurrijke zelf. Wees eigenzinnig. Kijk onbevangen naar de wereld en omarm daarin de verschillen. Leg je niet neer bij hoe dingen nu eenmaal gaan of 'moeten'.

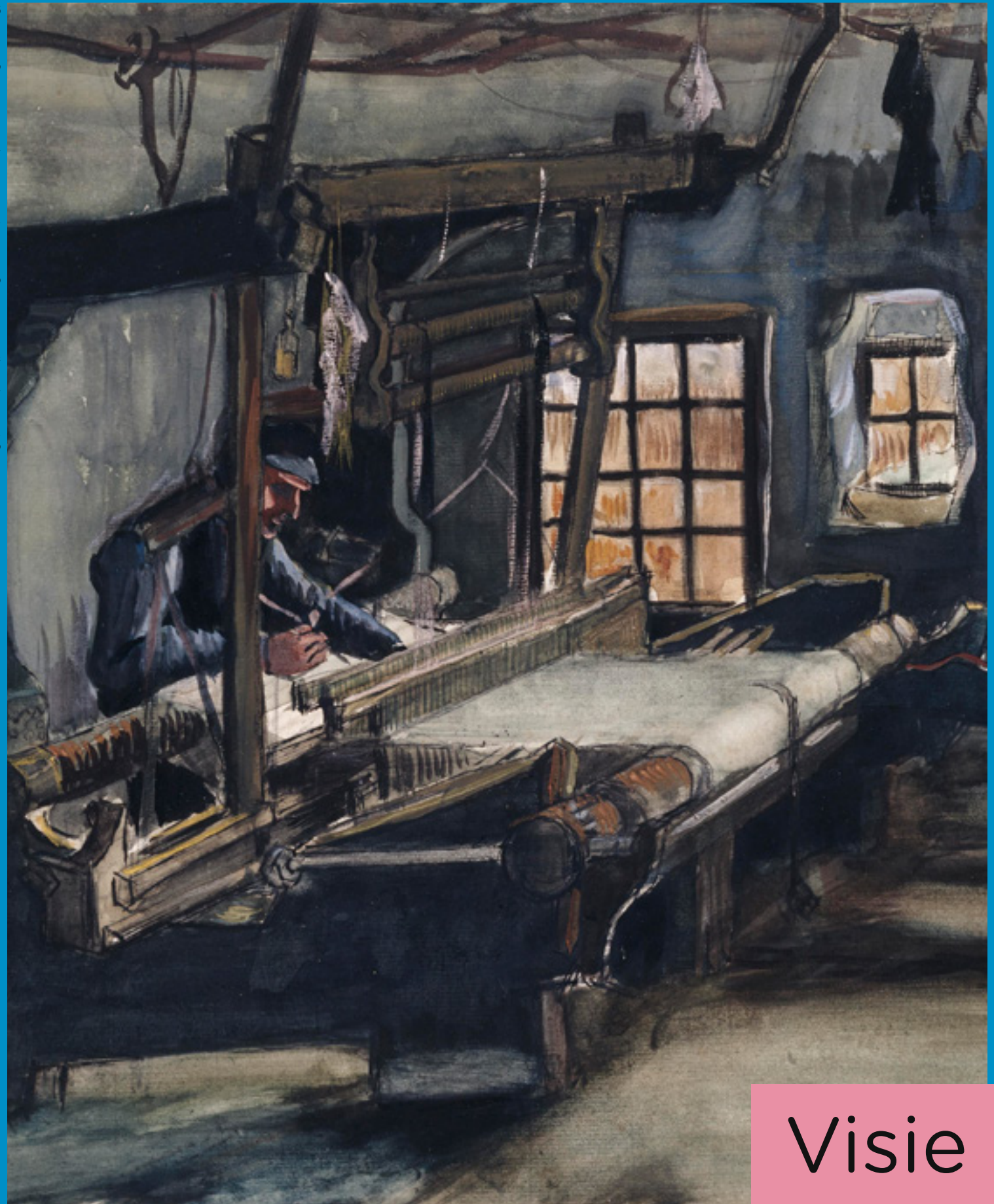
Ga nieuwe uitdagingen aan en wees innovatief. Om te doen waarin je gelooft of juist om je te bekwamen. Daarvoor is lef nodig en doorzettingsvermogen. Ga door als het tegenzit. Ga door als anderen twijfels hebben, maar jij overtuigd bent.

De 3 kernwaarden houden elkaar in balans:



06

Vincent van Gogh, *Wever (detail)*, 1884. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)



Visie

Visie

De visie omschrijft de situatie waarnaar het VGM streeft. Ze is gebaseerd op de missie en de kernwaarden van het museum en houdt rekening met externe factoren en onze stakeholders. Onze visie geeft aan waar we naartoe willen, wie en wat we willen zijn en hoe we door onze stakeholders gezien willen worden. De visie geeft de stip op de horizon weer; waar het VGM wil zijn in de toekomst.

Het VGM heeft de volgende visie:

Het Van Gogh Museum loopt voorop, is actueel en relevant.

We kiezen ons eigen pad, verleggen grenzen en willen zo een origineel voorbeeld zijn voor, en vooral met anderen.

Het VGM wil een leidende positie innemen op alle gebieden waar het VGM zich mee bezighoudt. Op het gebied van onderzoek, tentoonstellingen, educatieve programma's, publicaties, social media, ontsluiting van de collectie, development, maar ook op het gebied van duurzaamheid, werkgeverschap, veiligheid, beheersing van bezoekersstromen, commerciële activiteiten en nog veel meer.

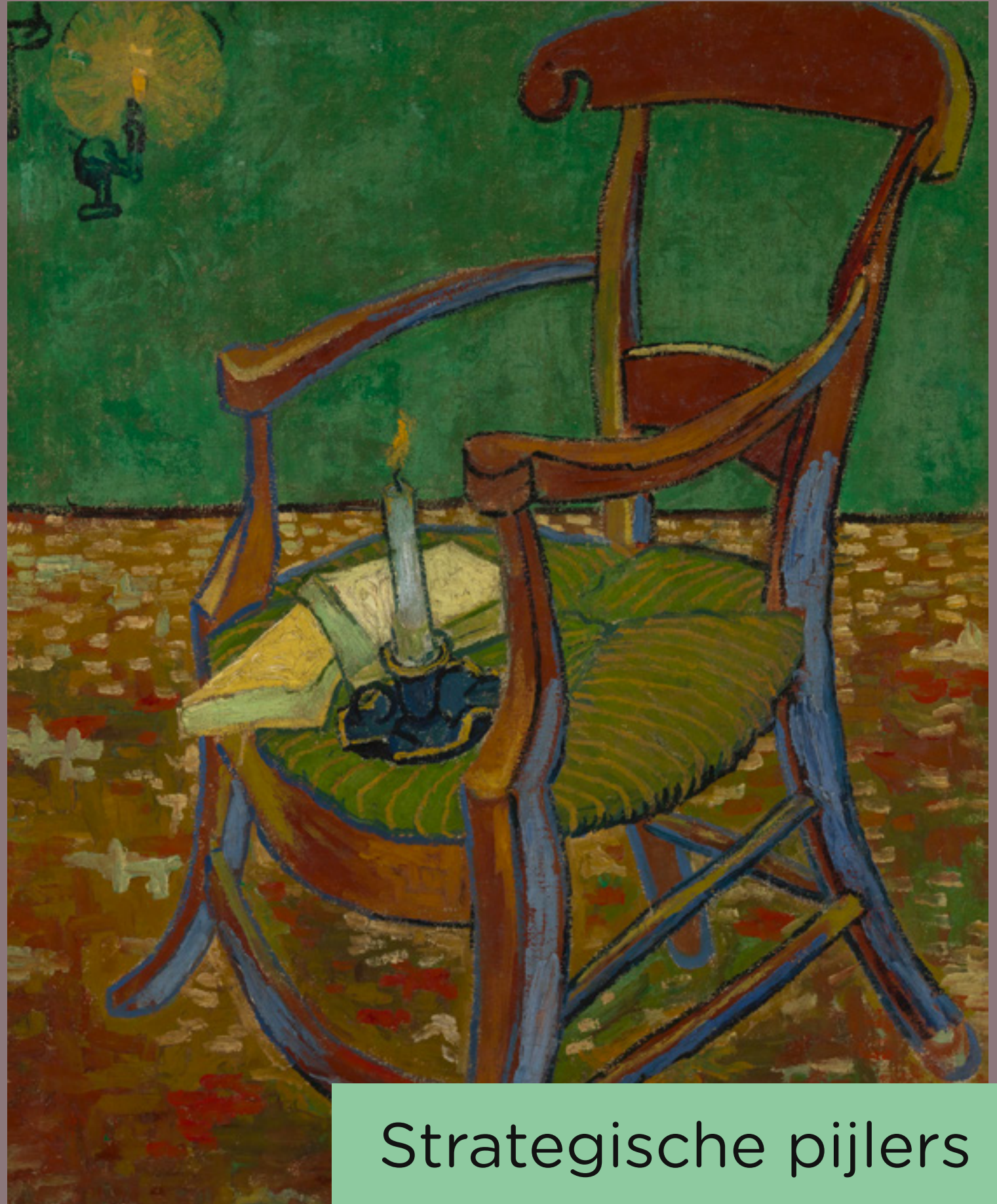
Het VGM wil de leidende positie die het VGM op bepaalde terreinen inneemt de komende jaren verder gaan uitbouwen. Het VGM wil een voorbeeld zijn voor de museale sector in het binnen- en buitenland, zonder dat de kernwaarden en missie uit het oog worden verloren.

Vincent van Gogh, *Boerderij in het koren (detail)*, 1888. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)



07

Vincent van Gogh, *De stoel van Gauguin* (detail), 1888. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)



Strategische pijlers

Strategische pijlers

Op basis van de nieuw geformuleerde missie, visie en kernwaarden is gekeken naar speerpunten en verbeterpunten voor de komende periode. De strategische pijlers zullen gaan dienen als concrete richting voor de keuzes die het VGM de komende jaren zal maken en vormen de basis voor de activiteiten van de verschillende afdelingen van het VGM. Dit Strategisch Plan loopt parallel met de subsidievestiging 2021-2024 en het activiteitenplan dat hiervoor moet worden ingediend. Hoewel dit Strategisch Plan daarmee samenhangt, zijn de nieuwe strategie en de geformuleerde strategische pijlers onafhankelijk daarvan geschreven. De recente ontwikkelingen met betrekking tot COVID-19, maar ook het aanstaande jubileum dat in 2023 zal plaatsvinden, zijn van invloed geweest op de formulering van de strategische pijlers.

Wij hebben 3 strategische pijlers geformuleerd (evenals 3 kernwaarden). Bij de invulling van de strategie wordt onderscheid gemaakt in drie dimensies:

- Local (alles in Nederland, binnen en buiten het museum)
- Global (alles buiten Nederland)
- Digital (alles via de digitale kanalen)

Daarnaast willen we onze eigen organisatie ook gaan inrichten aan de hand van de strategische pijlers.

1. Het VGM is open en naar buiten gericht

Het VGM wil zich gaan heroriënteren en een nieuwe focus aanbrengen en wil dit samen met zijn stakeholders gaan doen. Wij willen niet ‘zenden’, maar een gastvrij museum zijn met een open houding. We willen de dialoog aangaan met onze stakeholders om openheid te creëren en samen bewuste keuzes te maken voor al onze toekomstige activiteiten. Daartoe willen we nieuwe doelgroepen gaan identificeren zodat we in een open dialoog met deze doelgroepen gezamenlijk kunnen gaan optrekken.

Eigen organisatie

Inclusiviteit wordt volledig omarmd en aangemoedigd door de hele organisatie. Er is een gelijke behandeling en oog voor diversiteit. We gaan met respect met elkaar om en werken op een open en constructieve manier met elkaar. Samen optrekken, van elkaar leren, op elkaar bouwen en samenwerken. We willen een organisatie creëren die dit belichaamt, actief ondersteunt en realiseert.

Local

Het VGM wil een museum voor alle Nederlanders zijn en midden in de Nederlandse maatschappij staan. Dit is een bewuste en zelfstandige keuze. Het belang wordt wel extra onderstreept door de coronacrisis en de afname van buitenlandse bezoekers, waarvan het VGM afhankelijk is. Zonder onze buitenlandse bezoekers te vergeten, willen we ons de komende jaren meer gaan richten op de Nederlandse bezoekers. We willen onze middelen effectiever inzetten om meer Nederlanders een bezoek aan het museum te laten brengen. We willen uitstralen dat wij een warm en toegankelijk museum zijn. Diversiteit van onze bezoekers en het bereiken van nieuwe doelgroepen zijn onze speerpunten. De komende tijd zullen doelgroepen nader worden geïdentificeerd en zal een doelgroepenstrategie worden geformuleerd. Het VGM wil duurzame relaties met de stakeholders aangaan op een gepersonaliseerde en effectieve manier. We willen onze toekomstige activiteiten in een open dialoog en in gezamenlijkheid met al onze stakeholders gaan bepalen: van wetenschapper tot commerciële partner, van beeldbreker tot steungever. Het VGM wil verder gaan investeren in het aangaan van samenwerkingen met local communities. We willen relevant zijn voor en onderdeel zijn van onze diverse samenleving. Ook heeft het binden van de jongste Nederlanders prioriteit. We willen investeren in onze jeugd. Dit zijn de bezoekers van de toekomst, die we graag een leven lang aan ons zouden willen verbinden.

Global

Het VGM is een internationaal museum met een internationale reputatie. Dat zien we niet alleen aan onze bezoekers, maar ook aan de grote internationale aandacht die Vincent van Gogh en het VGM krijgen. Het VGM is het kennisinstituut op het gebied van de werken en het leven van Vincent van Gogh. Deze internationale reputatie willen we behouden en verder uitbouwen. Dit betekent dat de aandacht blijft voor onderzoek, publicaties, het maken van tentoonstellingen van internationale allure, educatieve programma's etc. Ook willen we samenwerkingen aangaan met partners door nieuwe combinaties te maken van content, marketing en commercie. Daarbij zal de inhoud altijd leidend zijn bij de ontwikkeling van commerciële activiteiten.

Digital

Een virtuele bezoeker is even belangrijk als een bezoeker die naar het museum komt. Het VGM loopt voorop wat betreft het bereik (engagement) via social media. Echter, ook op het gebied van social media moeten er bewuste keuzes worden gemaakt. We gaan ons inspannen om via de juiste kanalen de juiste doelgroepen in het binnen- en het buitenland te bereiken, die we via onze doelgroepenstrategie nader willen identificeren. We willen onze doelgroepen beter gaan begrijpen. Social media is bij uitstek het middel om hiervoor in te zetten en ook om de nieuwe doelgroepen te bereiken.

2. Het VGM is een duurzame organisatie

Het VGM wil een zorgzame en toekomstbestendige organisatie zijn voor de collectie, voor onze gebouwen, voor elkaar, voor onze bezoekers en voor onze stakeholders. Dit komt ook duidelijk terug in onze kernwaarden. Wij willen een nieuw publiek bereiken, inclusief digitale bezoekers, want dat is nodig voor de toekomst. Wij zoeken naar alternatieve verdienmodellen en inkomstenbronnen om minder afhankelijk te zijn van de ticketverkoop. Het aangaan van duurzame relaties, onder andere in de vorm van sponsorships en andere commerciële relaties is daarbij van groot belang. Het VGM wil een financieel gezonde, innovatieve en milieubewuste organisatie zijn en streeft ernaar een van de duurzaamste musea te zijn in het binnen- en buitenland.

Eigen organisatie

Het VGM wil een gestroomlijnde en goed afgestemde organisatie zijn. De rollen en verantwoordelijkheden van alle medewerkers zijn duidelijk neergezet en worden gedragen door de hele organisatie. De komende tijd moet de organisatie worden klaargestoomd voor de 'vuca' wereld, (volatiel, onzeker, complex en ambigu): een snel veranderende wereld met veel onzekerheid en vaagheden. Het VGM moet hier als werkgever op inspelen door een organisatie met medewerkers te creëren die flexibel is en zich snel kan aanpassen aan de almaar veranderende samenleving. De coronacrisis benadrukt het belang van een financieel stabiele organisatie. Om dat te kunnen blijven, zullen maatregelen moeten worden genomen en keuzes moeten worden gemaakt: kostenbewustzijn en het effectief inzetten van mensen en middelen zijn daarvan onderdeel. Duurzaamheid betekent voor ons ten slotte ook dat we innovatief zijn en milieubewust omgaan met onze omgeving. We gaan werken met *sustainable development goals* (SDG's) als kapstok om al onze duurzame ambities optimaal te realiseren. Schone energie, werkgeverschap, inclusiviteit, CO2-reductie en samenwerkingen met externe partners zijn daarbij concrete handvatten die als leidraad kunnen dienen.

Local

De kerntaak van het VGM is het behoud en beheer van de collecties van het VGM en DMC. Een goede uitvoering van deze taak en die van de wetenschappelijke functie van het VGM blijven de belangrijkste doelstellingen voor de komende jaren. Het VGM zal blijven investeren in (wetenschappelijk) onderzoek, restauraties, collectiesurvey. Het meest duurzame bezoek is herhaalbezoek, en dat willen wij aanmoedigen door onze Nederlandse bezoekers te behouden na de coronacrisis. Het VGM wil sterke relaties met particulieren, sponsors en de overheid onderhouden en verder ontwikkelen. De oprichting van het VGM-fonds, dat als steunstichting gaat fungeren voor het VGM, vormt daarbij een belangrijk onderdeel. Het VGM wil duurzame relaties aangaan met zijn sponsors, die het VGM voor specifieke doelen kunnen steunen. Het groeiend aantal bezoekers van de afgelopen jaren heeft duidelijk gemaakt dat er grenzen zijn aan het aantal bezoekers dat in het gebouw kan worden ontvangen en dat de doorstroming van de bezoekers in het gebouw niet altijd optimaal is. Dit is het juiste moment om ons, ook wat onze huisvesting betreft, voor te bereiden op de toekomst. De komende jaren zal een huisvestingsvisie voor de jaren 2030 e.v. worden uitgedacht en vormgegeven.

Global

Het VGM hoort bij de top van internationale musea en wil dat ook blijven door duurzame en wereldwijde relaties aan te gaan met partnermusea, culturele en wetenschappelijke instituten, overheden en educatieve partners. De Development afdeling zal bestaande internationale relaties verder gaan uitbouwen en duurzame relaties ontwikkelen met private en commerciële sponsors. Ook zal het VGM – in aanvulling op reeds bestaande commerciële inkomstenbronnen – op zoek gaan naar andere inkomstenbronnen door strategische samenwerking met commerciële (internationale) partners uit te bouwen en te beginnen.

Digital

De digitale ontwikkelingen gaan razendsnel. Onze fans in de wereld verwachten dat het VGM digitaal goed te bereiken is en dat informatie over de collectie gemakkelijk en snel te vinden is. Een van de speerpunten van de komende jaren is het toekomstbestendig inrichten van het IT-domein. We willen verder onze (digitale) bezoekers optimaal bedienen en een goede customer care ontwikkelen voor website, social media en in het algemeen.

3. Het VGM viert zijn 50ste jubileum in 2023

In 2023 bestaat het VGM 50 jaar. Tijd om feest te vieren en groots uit te pakken: local, global en digital. Het VGM is jarig en bij een verjaardag hoort een feest, maar ook een traktatie. Het VGM wil iets teruggeven aan Nederland en aan alle Nederlanders. Het centrale thema van het jubileumjaar is dan ook *Van Gogh trakteert*. Hiermee willen we de inspanning die is gedaan om het Nederlandse publiek meer aan te spreken consolideren voor de langere termijn.

Eigen organisatie

De hele organisatie zal bij de voorbereidingen voor de activiteiten in 2023 worden betrokken en intensief naar het jubileumjaar toeleven. Het is dan ook het moment om alle medewerkers, onze stakeholders en de instellingen waarmee wij samenwerken te bedanken en in het zonnetje te zetten.

Local

Het VGM zal zijn vijftigste jubileumjaar groots vieren. Het VGM trakteert Nederland en alle Nederlanders in 2023 op een feestelijk jaar. Dit betekent dat er bijzondere activiteiten worden georganiseerd waar alle Nederlanders en Amsterdammers van kunnen genieten en aan kunnen deelnemen. Er zullen toonaangevende en baanbrekende tentoonstellingen komen, waarvan de voorbereidingen inmiddels zijn gestart. Alle activiteiten passen bij onze kernwaarden en onze missie en visie.

Global

Met inspirerende en toonaangevende feestelijke activiteiten willen we aandacht trekken in de hele wereld. Dit past bij onze internationale voortrekkersrol. De tentoonstellingen die zijn gepland voor 2023 hebben een internationale aantrekkingskracht. Daarnaast zullen we met de lokale partners in de verschillende landen feest vieren en daarbij partnerships opzoeken. We zullen andere musea en culturele instellingen bij onze activiteiten betrekken, en er zullen internationale sponsorships en commerciële samenwerkingen worden aangegaan.

Digital

Voor digital is dit een prachtige kans om een (internationaal) publiek te bereiken. We willen (inter) nationaal ons verhaal en het verhaal van Vincent van Gogh en zijn werken delen. We hopen op deze wijze onze doelgroepen overal te kunnen bereiken.



Vincent van Gogh, *Boulevard de Clichy* (detail), 1887. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting).

08

Vincent van Gogh, *Het uitgaan van de Hervormde Kerk te Nuenen (detail)*, 1884 - 1885. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting).



Verantwoording en
gevolgde procedure

Verantwoording en gevolgde procedure

Maatschappelijke verantwoording

Het VGM realiseert zijn maatschappelijke doelstelling door culturele waarde te creëren, over te dragen en te bewaren. Het VGM onderschrijft en past de richtlijnen van diverse culturele codes toe, zoals de Ethische Code, Fair Practice Code, Code Culturele Diversiteit en de Governance Code Cultuur. De Ethische Code is een uitgave van de International Council of Museums; de dienstbaarheid van het museum richting de samenleving en het professionalisme van de museummedewerkers staan daarbij centraal. Het VGM streeft naar goed werkgever- en opdrachtgeverschap in een context van duurzaam, eerlijk en transparant ondernemen in lijn met de Fair Practice Code. Het afgelopen jaar is het VGM actief aan de slag gegaan met de Code Culturele Diversiteit, en de weerslag is duidelijk te zien in de nieuwe missie, onze kernwaarden en de strategische pijlers. De komende tijd ligt het in de ambitie om – op basis van de al genomen stappen – concrete en duurzame doelstellingen te formuleren in onder andere het activiteitenplan ten aanzien van de zogenaamde vier P's, zoals de Code Culturele Diversiteit die hanteert: Personeel, Publiek, Programma en Partners. Het VGM leeft de bepalingen van de nieuwe Governance Code Cultuur 2019 na. Begin 2020 heeft de directie samen met de raad van toezicht een uitgebreide inventarisatie uitgevoerd die in 2020 tot kleine wijzigingen in de reglementen heeft geleid.

Gevolgde procedure

Dit Strategisch Plan is opgesteld door de directie van het VGM en tot stand gekomen in nauwe samenwerking met de raad van toezicht, het managementteam, de ondernemingsraad en de medewerkers van het VGM. Er hebben verschillende constructieve werksessies plaatsgevonden in verschillende stadia bij de totstandkoming van dit Strategisch Plan en er is input gevraagd en geleverd. Deze input heeft een wezenlijk aandeel gevormd bij de inhoud.

‘Laten we ons
dagelijkse werk
doen, wat de
hand ook maar
vindt om te
doen, met al
onze macht...’

Vincent van Gogh aan zijn broer Theo, Parijs, september 1875

Colofon

Dit Strategisch Plan is geschreven door de directie, in nauwe samenwerking met de raad van toezicht, het managementteam en de ondernemingsraad.

Wij danken de medewerkers van het Van Gogh Museum die een waardevolle en inspirerende bijdrage hebben geleverd.

Tekst

Directie Van Gogh Museum

Redactie en coördinatie

Babette Meerdink-Schenau

Tekstredactie

Monique den Ouden – Redactie bureau VGM

Art direction en vormgeving

Franck Nederstigt

Beeldverantwoording

Alle werken uit de Van Gogh Museum-collectie die afgebeeld zijn in deze uitgave zijn eigendom van de Vincent van Gogh Stichting

Cover Credits

Vincent van Gogh,
De witte boomgaard (detail), 1888.
Van Gogh Museum, Amsterdam
(Vincent van Gogh Stichting)

Adres

Van Gogh Museum
Postbus 75366
1070 AJ Amsterdam
Museum: Museumplein 6
Kantoor: Gabriël Metsustraat 8
T +31(0)20 570 5200
info@vangoghmuseum.nl
www.vangoghmuseum.nl

© 2020 Van Gogh Museum, Amsterdam

Niets uit deze uitgave mag door middel van druk, fotokopie, microfilm of welke andere wijze ook worden verveelvoudigd of openbaar gemaakt zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van het Van Gogh Museum.

Vincent van Gogh, *De tuin van de inrichting* (detail), 1889. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)



