GRONINGER MUSEUM

BELEIDSPLAN 2021-2028

STICHTING GRONINGER MUSEUM VOOR STAD EN LANDE

Het Groninger Museum is een onmisbaar deel van de Groninger identiteit. Niet alleen omdat het een van de grootste erfgoedinstellingen in de provincie is, met een geschiedenis van bijna 150 jaar, maar ook omdat het museumgebouw algemeen erkend wordt als een van de meest aansprekende *landmarks* van Noord-Nederland. Met zijn gevarieerde regionale en nationale tentoonstellingsaanbod weet het een groot publiek naar stad en provincie te trekken.

Het Groninger Museum is in staat om omvangrijke en complexe projecten te ontwikkelen en te realiseren. Naast financiële middelen vragen dergelijke projecten onder meer een gedegen voorbereidingstijd voor reflectie, onderzoek en onderhandelingen met partners. De met zorg geproduceerde publicaties zijn daar onderdeel van. Ook de intensieve samenwerkingen met kunstenaars, waarbij het museum als coach en sparringpartner en soms ook als opdrachtgever en coproducent optreedt, dragen bij tot gedegen presentaties en bijzondere aanwinsten voor de collectie.

Het Groninger Museum heeft kwaliteit hoog in het vaandel staan. Kwaliteit betekent voor het museum niet alleen een hoogwaardig aanbod, maar ook een aanbod dat gekenmerkt wordt door originaliteit, uniciteit en een onderscheidende en een herkenbare identiteit. Om die standaard te handhaven worden steeds opnieuw precieze keuzes gemaakt wat betreft kunstenaars of onderwerpen voor tentoonstellingen en aankopen.

Het Groninger Museum is in de laatste jaren ‘Groningser’ geworden, zeggen buitenstaanders. We zijn blij dat de verhouding tussen internationale, nationale en regionale betekenis meer in balans is dan vroeger. We streven ernaar om deze balans in stand te houden. De drievoud van internationaal, nationaal en regionaal wordt weerspiegeld in het gebouw, de collectie, de collectievorming, de presentaties en de samenwerkingspartners. Binnen stad en provincie Groningen wil het Groninger Museum een bindende factor zijn, die reflecteert op heden, verleden en toekomst van de regio, maar ook verbeeldingsrijke perspectieven en verbindingen met de wereld daarbuiten biedt.

Op het moment dat we dit beleidsplan publiceren, kunnen we met trots terugblikken op een succesvolle beleidsperiode 2017-2020, op het 25 jarig bestaan van ons spraakmakende gebouw en op een grote toestroom van publiek. Terwijl het streefgetal voor de bezoekers altijd 200.000+ was, hebben we in 2019 maar liefst 324.296 mensen welkom mogen heten! We zijn blij met de resultaten, maar we zijn nog niet tevreden. Onze ambitie reikt namelijk verder dan een getal.

Nota bene: op het moment dat we het beleidsplan voorbereidden, met workshops en vele interne sessies, was er nog geen sprake van een wereldwijde pandemie. Aangezien op dit moment nog onvoldoende duidelijk is wat de consequenties zijn voor de korte en langere termijn, passen we de tekst nu niet aan. Het beleid begint tenslotte pas in 2021. We zullen de ontwikkelingen echter goed in de gaten blijven houden en onze doelstellingen desnoods bijstellen.

Voor wie is het Groninger Museum?

Musea staan midden in de maatschappij en spiegelen haar ontwikkeling. De belastingbetaler – of hij/zij naar binnen wandelt of niet – is via de subsidies van gemeente en provincie Groningen de hoofdbegunstiger van het Groninger Museum. Het museum handelt weliswaar zelfstandig, maar in opdracht van de gemeenschap. Het museum bewaart het erfgoed en helpt zorg dragen voor een levendig cultureel klimaat. De kadernota's Cultuur van gemeente en provincie zijn de resultaten van een breed gedragen democratisch proces en zijn dan ook voor het museum leidend.

De gemeente Groningen titelt haar kadernota 'Kunst en cultuur voor iedereen' en de provincie Groningen 'Wij zijn cultuur'. Duidelijk leggen gemeenteraad en Gedeputeerde Staten de nadruk op het verbreden van het aanbod en het bewustzijn van de rol van cultuur als bindende en integrerende factor. Daarmee kan het Groninger Museum zich volledig identificeren.

We staan in dit streven niet alleen. Met grote belangstelling hebben wij het recente debat binnen de International Council of Museums (ICOM) gevolgd. Tijdens de laatste vergadering in Kyoto 2019 werd een nieuwe museumdefinitie voorgesteld. Ondanks het feit dat deze nieuwe definitie (nog) niet werd aangenomen, is het zinvol om bij de aanbevelingen stil te staan: "Musea zijn democratiserende, inclusieve en veelstemmige ruimtes voor een kritische dialoog over onderwerpen uit het verleden en de toekomst. Ze erkennen en behandelen hedendaagse conflicten en uitdagingen, en bewaren artefacten en herinneringen voor de maatschappij. [...] Ze zijn transparant en bereid tot samenwerking en werken in actieve partnerschappen met en voor verschillende gemeenschappen, om te verzamelen, te bewaren, te onderzoeken, te interpreteren, te vertonen, en het begrip van de wereld te verbeteren, met als doel bij te dragen aan menselijke waardigheid en sociale rechtvaardigheid, mondiale gelijkheid en wereldwijd welzijn."

In deze definitie worden musea een actievere rol toebedeeld dan tot dusver. Dichter bij huis stelt ook de Nederlandse Museumvereniging, waar het Groninger Museum lid van is, "het publieke belang van musea voorop". Zo luidt de titel van haar plan voor de periode 2020-2022. Wereldwijd, in Nederland en in Groningen is de tendens helder en ook het Groninger Museum gebruikt het publieke belang van het museum als leidraad voor haar handelen.

Andere ankerpunten zijn de drie codes die sinds enkele jaren het werk van culturele instellingen mede bepalen, de Governance Code Cultuur, de Fair Practice Code en de Code Diversiteit en Inclusie. We nemen de aanbevelingen van alle codes ter harte en we verwerken en integreren deze principes in onze eigen organisatie en onze werkwijze. Daarover later in dit beleidsplan meer.

Missie

Ons *mission statement* is aangepast op de actuele situatie en geeft ruimte en visie voor de invulling van ons beleid:

Het Groninger Museum is extrovert, eigenzinnig en veelkleurig. De kwalitatief hoogstaande collecties en presentaties vormen de basis om de verbinding tussen bezoeker en museum en de bezoekers onderling te versterken. Het Groninger Museum wil een zo breed mogelijk publiek verwonderen, aanzetten tot meningsvorming en uitnodigen tot vaak en gevarieerd gebruik.

Laten we even stilstaan bij de elementen van de missie.

Extrovert

We zijn extrovert; uitnodigend en treden ook buiten de muren van het museum op. We zoeken partners, lenen coulant uit en zijn actief in stad en ommelanden. We geven les, leiden interactief rond, schrijven pakkende teksten en ontwikkelen pakkende pr-campagnes. De door ons georganiseerde activiteiten zijn pas geslaagd als mensen het er ook over hebben. Extrovert betekent ook dat het museum proactief naar de bezoekers en potentiële bezoekers toetreedt.

Eigenzinnig

Het eigenzinnige verzamelbeleid van het Groninger Museum werd en wordt nog steeds gekenmerkt door een groot contrast met de *mainstream* van musea met hedendaagse kunst. De mede door oud-directeur Frans Haks gestichte traditie koesteren wij. Nationaal en internationaal zijn de oude verhoudingen van bedenkers, vertalers en consumenten van bepaalde 'museumproducten' echter aan het vervagen. Het museum is geen smaakpolitie meer. Onze opgave voor de toekomst is: hoe maken we de eigenzinnigheid van het Groninger Museum waar en hoe kunnen we daarbij nog vaker andere stemmen aan het woord laten komen?

Veelkleurig

Een kleurrijk gebouw en veel exuberante kunst – van De Ploeg tot Chihuly en van Henk Helmantel tot de Chapman Brothers – zijn kenmerken van het Groninger Museum. Veelkleurigheid kan op verschillende manieren gedefinieerd worden: van de letterlijk vele kleuren van de schilderijen op de muur tot diversiteit in aanbod, taal, gebruik, publiek en personeel. Diversiteit is ook in Noord-Nederland aanwezig, van jongere stadjers tot ommelanders, van de academische wereld van de Rijksuniversiteit tot het krimpgebied in Oost-Groningen. We willen dat ons aanbod het publiek dat wij bedienen en willen bedienen beter weerspiegelt.

Het publiek

Het bereiken en verbinden van nieuwe publieksgroepen is een actief programmapunt waar we al geruime tijd intensief mee bezig zijn: de wijkprojecten, gratis toegang voor kinderen, jongeren en studenten, rondleidingen voor doven en slechthorenden en mensen met alzheimer, theatrale rondleidingen voor families, nieuwe (internationale) studenten, etc. Naast het koesteren van de reguliere doelgroepen willen we ook mensen bereiken die speciale interesses of beperkingen hebben. Het aantal bezoekers is niet het enige criterium dat we willen toepassen. Het gaat om de kwaliteit van het bezoek die zou moeten uitnodigen tot herhaling en regelmatig gebruik van het museum.

Verwonderen

Verwondering is een emotie. Niet alleen de kunstwerken zelf, ook de presentaties en overdrachtsvormen mogen tot verwondering leiden. Door bewust met de verwachtingspatronen te spelen en bezoekers af en toe op het verkeerde been te zetten, kun je van verwondering tot meningsvorming overgaan; onze andere belangrijke pijler in de missie.

Meningsvorming

Het publiek – ervaren kunstkijker of niet – heeft een mening over kunst. De bijzondere mix van onze collectie geeft vele aanleidingen om over de keuzes te discussiëren en over smaak te twisten. Het Groninger Museum is echter meer dan een klassiek kunstmuseum en nodigt ook uit tot meningsvorming over actuele onderwerpen.

Gebruik en verbinding

Het succes van een museum wordt doorgaans alleen aan de hand van het aantal bezoekers gemeten. Interessanter is de duur van hun verblijf. Door aanmoediging van veelvuldig en gevarieerd gebruik scheppen we meer verbinding tussen publiek en museum en liefst ook tussen de mensen zelf.

Strategische hoofddoelstellingen

Op basis van de missie stelt het Groninger Museum voor de beleidsperiode de volgende strategische hoofddoelstellingen vast. Zij worden later in dit plan nog nader toegelicht en aangevuld.

- De collectie van het Groninger Museum wordt verrijkt, gebaseerd op alle speerpunten waarbij er evenredige aandacht is voor regionale, nationale en internationale kunst. Tweejaarlijks wordt het collectieplan opgesteld respectievelijk aangepast.
- De collectie van het Groninger Museum wordt volledig ontsloten en toegankelijk gemaakt, niet alleen om wetenschappelijk onderzoek te stimuleren, maar ook om een breed publiek op actieve wijze kennis te laten maken met onze collectie.
- Het tentoonstellingsprogramma bevat jaarlijks tenminste één grote spraakmakende expositie die publiek uit heel Nederland en daarbuiten trekt. De speerpunten van de collectie komen daarnaast jaarlijks op vernieuwende wijze in het programma aan bod.
- Het Groninger Museum werkt actief om naast het trouwe en bestaande publiek nieuwe doelgroepen naar het museum te halen en aan het museum te binden.
- De financiële weerbaarheid wordt verder versterkt door enerzijds kostenbesparing en efficiënte samenwerking en anderzijds door het aantrekken van sponsoren en fondsen, zowel voor tentoonstellingen als voor andere projecten.
- Het Groninger Museum stimuleert professionalisering van de medewerkers, optimaliseert de werkprocessen en werkt samen met vergelijkbare instellingen. Een integrale aanpak op het gebied van diversiteit en inclusie wordt de komende jaren doorgevoerd. De Code Diversiteit en Inclusie is daarbij leidend en wordt geïntegreerd in het meerjarenprogramma van het museum.
- We streven naar gemiddeld 250.000 bezoekers per jaar, waarvan 185.000 betalende bezoekers. Minimaal 15 procent van de bezoekers komt uit het buitenland en 40 procent van onze bezoekers komt uit de provincies Groningen, Drenthe en Friesland.

Kernactiviteiten

Een nieuwe beleidsperiode geeft de kans om te onderzoeken of het museum zijn ambities weet waar te maken en welke nieuwe kansen en uitdagingen er komen. De kernactiviteiten van het Groninger Museum zijn behoud en beheer van de collectie, presentaties en educatie. Daarnaast zijn er de zakelijke activiteiten zoals marketing, communicatie, evenementen, fondsenwerving en het museumrestaurant en de museumwinkel. De bedrijfsvoering maakt de kernactiviteiten mogelijk.

Kernactiviteit collectievorming, beheer en behoud

Alles draait om de collectie, al sinds 1874. De diversiteit van de collectie van het Groninger Museum is onze kracht. Zij is regionaal, nationaal en internationaal, van bierglazen van Groningse sportverenigingen tot meesterwerken van Peter Paul Rubens en Jeff Koons. Kunst en geschiedenis uit Groningen, De Ploeg, moderne en hedendaagse kunst, design, mode en fotografie zijn de pijlers. In de laatste jaren is meer nadruk gelegd op kunst van Groninger kunstenaars. Ook de wereld van de populaire muziek en haar uitstraling op de beeldvorming kreeg grotere aandacht.

Kerncollecties

Het Groninger Museum is trots op zijn rol als hoeder van de belangrijkste collectie historisch erfgoed en zal daarin een sleutelrol blijven vervullen. Het historische erfgoed geeft aan het Groninger Museum een dimensie die noodzakelijk is om ook hedendaagse kunst en geschiedenis te kunnen begrijpen. De verzamelgebieden en de verzamelgeschiedenis bepaalden en bepalen in grote mate het erfgoed en daarmee het beeld en de identiteit van Groningen. Archeologie, geschiedenis, oude kunst en kunstnijverheid en kunstenaarsgroep De Ploeg zijn bij uitstek de regionale kerncollecties. Kennis ervan en interactie ermee zijn pijlers voor identiteitsvorming en verbinding.

De pioniersgeest van De Ploeg is een voorbeeld voor de pioniersgeest die Groningen karakteriseert. De collectie werken van de in 1918 opgerichte kunstenaarskring is sinds jaar en dag een voornaam zwaartepunt van het Groninger Museum. In het midden van De Lucchi-paviljoen bevindt zich de door de Stichting Beringer Hazewinkel gefinancierde Ploegpaviljoen, waar hoogtepunten uit de verzameling De Ploeg getoond worden. De samenwerking met diverse stichtingen zoals de Stichting De Ploeg en (sinds kort) de Stichting De Ploeg in Stad en Ommeland, onderstrepen dit feit en zijn voor het Groninger Museum van wezenlijk belang om dit belangrijke culturele erfgoed op hoog niveau blijvend uit te dragen.

Naast de blijvende focus op De Ploeg richt het Groninger Museum zich ook in toenemende mate op de generatie naoorlogse Groninger kunstenaars die van belang zijn geweest voor hun vernieuwende kijk op het (Groninger) landschap of anderszins.

Moderne en hedendaagse kunst, mode en design zijn belangrijke pijlers van het verzamel- en tentoonstellingsbeleid. Het Groninger Museum heeft een baanbrekende aankoopstrategie en werkt met een stipendium waarmee een beperkt aantal jonge kunstenaars/ontwerpers voor langere tijd wordt gevolgd en met opdrachten en aankopen wordt gesteund in hun artistieke ontwikkeling. Onze ambitie is namelijk niet om encyclopedisch te verzamelen, maar van enkele individuele auteurs een significant oeuvre te verwerven. Het Groninger Museum bezit de grootste collectie (inter) nationale moderne kunst in Noord-Nederland. Kerncollecties daarbinnen zijn de postmoderne kunst en design uit de jaren tachtig (uitmondend in het museumgebouw, dat als het grootste kunstwerk van de collectie kan worden beschouwd) en hedendaagse kunst op de grens met mode, design en fotografie. De aankopen hedendaagse kunst zijn veelal gedaan met de door het museum ontwikkelde stipendiumregeling met jonge hedendaagse kunstenaars en zijn een vruchtbare bron voor bruiklenen in binnen-en buitenland en voor internationaal reizende tentoonstellingen.

De verzameling Aziatische keramiek heeft ondanks de herkomst van de objecten een regionaal karakter. Zij is een van onze internationaal belangrijkste deelcollecties. De nadruk binnen deze verzameling ligt op de levendige oost-west relaties, van de zeventiende tot en met de negentiende eeuw. Er heeft zich een intensieve samenwerking gevormd met het Rijksmuseum Amsterdam, het Kunstmuseum Den Haag en het Keramiekmuseum Princessehof Leeuwarden, die allen ook een belangrijke (deel)verzameling hebben op dit gebied.

Cultuurpijlerschap
Het Groninger Museum is de enige erfgoedinstelling van de zeven door gemeente en provincie Groningen aangewezen Cultuurpijlers. Het Cultuurpijlerschap is als volgt ingevuld:

- We willen de Collectie Groningen, in dit geval gefocust op het Groninger Museum, letterlijk ‘in kaart brengen’. Met deze inventarisatie wordt niet alleen een actueel beeld van de collectiemobiliteit binnen de provincie verkregen. Tevens worden contacten met beheerders van collectieonderdelen van het Groninger Museum aangehaald of vernieuwd. Dit biedt eveneens de mogelijkheid om met deze collega’s in gesprek te gaan en hen te adviseren over het beheer en behoud, conservering en restauratie, alsmede de educatieve en publicitaire mogelijkheden van de collectie te bespreken. Talrijke artikelen over de topstukken in de provincie zijn reeds gepubliceerd. In de komende beleidsperiode zal er meer duidelijkheid komen over de ontwikkelingen van het Noordelijk Scheepvaartmuseum. Bij een succesvolle realisatie van het Museum aan de A zal de samenwerking geïntensiveerd worden en zal krachtenbundeling verdere exploitatie van het noordelijk erfgoed stimuleren.

- Tot op de dag van vandaag bepalen de schilderijen van Ploegkunstenaars zoals Jan Wiegers, Jan Altink, Johan Dijkstra en anderen mede onze blik op het Groninger landschap. Om dit bijzondere gegeven te benadrukken is begonnen het integreren van deze typerende kleurrijke Ploegschilderijen met de plek waar die werken ooit tot stand kwamen. In het kader van 100 jaar De Ploeg werden de eerste informatieve billboards reeds geplaatst. Voor De Ploeg komen daarvoor talloze plekken in aanmerking, zoals de oude Groninger kerken, typerende streek- en dorpsgezichten of een mooi uitzicht op het Hogeland. Een projectmedewerker neemt, gesteund door het museum en de Stichting De Ploeg in Stad en Ommelanden, de uitbreiding en continuïteit van deze Ploegroutes op zich. In samenwerking met Abel Leisure en tal van partners zullen binnen deze beleidsperiode vier fiets- en e-bike-routes gemarkeerd worden: fysiek met reproducties van schilderijen op de plek van hun ontstaan en virtueel via apps en flyers.

- Als Cultuurpijler staat het Groninger Museum ook aan de zijlijn van een project in de provincie, het Kunstcentrum De Ploeg (KCDP) in Wehe den Hoorn. Een bouwvallig rijksmonument zal daar met middelen uit diverse bronnen tot een levensvatbaar cultuurcentrum worden omgetoverd. Bij realisatie geeft dit het Groninger Museum de kans om meer informatie over een van onze kerncollecties te presenteren in de regio die de kunstenaars tot veel van hun werken inspireerde.

Menkemaborg
In 2021 is de Menkemaborg in Uithuizen honderd jaar onderdeel van het Groninger Museum. Als eigenaar van het gebouw en het grootste deel van de daarin getoonde collectie, helpen wij de zelfstandig opererende stichting met raad en daad. Het lustrum zullen we aanhouden om de binding van museum en de Menkemaborg in herinnering te roepen.

Presentatie van de eigen collectie
De ruimte die voor de presentatie van de collectie is gereserveerd is in vergelijking met vele andere musea relatief klein. We gebruiken de collectie echter creatief en wisselen veel. Sinds 2014 bestaat de semi-permanente presentatie onder de titel ‘De Collectie’ in het De Lucchi-paviljoen. Na vijf jaar ervaring weten we dat sommige onderdelen door de bezoekers nog steeds boeiend worden gevonden en andere aan vernieuwing toe zijn. Zeer populair bij Groningers, hun gasten en het onderwijs is bijvoorbeeld de zogenoemde ‘Erflaterzaal’ met portretten van bekende Groningers uit vele

eeuwen. De ‘Zilverberg’ maakt ook indruk, maar kan in een ‘Zilvergrotto’ omgetoverd worden om nog meer objecten en meer details beter zichtbaar te maken. De ‘Tijdslijn’ is aan een nieuwe keuze en inrichting toe, al dan niet in verhouding met de ontwikkeling van het Noordelijk Scheepvaartmuseum (Museum aan de A) tot een museum voor Groningse geschiedenis.

Beheer en behoud
Een van de kerntaken is het beheer en behoud van de collectie. Het depot in Hoogkerk voldoet aan alle condities die gesteld worden om de collectie van het Groninger Museum en daarmee van de collectie Groningen te behouden en te beheren. Om het beheer te optimaliseren en de collectie toegankelijk te maken voor een breed publiek, is een groot digitaliseringsproject opgestart. Alle objecten worden in beeld en in kaart gebracht en gecontroleerd op standplaats en bewaarcondities. Gelijktijdig wordt er een efficiëntieslag uitgevoerd in de inrichting en indeling van de depotruimtes. Nadat de collectie volledig in beeld gebracht is, zal deze op grond van de methode van de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed gewaardeerd kunnen worden.

Uit ervaring blijkt dat het publiek heel nieuwsgierig is naar wat er allemaal achter de schermen van een museum gebeurt en wat we allemaal aan de ogen onttrekken. Restauratie, lijsten, achterkanten van schilderijen, de beoordeling van waarde, het herkomstonderzoek; alles spreekt tot de verbeelding en zal binnen de beleidsperiode al dan niet in de vorm van een tentoonstelling aan het publiek gepresenteerd worden.

Ruimhartig bruikleenbeleid
De voorwerpen in de collectie maken soms al vele eeuwen deel uit van het Groninger erfgoed en vormen daarmee de Groningse identiteit. Het Groninger Museum blijft een ruimhartig bruikleenbeleid hanteren. Wij juichen het toe wanneer objecten en kunstwerken uit onze collectie in een andere omgeving en context gepresenteerd worden. De collectie vertegenwoordigt een waardevol materieel deel van de geschiedenis en identiteit van Groningen. Het is van groot belang dat dit materiaal niet alleen bewaard blijft, maar ook getoond wordt, zodat het onderwerp blijft van gesprek, van interpretatie en bewustwording. Het is ons streven dat zo veel mogelijk mensen in aanraking kunnen komen met onze collectie, die in wisselende samenstelling in eigen huis, maar ook op de Menkemaborg en bij andere musea in onze provincie, in Nederland en het buitenland wordt getoond.

Nieuwe aanwinsten
Nieuwe aanwinsten worden onderdeel van het Groninger en Nederlands cultureel erfgoed. Bij kostbare aanwinsten wordt hulp gevraagd van externe fondsen. Zonder de middelen van de BankGiro Loterij, Vereniging Rembrandt, het Mondriaan Fonds en vele andere stichtingen en particuliere weldoeners kan het museum de collectie kunst en erfgoed niet verrijken. Om het jaar wordt ons collectieplan getoetst en zo nodig aangepast.

Doelstellingen collectievorming, beheer en behoud
De collectie van het Groninger Museum wordt verrijkt, gebaseerd op alle speerpunten waarbij er evenredige aandacht is voor regionale, nationale en internationale kunst. Tweejaarlijks wordt het collectieplan opgesteld respectievelijk aangepast.

- Alle langdurige bruiklenen elders in de provincie zijn in het kader van het Cultuurpijlerschap in kaart gebracht en worden actief gebruikt voor de zichtbaarheid van de Collectie Groningen.
- Het Groninger Museum verwerft kunstwerken van alle pijlers van de collectie.
- De collectie van het Groninger Museum wordt volledig ontsloten en toegankelijk gemaakt, niet alleen om wetenschappelijk onderzoek te stimuleren, maar ook om een breed publiek op actieve wijze kennis te laten nemen met onze collectie.
- Het depot van het Groninger Museum, respectievelijk de inhoud ervan, wordt door digitalisering, maar ook door presentaties zichtbaarder gemaakt.

Kernactiviteit presentaties
Groningen is een bruisende stad, jong en dynamisch. Het Forum Groningen heeft dat verder gemanifesteerd en we zijn heel blij met deze nieuwe partner. Het museum levert een belangrijke bijdrage aan de uitstraling van de stadse cultuur die verder reikt dan de grenzen van de provincie.

Tentoonstellingsprogramma
De doelstelling ‘Het tentoonstellingsprogramma bevat jaarlijks één grote spraakmakende expositie die publiek uit heel Nederland en daarbuiten trekt’ is niet nieuw. Met *Nordic Art*, *David Bowie is*, *Rodin – Genius at Work*, *De Romantiek in het Noorden* en *CHIHULY* heeft het Groninger Museum regelmatig hoge bezoekcijfers bereikt, soms boven verwachting. Met *The Rolling Stones – Unzipped* staat de volgende expositie al in de startblokken. In recente jaren heeft het museum veel succes behaald met extern ingekochte tentoonstellingen. Dat is niet ongebruikelijk, en zelfs noodzakelijk, want we hebben niet de schaal die nodig is om jaarlijks een blockbuster zelf te ontwikkelen. Een gezonde mix van eigen producties, samenwerkingsverbanden en overnames van grote, grensverleggende tentoonstellingen is nodig om de internationale toppositie van het Groninger Museum vast te houden.

Tijdens het schrijven van deze subsidieaanvraag voeren we gesprekken met musea, partners en curatoren over de

invulling van de langetermijnplanning. Met name de winterperiodes staan daarbij in de focus. We kunnen in dit plan nog geen geheimen verklappen omdat nog geen inkt onder de contracten staat. Wat we wel kunnen beloven is dat er weer grote én boeiende projecten in zicht zijn. Die hebben allemaal ook te maken met onze krachten en de tentoonstellingstraditie. De ene keer is het een wereldster in de mode, de andere keer een kunstenaar die globaal actief is en globale aandacht trekt, dan weer een kunststroming uit het buitenland die in Nederland nog niet in overzicht gepresenteerd werd. In verband met de nodige geheimhouding kunnen we dit op verzoek alleen mondeling toelichten.

Kinderbiënnale
Een project buiten de winters dat we hier wél graag willen voorstellen en dat ook de potentie heeft om veel publiek te trekken is de *Kinderbiënnale*, een serie presentaties die in 2021 begint. Het idee is oorspronkelijk afkomstig van de National Gallery in Singapore, waar in mei 2017 met groot succes de eerste tentoonstelling werd georganiseerd. Het is een expositie van eigentijdse kunst van bekende (inter) nationale kunstenaars, die elk een installatie leveren waarbij interactiviteit voorop staat. Elke installatie daagt uit tot spelen, bewegen, zoeken, ontdekken met verschillende zintuigen, op een afwisselende manier. Daarom wordt de tentoonstelling heel toegankelijk voor kinderen en jongeren van alle leeftijden. Een belangrijk uitgangspunt is dat kinderen mede-curatoren zijn van de tentoonstelling. Een speciaal benoemde kinderraad kiest uit de voorselectie van de museum-staf de meest aansprekende kunstenaars en installaties. Wij zijn van plan om dit concept als eerste in Nederland te realiseren en daarbij zoveel mogelijk kinderen uit stad en ommelanden te betrekken.

Deelname aan culturele activiteiten
Het Groninger Museum doet actief mee aan culturele activiteiten in stad en ommelanden. Voorbeelden zijn de Groninger Museumnacht en Eurosonic/Noorderslag (ESNS). De Groninger Museumnacht heeft inmiddels een onmisbare plaats verworven. Als grootste museum van stad en provincie zijn de verwachtingen telkens hoog en die zullen we ook in de toekomst waarmaken. Het vermaarde popfestival ESNS biedt al enkele jaren aanleiding voor meestal kleine en sporadisch grote tentoonstellingen waar een link met de populaire muziek gelegd kan worden. Deze jonge traditie zetten we voort om het bruisende muzikale gebeuren in het museum zichtbaar gestalte te geven en de ambitie van 'ESNS Art' met nog meer kunst te vullen.

Presentaties
De semi-permanente opstelling en de tijdelijke presentaties bepalen in hoge mate het aanbod van het museum. Kwaliteit en aantrekkelijkheid zijn in balans en moeten dat blijven. Het museale veld, de pers en de bezoekers waarderen de eigenzinnigheid van het museum.

De eigen collectie biedt tal van mogelijkheden voor thematische presentaties die de grenzen van de genres en chronologie doorbreken en nieuwe verrassende verbanden leggen. Met de tijdelijke presentaties kunnen we het publiek verleiden en engagement uitlokken. In de komende jaren gaan we meer experimenteren met het centraal stellen van een thema en vervolgens met het bijeen zoeken van passende objecten. Zo kunnen we onze inzet op het gebied van interactiviteit, participatie en engagement versterken.

De afgelopen jaren is het programma van grootschalige presentaties breder opgezet, met uiteenlopende onderwerpen als *David Bowie*, *Auguste Rodin* en *Dale Chihuly*. Het is een uitdaging om telkens weer attractieve onderwerpen te vinden en te realiseren om zo heel Nederland te kunnen verleiden om naar Groningen te komen. De *blockbusters* zorgen voor veel bezoek van mensen die voor het eerst kennismaken met stad en museum.

Eigen producties
Het Groninger Museum blijft eigenzinnige, innovatieve dan wel interactieve tentoonstellingen ontwikkelen die de grens tussen kunst, design, mode, technologie en biologie onderzoeken en herdefiniëren; exposities die bezoekers meenemen naar andere werelden. Bij voorkeur activeren zij hen door het aanspreken van de verbeelding, laten hen onverwachte en nieuwe verbanden leggen en zetten aan tot reflectie. Eigen, vanuit passie gemaakte producties versterken het intellectuele eigendom en het immateriële kapitaal van het museum.

Door reizende eigen producties levert het Groninger Museum ook cultuur over de grenzen en zijn de tentoonstellingen uithangborden van het museum. Presentaties in het buitenland hebben vele voordelen en vragen tegelijkertijd ook een zorgvuldige planning zodat de organisatie van deze presentaties en de lopende activiteiten in het museum efficiënt verlopen. Samenwerkingsverbanden genieten de voorkeur voor het doorverkopen van tentoonstellingen.

150 jaar Groninger Museum
In 2024 bestaat het Groninger Museum 150 jaar. We zullen dit op gepaste wijze vieren en daarbij op twee presentaties focussen. Ten eerste een tentoonstelling over de geschiedenis en de praktijk van het verzamelen zelf; een boeiende kijk achter de schermen. We halen letterlijk en figuurlijk (vrijwel) alles uit de kast en presenteren de diversiteit en omvang van de collectie. De werktitel is *Onbekende schatten: de collectie van het Groninger Museum*. Voor deze tentoonstelling verwachten we veel publiek uit de regio. De tweede presentatie heeft de werktitel *Onbekende trots: hoe Van Gogh naar Groningen kwam*. Achter deze titel zitten de resultaten van een langdurig onderzoeksproject verborgen die dan voor de eerste keer aan het licht komen. Vrijwel onbekend

is namelijk dat in het oude Groninger Museum in 1896 de tot dan toe grootste tentoonstelling met werk van Vincent van Gogh te zien was. Deze presentatie was één van een reeks van acht exposities die door Groninger studenten georganiseerd werden die de toen moderne kunst naar het Noorden wilden brengen. De invloed ervan was enorm en is tevens deel van de tentoonstelling. 'Zonder Van Gogh geen kunstenaarsgroep De Ploeg' is de hypothese van het onderzoek. Hiervoor verwachten we publiek uit het hele land.

Doelstellingen presentaties

Het tentoonstellingsprogramma bevat jaarlijks tenminste één grote spraakmakende expositie die publiek uit heel Nederland trekt. De speerpunten van de collectie komen daarnaast jaarlijks op vernieuwende wijze in het programma aan bod.

- Het museum organiseert minimaal 8 en maximaal 12 presentaties en/of wissels per jaar.
- Een keer per jaar vindt een tentoonstelling plaats die meer dan 100.000 bezoekers trekt.
- De Kinderbiënnale vindt om het jaar plaats en heeft een onmisbare positie in de programmering verworven.
- Op de volgende gebieden wordt jaarlijks tenminste één (grote of kleine) tentoonstelling gerealiseerd: archeologie, geschiedenis, oude kunst en kunstnijverheid; De Ploeg en het expressionisme; moderne en hedendaagse kunst, mode en design.

Kernactiviteiten onderzoek en talentonwikkeling

Het Groninger Museum heeft nauwe contacten met vrijwel alle opleidingsinstituten in de provincie. Gratis toegang voor studenten die hier een opleiding volgen wordt mogelijk gemaakt door deze instellingen en het Akkoord van Groningen. De bezoekcijfers laten zeer duidelijk blijken dat dit aanbod ruimschoots wordt aangegrepen.

Samenwerking met opleidingsinstituten

De samenwerking met de Rijksuniversiteit Groningen, met name de opleiding Kunstgeschiedenis, is in de laatste jaren geïntensiveerd. Binnen de MA *curatorial studies* van de RUG wordt een centraal vak door de directeur van het Groninger Museum, tevens bijzonder hoogleraar bij de RUG, verzorgd. Het Groninger Museum neemt elk jaar één tot twee studenten voor een stage van zes maanden aan. De meeste afdelingen van het Groninger Museum leiden stagiairs op. Sinds 2015 bestaat de 'Beringer Hazewinkel conservator in opleiding', een traject dat twee jaar duurt. Ook de komende jaren zullen nog vele junior conservatoren via dit traject begeleid en opgeleid worden.

Onderzoek

Van de vijf ICOM-zuilen (verzamelen, bewaren, onderzoeken, tonen, overdragen) zal onderzoek de komende periode extra aandacht krijgen. De gebieden waar het Groninger Museum door onderzoek zich verder in profileert zijn 'het Groninger Museum met zijn directeur Frans Haks', 'de design-collectie in een techniek-filosofisch denkkader' en 'de invloed van Vincent van Gogh op het culturele klimaat van Groningen in het algemeen en De Ploeg in het bijzonder'.

Een wens voor de toekomst is de mogelijkheid om kleine onderzoekstentoonstellingen door een team studenten te laten realiseren die daarbij schatten uit het depot in het spotlicht zetten en nodig onderzoek verrichten waar de conservatoren geen tijd voor hebben. Langere onderzoeksprojecten hebben meer kans op financiering en slagen door gemeenschappelijke aanvragen. Deze projecten kunnen – op wens van de studenten zelf – ook een interdisciplinair karakter hebben. Samen met de Rijksuniversiteit Groningen gaat het Groninger Museum een gedeeld onderzoeksplan opstellen.

Stipendiumprogramma

Moderne en hedendaagse kunst, mode en design is een belangrijke pijler van het verzamel- en tentoonstellingsbeleid. Het Groninger Museum heeft een baanbrekende aankoopstrategie en werkt met een stipendium waarmee een beperkt aantal jonge kunstenaars/ontwerpers voor langere tijd wordt gevolgd en met opdrachten en aankopen wordt gesteund in hun artistieke ontwikkeling. Onze ambitie is namelijk niet om encyclopedisch te verzamelen, maar van enkele individuele kunstenaars/ontwerpers een significant oeuvre te verwerven.

In het stipendiumprogramma komen samenwerking, talentontwikkeling en een langetermijnvisie van kunstenaar en museum samen. Ook met het samenwerkingsverband Young Grunn Artist (YGA) helpen we jonge kunstenaars op weg naar een (wereld)carrière. Met dit stipendiumprogramma neemt het Groninger Museum een bijzondere en gedurfde positie in binnen het nationale (en internationale) museumlandschap.

Doelstellingen onderzoek en talentontwikkeling

- Conservatoren van het Groninger Museum publiceren over hun onderzoek in interne en externe publicaties.
- Samen met de Rijksuniversiteit Groningen gaat het Groninger Museum een gedeeld onderzoeksplan opstellen.
- Het Groninger Museum continueert zijn stipendiumprogramma voor kunstenaars en het samenwerkingsproject Young Grunn Artists.

Kernactiviteit educatie en publieksinformatie

De afdeling Educatie en Publieksinformatie heeft een klassieke brugfunctie tussen zenden (op basis van inhoud), ontvangen (van input van het publiek) en verbinden. Educatie is vanaf het begin van de ontwikkeling van elk project nauw betrokken en kan zelf een centrale rol in de totstandkoming van een project hebben. De afdeling is onlangs versterkt met een medewerker buitendienst en vaste museumdocenten. Deze versterking stelt de afdeling beter in staat om in alle projecten en activiteiten geïntegreerd te worden.

Overdracht

Het Groninger Museum dient alle doelgroepen. Voor de focus op speciale doelgroepen staat een stabiele basis aan overdrachtsvormen. Alle medewerkers zijn hiervan doordrongen, waarbij de afdelingen Educatie en Publieksinformatie een sleutelrol toekomt. Veel voorwerpen, beeldende kunst of historische artefacten, spreken niet voor zichzelf en behoeven toelichting. Het heeft de hoogste prioriteit om in tekst en uitleg zo inclusief mogelijk te zijn. Overdracht in een museum begint met de teksten op zaal. We houden het beleid van fysiek en inhoudelijk goed leesbare teksten in de drie talen – Nederlands, Engels en Duits – aan. Het Groninger Museum was het eerste museum in Nederland (zo niet in de wereld) dat object-labels in de vaste collectie door kinderen liet schrijven. We gaan deze aanpak verder uitwerken en intensiveren.

Onze rondleidingen volgen de methodiek van *Visual Thinking*; ze zijn interactief en nodigen de bezoekers tot meer deelname en actief kijken uit. Verwondering en meningsvorming worden zo tot in detail en door interactie met het publiek gerealiseerd. Een andere manier om het publiek uit een passieve houding te lokken is *story making*. Speciaal getrainde medewerkers zoeken het gesprek met de mensen en laten hen hun verhaal vertellen. Deze methode past bij onze missie om het publiek actiever te benaderen en zal zeker voortgezet worden.
Het Groninger Museum was vaak een pionier in het gebruik van technische ondersteuning bij overdracht, zoals multimediatours en virtual reality. Ontwikkelingen op dit gebied blijven we volgen en passen we toe binnen de kaders van de technische en financiële mogelijkheden.

Het Groninger Museum Magazine is een zeer gewaardeerd communicatie- en overdrachtsmiddel en verschijnt ook in de toekomst tweejaarlijks.

Specifieke doelgroepen bij het museum betrekken

Het Groninger Museum heeft in de laatste jaren meerdere specifieke doelgroepen bij het museum weten te betrekken, zoals alzheimerpatiënten, doven en slechthorenden. Dit continueren wij en breiden het uit door ons ook op de doelgroep eenzame ouderen en mensen uit diverse culturele achtergronden te richten. Voor blinden en slechtzienden willen we naast gepaste rondleidingen ook tekstborden met reliëf en braille installeren.
Families staan hoog in het vaandel bij het museum. Met grote vreugde zien wij dat van ons Atelier en de ontdekkingsruimte in het Info Center veel meer gebruik wordt gemaakt dan voorheen. Het doel is om op relatief korte termijn ook het keurmerk '*kidsproof*' van de museumvereniging te vergaren. De JuniorClub (7-13 jaar) gaat daarbij een actieve rol spelen.

De afdeling Educatie zorgt voor een vaste programmering voor alle (basis)scholen in stad en ommelanden. Onze activiteiten op dit gebied maken deel uit van het cultuurmenu en de busvervoer-projecten zoals Culturele Mobiliteit (CulMo). We willen in samenwerking met Kunst & Cultuur in de toekomst niet alleen scholieren uit Groningen, maar ook uit Drenthe en Friesland bij ons ontvangen. Extra aandacht zal uitgaan naar het vmbo en mbo, door middel van samenwerkingsprojecten, speciale programma's en klankbordgroepen.

Het museum wil meer jongeren bereiken die niet warmlopen voor een museumbezoek, door goed te luisteren naar hun wensen. Op de planning staat het creëren en nauwgezet begeleiden van een groep van jonge *influencers*.

Buiten de deuren van het museum treden

In 2018 is een begin gemaakt met het wijkenprogramma dat in 2019 de eerste zichtbare resultaten opleverde.
Het Groninger Museum zal met haar 'medewerker buitendienst' en alle beschikbare krachten en middelen dit programma voortzetten en intensiveren. Het doel is om families uit alle wijken in Groningen en daarbuiten bij het museum te betrekken. Families uit Vinkhuizen, Beijum en de Oosterparkwijk gingen hen voor. De middelen om dit te bereiken zijn niet alleen de familiedagen met gratis toegang voor de bewoners. Wij gaan ook zelf de wijken in om contact te zoeken en te houden met Groningers die niet tot de klassieke museumgebruikers horen.

Het museum heeft onlangs een opvallende Airstream-caravan aangeschaft en daarmee op festivals al veel zichtbaarheid bereikt, zoals bijvoorbeeld tijdens het eerste Stadspark-festival *Stadspark Live* en op Noorderzon. Het gebruik ervan is altijd interactief, er worden workshops aangeboden en onze medewerkers komen daar met het publiek in gesprek. De caravan zal ook in de toekomst regelmatig ingezet worden.

Wall House #2

Sinds 2017 wordt Wall House #2, het architectuuricoon van John Hejduk aan het Hoornsemeer, door het Groninger Museum geprogrammeerd. Het gebouw is in bezit van de gemeente Groningen. De doelstelling was en is de betrekking van de wijk te vergroten en Groninger kunstenaars

een podium te bieden. Wall House #2 is onder architectuurkenners een juweel en voor de wijk een ontmoetingsplek. De intimiteit voorkomt hoge bezoekcijfers, maar zorgt voor meer intensiteit en interactie.

Doelstellingen educatie en publieksinformatie

Het educatieve aanbod voor de 'gewone' bezoeker blijft op hoog niveau. Het Groninger Museum past zijn lesmethodes en de technische middelen continu aan.

- Alle rondleidingen zijn interactief.
- Alle publieksinformatie in het museum sluit naadloos aan bij het beoogde publiek en houdt rekening met de diversiteit van onze doelgroepen.
- Het Groninger Museum is een museum voor de hele familie.
- Het Groninger Museum organiseert drie wijkdagen per jaar en activiteiten in en rondom de museum-caravan op festivals en in de provincie.
- Het Groninger Museum optimaliseert zijn toegankelijkheid.
- Elke leerling uit de provincie Groningen zal het Groninger Museum tenminste eenmaal bezocht moeten hebben.
- Het busprogramma voor scholieren blijft gehandhaafd en wordt na mogelijkheid uitgebreid naar Drenthe.

Kernactiviteit financiën, commercie en ondersteuning

Inhoud, ambitie en de financiële kaders zijn niet van elkaar te scheiden. De leidraad van het Groninger Museum is daarbij zakelijk idealisme. Het museum kan alleen tot leven komen als er financiële slagkracht bestaat. De nieuwe economie biedt nieuwe kansen, oude en nieuwe relaties zullen we koesteren en uitbouwen. Het Groninger Museum is cultureel ondernemend en creatief.

Zakelijke activiteiten

Onder de zakelijke activiteiten vallen het museumrestaurant, de museumwinkel, evenementen en fondsenwerving. Zowel met de winkel als met het restaurant kan de verbinding met het Groninger Museum verder uitgewerkt worden. Beide worden nu en waarschijnlijk ook in de toekomst door externe bedrijven uitgebaat. De samenwerking met CEDON GmbH (winkel) en de Vermaat Groep (restaurant) is collegiaal en professioneel. Op de planning staat een substantiële verbouwing en upgrade van het restaurant en het terras.

Het streven blijft om de financiële weerbaarheid te handhaven en verder te versterken. Onze subsidiegevers zijn zeer welwillend en dragen het museum een warm hart toe. De begrotingen van de overheden staan echter onder druk. Tegelijk neemt de rol van de grootste industriële sector in het Noorden, de gasindustrie, af.
Het museum onderzoekt en realiseert reeds (innige) samenwerkingsverbanden met andere musea binnen en buiten de provincie. Hier liggen vooral mogelijkheden bij de ondersteunende functies zoals beveiliging, p&o, financiën en secretariaat. Door nauwe samenwerking wordt gezocht naar verdere efficiëntie en verhoging van de dienstverlening met op termijn kostenbesparing als doel. De ondersteunende afdelingen zijn niet alleen instrumenteel bij het uitvoeren van de taken van het museum, maar spelen ook een belangrijke rol bij het formuleren en realiseren van het beleid.

Fondsenwerving en -begeleiding

Het museum zorgt voor een actief relatiebeheer, voor de begeleiding van sponsoren, de follow-up van campagnes, het bewaken van de processen en het uitwerken van samenwerkingsverbanden met partners en sponsoren. Dat gebeurt niet alleen in de vorm van relatie-events, workshops-op-maat, borrels of previews, maar ook door mee te denken met de partner en het ontplooien van initiatieven. De rol van de algemeen directeur is bij het werven en aanboren van (nieuwe) sponsoren en fondsen belangrijk en niet-vervangbaar; ook de zakelijke directeur zal hier een actieve rol in spelen.

Het Groninger Museum organiseert tal van evenementen: openingen, previews, Vriendenavonden, Salonbijeenkomsten, wetenschappelijk symposia, de Groninger Museumnacht, de Nacht van Kunst en Wetenschap en interne ontvangsten. Evenementen spelen in toenemende mate een belangrijke rol bij fondsenwerving- en begeleiding.

Doelstellingen financiën, commercie en ondersteuning

- De financiële weerbaarheid wordt verder versterkt door enerzijds kostenbesparing en efficiënte samenwerking en anderzijds door het aantrekken van sponsoren en fondsen, zowel voor tentoonstellingen als voor projecten.
- Samen met de gemeente, die eigenaar van het gebouw is, wordt het groot onderhoudsplan binnen de komende beleidsperiode vastgesteld en uitgevoerd.
- Het museum verbruikt minder energie.

Klantgerichtheid naar binnen en naar buiten

De marketing van het Groninger Museum staat niet alleen in dienst van alle activiteiten, maar is ook een belangrijke schakel bij het identificeren van wat er in de maatschappij speelt, welke onderwerpen interessant zijn en wat het publiek van ons verwacht. Marketing draagt bij aan een succesvolle meerjarenprogrammering, waardoor de interactie met het publiek beter wordt geïntegreerd in de programmering van tentoonstellingen en evenementen.

De communicatiemiddelen van het Groninger Museum passen bij de missie van het museum en bereiken maximaal effect om zoveel mogelijk mensen attent te maken op het museum en haar activiteiten en hen tot bezoek te verleiden. De communicatiemiddelen zijn geschikt voor diverse doelgroepen.

Klantgerichtheid en klantbewustzijn zijn leidend voor alle medewerkers in hun handelen en in de uitingen van het Groninger Museum. Elke bezoeker, zakenpartner en leverancier is potentieel ambassadeur en kan de missie van het museum uitdragen. Onze focus is dus niet alleen gericht op wat het Groninger Museum voor haar bezoekers kan betekenen, maar ook wat de bezoekers voor het museum kunnen betekenen.

De focus op het publiek en nieuwe publieksgroepen moet museumbreed gedragen worden. De openheid en de proactieve houding spiegelen we ook intern. Alle producten van het museum zijn het resultaat van intensieve samenwerking tussen alle sectoren, afdelingen en individuen die in het museum werken. Ons bedrijf en dus ook onze bedrijfscultuur staan in de schijnwerpers. We leggen de nadruk op opleiding en ontwikkeling van het personeel. Klantgerichtheid is niet alleen extern gericht, maar werkt ook binnen de organisatie. We respecteren elkaars deskundigheid, individualiteit en ondersteunen elkaar buiten de grenzen van specialisme en afdeling.

Zoals in het mission statement verwoord gaat het in het museum niet alleen om passief kijken, maar om interactie met en participatie van het publiek. Om dit te bereiken is in vele musea een vernieuwde houding van alle medewerkers nodig. Gelukkig hebben eerste ervaringen op dit gebied in de afgelopen jaren aangetoond dat het Groninger Museum door actieve stappen naar buiten te doen, ook daadwerkelijk iets kan bereiken om mensen meer met cultuur samen te laten leven.

De drie codes

Governance Code Cultuur

De manier waarop het Groninger Museum de Governance Code Cultuur toepast, sluit aan bij de doelstelling, aard en omvang van de organisatie. De code wordt jaarlijks besproken in een vergadering van de raad van toezicht en directie. In de jaarverslagen van het Groninger Museum wordt aangegeven op welke manier dat jaar de code toegepast is.

Bestuur

Het Groninger Museum is ondergebracht in de Stichting Groninger Museum voor Stad en Lande. De directie vormt het bestuur van de Stichting. Met de definitieve invulling van de positie van een zakelijk directeur, zijn beide directeuren statutaire bestuurders. Het directiestatuut en de statuten worden dan aangepast en tevens worden de codes verwerkt.

Het Groninger Museum hanteert een risicomatrix die periodiek wordt geactualiseerd en besproken met de auditcommissie van de raad van toezicht. Jaarlijks wordt in de jaarrekening verslag gedaan van het systeem van risicobeheersing en controle.

Regeling melden vermoeden misstand of onregelmatigheid

In de komende beleidsperiode zal er een ‘Regeling melden vermoeden misstand of onregelmatigheid’ opgesteld en ingevoerd worden, waarmee wordt geborgd dat medewerkers onregelmatigheden kunnen melden zonder risico voor hun positie.

WNT

Het Groninger Museum valt onder de Wet Normering Topinkomens (WNT). De raad van toezicht houdt bij het vaststellen en aanpassen van de bezoldiging van het bestuur rekening met de maximumbeloning conform de WNT.

Raad van toezicht

De raad van toezicht handelt conform het reglement waarin de taken, verantwoordelijkheden en werkwijze zijn vastgelegd. Het reglement is in 2016 opgesteld en wordt tweejaarlijks aangepast om te voldoen aan de praktijkaanbevelingen van het principe van de Code Cultural Governance.

Minimaal eenmaal per jaar vergadert de raad van toezicht zonder de directie. Tijdens deze vergadering wordt in ieder geval gesproken over het eigen functioneren en de relatie met de directie. Er is buiten de vergaderingen frequent contact tussen de raad van toezicht en de directie. De voorzitter en vicevoorzitter voeren jaarlijks gesprekken met de algemeen directeur en de zakelijke directeur over hun functioneren.

Herbenoemingen van leden van de raad van toezicht zijn bij het Groninger Museum geen automatisme. Bij iedere

herbenoeming wordt een afweging gemaakt, mede op basis van de profielschets, en wordt het traject gevolgd dat ook voor benoemingen geldt.

Fair Practice Code

Het Groninger Museum zet in op groei van het menselijk kapitaal. Op basis van het *Beleidsplan Groninger Museum 2021-2028* wordt een ontwikkelingsprogramma opgesteld waarbij de kernwaarden van het Groninger Museum voor alle medewerkers centraal staan. Elke discipline binnen de organisatie zal meegenomen worden en opleidingsmogelijkheden aangeboden krijgen om de kernwaarden toe te kunnen passen in zijn/haar werkzaamheden.

Alle medewerkers van het Groninger Museum worden conform de museum cao betaald; stagiairs ontvangen een stagevergoeding voor hun inzet en leveranciers en andere partners ontvangen marktconforme vergoedingen. Middels aanbesteding van aanvragen voor offertes wordt nagegaan of aan alle vereisten van de code en de maatschappelijke normen en waarden wordt voldaan.

Het Groninger Museum werkt van oudsher samen met jonge artiesten en kunstenaars. Zij worden door de conservator van het museum begeleid en middels stipendium-overeenkomsten wordt zorggedragen voor een rechtvaardige financiële relatie. Uit presentaties van levende kunstenaars worden vrijwel altijd aankopen gedaan.

Code Diversiteit en Inclusie

Het Groninger Museum omarmt de Code Diversiteit en Inclusie. Het museum wil een afspiegeling zijn van de Nederlandse samenleving, passend bij de regionale situatie. Dit betekent dat het museum voor verschillende disciplines van tevoren bepaalt op welke manier diversiteit een positie kan krijgen in de ontwikkeling van die discipline.

Bij het opstellen van het meerjarenprogramma wordt, naast de mate van attractiviteit en het concurrentievermogen, tevens meegenomen hoe diversiteit bijdraagt aan de gewenste profilering van het programma en van het Groninger Museum in haar geheel. De komende jaren worden er programma's naar andere doelgroepen in de stad gebracht; onderwerpen van tentoonstellingen zullen ook nieuwe doelgroepen aantrekken.

Bewust worden doelen gesteld op basis waarvan nieuwe doelgroepen zich aangetrokken voelen. De afdeling Educatie gaat, naast de focus op de huidige doelgroepen zoals alzheimerpatiënten en slechthorenden, ook programma's ontwikkelen voor eenzame ouderen en mensen uit diverse culturele achtergronden. Tevens is het streven om alle vmbo- en mbo-scholieren in Groningen tenminste eenmaal in deze beleidsperiode bij het Groninger Museum uit te nodigen.

Er wordt een personeelsplan opgesteld waaruit blijkt wat de huidige situatie is, wat de gewenste situatie over acht jaar is en op welke manier het Groninger Museum daar naartoe kan bewegen. Bij het vaststellen van de profielen voor vacatures is diversiteit één van de criteria die meegenomen wordt.

Het bewust omgaan met diversiteit geldt zowel voor partners die facilitair het Groninger Museum ondersteunen als partners die betrokken zijn bij het primaire proces.

Partners

We zijn trots op een lange lijst partners en willen de samenwerking aanhouden en intensiveren.
Met de Groninger Museum Salon en de Vereniging Vrienden van het Groninger Museum delen we de ambitie om het aantal leden te verhogen. Zij dragen persoonlijk bij aan aankopen en evenementen en zijn dé ambassadeurs van inhoud en beleid.

Begunstigers
BankGiro Loterij, Fonds 21, J.B. Scholtenfonds / H.S. Kammingafonds, Mondriaan Fonds, Prins Bernard Cultuurfonds, Stichting Beringer Hazewinkel, Stichting De Ploeg, Vereniging Rembrandt, Vereniging Vrienden van het Groninger Museum, VSB Fonds

Sponsoren
GasTerra, Gasunie, Rabobank Stad en Midden Groningen, TKP

Groninger Museum Salon
ABN AMRO, Algemeen Belang Verzekeringen, s'Amuse, Apotheek Helpman, Boer & Croon Management, BroekemaNielsen Notarissen, Communicatio, CRM Excellence, H26 Advocaten, Effektief Groep, Gardepoort, J.R.H. van den Hende Register Makelaar – Taxateur Kunst & Antiek, Huis voor de Kunst, NNZ, Noorderpoort, NTC Vastgoed, Richard ter Borg Kunsthandel, Sai & Schut Registeraccountants, Team 4 Architecten

Colofon

Met medewerking van:
Sietse Bijsterveld, Ingrid Blondeau, Andreas Blühm, Wouter Bos, Jorrit Huizinga, Mariëtta Jansen, Henk Jelijs, Jenny Kloostra, Egge Knol, Steven Kolsteren, Louise ter Kuile, Muriel Ramuz, Bianca Rongen, Ruud Schenk, Geert Slagter, Karina Smrkovsky, Mark Wilson, Sue-an van der Zijpp

Met dank aan:
Marie Nieborg, Regina Zwaagstra