



GRONINGER MUSEUM
BELEIDSPLAN 2013-2016

VOORWOORD	3
1. TERUGBLIK	4
2. DE KOMENDE BELEIDSPERIODE: 2013-2016	6
3. PRESENTATIES	7
4. COLLECTIES	10
5. EDUCATIE EN PUBLIEKSINFORMATIE	12
6. COMMUNICATIE, PUBLIC RELATIONS EN MARKETING	15
7. COMMERCIËLE ACTIVITEITEN	17
8. GEBOUW	19
9. GRONINGER FORUM	19
10. FINANCIËN EN BEDRIJFSVOERING	20
11. PERSONEEL EN ORGANISATIE	22
MEERJAREN-PERSPECTIEF 2013-2016	25
FISCALE EN JURIDISCHE CONSTRUCTIE GRONINGER MUSEUM	26
ORGANOGRAM GRONINGER MUSEUM	27

VOORWOORD

Voor u ligt het beleidsplan van het Groninger Museum waarin, na een korte terugblik op de afgelopen beleidsperiode, de plannen voor de jaren 2013-2016 worden toegelicht.

Het economische getij zit momenteel niet mee. De culturele sector in Nederland heeft de komende jaren te maken met ernstige bezuinigingen, en ook de sponsormarkt loopt terug. Het zal van het Groninger Museum een grotere inspanning dan voorheen vergen om aan het bestaande ambitieniveau vast te houden. Toch is dat de eerste doelstelling van dit beleidsplan: het kwaliteitsniveau van de tentoonstellingen en alle andere activiteiten handhaven en daarmee een groot publiek blijven bereiken.

Wat de ambities betreft is het mission statement van het Groninger Museum, dat naar onze mening nog niet aan kracht heeft ingeboet, de meest beknopte formulering voor de uitgangspunten van beleid:

Collecties en presentaties vormen samen met educatie de basis van het Groninger Museum.

Het Groninger Museum is extrovert en veelkleurig en richt zich op een breed publiek.

Met de presentaties, van nationale en internationale betekenis, wil het Groninger Museum het publiek verwonderen en aanzetten tot meningsvorming.

Collecties, presentaties en educatie zijn de drie kernactiviteiten van het museum en komen daarom in dit beleidsplan als eerste aan bod. Alle beleidsbeslissingen zijn erop gericht deze drie taken op een zo hoog mogelijk niveau uit te oefenen.

Kees van Twist
Algemeen directeur

1. TERUGBLIK

Het tentoonstellingsprogramma van het Groninger Museum is in de afgelopen twee beleidsperiodes bijzonder succesvol geweest en het museum heeft, wanneer 2010 even buiten beschouwing wordt gelaten (toen het museum vanwege de revitalisatie gedurende acht maanden gesloten was), sinds 2004 gemiddeld 206.000 bezoekers per jaar getrokken. Het meest droegen daaraan bij de tentoonstellingen van laat negentiende- en vroeg twintigste-eeuwse kunst, waarmee het Groninger Museum sinds de overweldigend succesvolle tentoonstelling van Ilja Repin in 2001 een traditie heeft opgebouwd. Zo trokken *Het Russische Landschap* (2004), *Russische Sprookjes* (2008), *Waterhouse* (2009) en *Het onbekende Rusland* (2011) elk meer dan 100.000 bezoekers. Deze tentoonstellingen waren mogelijk dankzij de financiële ondersteuning van twee fondsen: de Stichting Fondsbeheer Culturele Relatie-evenementen Gasunie en GasTerra en de Stichting Fonds Kunst en Economie.

Daarnaast profileerde het Groninger Museum zich sterk met tentoonstellingen op het gebied van hedendaagse kunst, mode(fotografie) en design. Er werden spraakmakende exposities georganiseerd van kunstenaars als *Hussein Chalayan* (2005), *Marc Quinn* (2006), *Mariko Mori* (2007), *Ai Weiwei* (2008) en *Folkert de Jong* (2009), naast de groepstentoonstellingen *Nocturnal Emissions* (2004), *Material World* (2011) en het grote overzicht van hedendaagse Chinese kunst in 2008.

Het tweede speerpunt in het beleid ten aanzien van moderne kunst is het werk van de Groninger schilders van De Ploeg, geplaatst in de context van het internationale expressionisme. Op dit gebied waren onder meer te zien: *Van Kirchner tot Kandinsky* (2005), *Jan Jordens en tijdgenoten* (2006), *De kring rond Kirchner* (over de relatie tussen De Ploeg en de Zwitserse groep Rot-Blau, 2007), en een presentatie van topstukken uit het *Brücke Museum Berlijn* (2009). Behalve deze tentoonstellingen, die geheel of gedeeltelijk uit bruiklenen werden samengesteld, zijn werken van De Ploeg uit de eigen collectie en uit het langdurig bruikleen van Stichting De Ploeg in diverse andere combinaties gepresenteerd.

Op het gebied van de regionale geschiedenis en kunstnijverheid werden twee grote, drukbezochte tentoonstellingen georganiseerd: *Professor van Giffen en het geheim van de wierden* (2006) en *Gronings zilver* (2011), naast tientallen kleinere presentaties, zowel in het museum zelf als op andere locaties in de stad en de provincie.

De collectie is in de afgelopen jaren met talloze aankopen en schenkingen versterkt, zowel wat betreft de hedendaagse kunst, mode en design, als wat betreft de beide andere speerpunten van verzamelbeleid: De Ploeg en het expressionisme enerzijds, en de regionale geschiedenis en kunst(nijverheid) anderzijds. Daartoe werd het museum in staat gesteld door subsidies van de gemeente Groningen en de provincie Groningen; door landelijke fondsen als de Mondriaan Stichting en de BankGiro Loterij; door noordelijke fondsen als de Stichting Beringer Hazewinkel, het J.B. Scholtenfonds, en het Roode Weeshuisfond; en door de Vereniging van Vrienden van het Groninger Museum en particulieren. Een enorm belangrijke stap ten aanzien van het collectiebeheer was de oplevering van het nieuwe depot in 2007.

In 2010 vond de revitalisatie van het gebouw van het Groninger Museum plaats. Dit betrof groot en noodzakelijk technisch onderhoud (onder meer de vervanging van praktisch alle vloeren en een opknapbeurt van hele buitenkant) en vernieuwing van een aantal vitale publieksruimten. Zo kreeg het nieuwe Infocentrum niet alleen een spectaculaire vormgeving door Jaime Hayon, maar werden ook de functies vanuit zowel educatief als marketing-technisch oogpunt door middel van digitale technieken geoptimaliseerd. Met de Job Lounge kreeg het museum een aantrekkelijke ruimte voor verhuur aan derden: kleine groepen, presentaties, huwelijken etc. Het museumrestaurant was aan een grondige opknapbeurt toe en werd vormgegeven door Maarten Baas, een van de internationaal succesvolste jonge Nederlandse ontwerpers. De bijdrage van deze jonge vooraanstaande ontwerpers (van elk van hen heeft het museum al een belangrijke collectie in huis) had ook de goedkeuring van Alessandro Mendini, de hoofdarchitect van het gebouw. Het museum als gezamenlijk project van meerdere kunstenaars en ontwerpers ligt geheel in de lijn van de opvattingen van Mendini. Het museumgebouw was al sterk verweven met de collectie postmodern Italiaans design, nu is dat ook het geval met onze collectie hedendaags grensverleggend design. De artistieke kwaliteit van de revitalisatie is in tal van internationale (vak)tijdschriften en websites gesignaleerd en geprezen.

Van alle revitalisatieplannen kon alleen de nieuwe museumwinkel op de binnenpiazza om juridische en financiële redenen helaas nog niet worden gerealiseerd. Los daarvan zijn alle werkzaamheden in het kader van de revitalisatie binnen de daarvoor gestelde termijn uitgevoerd. Sinds de heropening van het museum in december 2010 is de bezoekersstroom weer als vanouds, en met een grotendeels vernieuwd gebouw kan het Groninger Museum versterkt de toekomst ingaan.

Een belangrijke vernieuwing op het gebied van educatie en publieksinformatie is de introductie van de GM-collector. Bij binnenkomst krijgen de bezoekers van het museum een sleutelhanger met daarin een chip die zij bij kastjes naast de werken in de tentoonstelling kunnen opladen. Na aanmelding via het Infocentrum krijgen zij de afbeeldingen en extra informatie over de door hen geselecteerde kunstwerken via e-mail thuis toegezonden. Op die manier kunnen de bezoekers als het ware hun persoonlijke 'catalogus' van een tentoonstelling samenstellen. De GM-collector bevat extra informatie bovenop die welke al in de tentoonstellingscatalogus en het Groninger Museummagazine wordt geboden. Het Groninger Museum is het eerste museum in Nederland dat werkt met deze technologie, die ook op het gebied van marketing een grote rol gaat spelen.

Enkele tegenvallers rond de revitalisatie hebben er wel mede toe bijgedragen dat het Groninger Museum in 2011 in financiële problemen belandde. Zo bracht de revitalisatie meerkosten met zich mee waar niet op was gerekend. De bezoekersaantallen en de omzet van het museumrestaurant in het jaar van de revitalisatie waren door ons vooraf te optimistisch ingeschat. Gedurende een aantal maanden tijdens de sluiting hebben wij in het oude gebouw van het Groninger Museum aan de Praediniussingel een keuze uit de eigen collectie getoond, maar de bezoekersaantallen daar vielen tegen, terwijl de kosten ervoor relatief hoog waren. Het museumrestaurant was gedurende een deel van de revitalisatieperiode weliswaar geopend, maar bleek naast een gesloten museum veel minder in trek dan verwacht. De GM-collector bleek ook duurder uit te vallen dan was begroot, mede omdat het een vernieuwend concept was, waarvan de technische consequenties niet allemaal waren voorzien.

Naast de revitalisatie speelden andere factoren een rol bij de financieel zorgelijke situatie in 2011. Zo maakte het publiek in de afgelopen jaren steeds meer gebruik van allerlei kortingsmogelijkheden op de entreekaartjes (museumjaarkaart, acties e.d.), waardoor bij gelijkblijvende bezoekersaantallen de inkomsten toch lager uitvielen. Een belangrijke factor is ook de begrotingssystematiek van de grote tentoonstellingen. Voor de grote A-tentoonstellingen moeten soms lang van tevoren (hoge) kosten worden gemaakt, terwijl de gelden van sponsors en subsidiegevers meestal (lang) na afloop worden overgemaakt.

Om de financiële positie van het Groninger Museum te verbeteren en een steviger basis voor de lange termijn te creëren hebben wij in 2011 een plan van aanpak opgesteld. Een belangrijk onderdeel van het plan van aanpak is onder andere een vacaturestop: een aantal functies is al niet meer ingevuld en in de nabije periode zullen nog enkele functies via natuurlijk verloop komen te vervallen. Daarmee wordt de kernbezetting van het Groninger Museum gereduceerd tot het absolute minimum dat nodig is om op het huidige niveau te blijven functioneren. Er is een nieuwe organisatiestructuur ingevoerd die efficiënter werken bevordert en ons in staat stelt sneller en doeltreffender te reageren wanneer de financiële omstandigheden daartoe noodzaken. Daarnaast zullen de gemeente en de provincie vier keer per jaar een financiële controle uitvoeren. Het streven is erop gericht om in de komende jaren de financiële weerbaarheid van het museum te vergroten door uit de eigen inkomsten geleidelijk aan een financiële buffer op te bouwen om op de langere duur de afhankelijkheid van de overheden terug te dringen, zonder het ambitieniveau aan te tasten. Want om de culturele en economische waarde van het Groninger Museum in stand te houden is het van cruciaal belang het ambitieniveau hoog te houden.

2. DE KOMENDE BELEIDSPERIODE: 2013-2016

Voor de komende beleidsperiode heeft het Groninger Museum zich vijf hoofddoelstellingen gesteld:

1. Het bestaande inhoudelijke ambitieniveau van het Groninger Museum handhaven: behoren tot de top van de Nederlandse museumwereld; eigenzinnige, verrassende en spraakmakende tentoonstellingen van kunst, mode en design van internationaal niveau organiseren; de collectie versterken in lijn met de (collectie)geschiedenis, identiteit en uitstraling van (het gebouw van) het Groninger Museum en door middel van een professioneel beheer en behoud overdragen aan toekomstige generaties.
2. Per jaar gemiddeld 200.000 bezoekers trekken. Een belangrijke rol is hierbij weggelegd voor de zogenoemde A-tentoonstellingen, maar het museumgebouw als een van de belangrijkste iconen van de stad Groningen en de kwaliteit van alle overige presentaties dragen eveneens niet gering bij aan de economische en culturele meerwaarde die het Groninger Museum heeft voor de stad Groningen als toeristische trekpleister en als vestigingsplaats.
3. De inhoudelijke binding met stad en provincie Groningen versterken door beheer van de belangrijkste collectie provinciale oudheden, kunst en kunstnijverheid; door deze te presenteren in het museum (zolang het Groninger Forum nog niet is gerealiseerd) en faciliteren van historische presentaties elders in provincie en stad (voor zover professionele en financiële kaders dit toelaten); door het presenteren van de kunst van de Groninger Ploeg in internationale context; door meer bezoekers uit stad en provincie te trekken.
4. Door middel van professionele en vernieuwende educatieve programma's en publieksbegeleiding de informerende, opiniërende en inspirerende taak van het museum optimaal vorm te geven. Dit geldt voor de schooljeugd, maar niet minder voor andere doelgroepen: individuele bezoekers, studenten, ouderen, etc.
5. In deze periode het negatief eigen vermogen van het museum ombuigen naar een positief vermogen van minimaal € 250.000,-.

De realisering van deze doelstellingen is geen gemakkelijke opgave. De hele culturele sector in Nederland heeft te maken met de zware bezuinigingen die de regering doorvoert. Hoewel het Groninger Museum niet direct afhankelijk is van de rijksoverheid, omdat het zijn exploitatiesubsidie krijgt van de gemeente Groningen en de provincie Groningen, raken de rijksoverheidsmaatregelen het museum wel. Ook de gemeentelijke en regionale overheden worden gedwongen te korten op de uitgaven en dus wordt ook op de kunst en cultuuruitgaven gekort. Het bedrijfsleven ziet zich, in het licht van de ongunstige economische ontwikkelingen, eveneens genooddaakt minder uit te geven aan sponsoring van cultuur, terwijl als gevolg van de bezuinigingen van de overheid nu meer dan ooit culturele instellingen afhankelijk worden van sponsoring.

Het Groninger Museum wil de bestaande relaties die in de afgelopen tien jaren zijn opgebouwd met de Gasunie en GasTerra in de Stichting Fondsbeheer Culturele Relatie-evenementen in stand houden, maar houdt rekening met een meer bescheiden bijdrage van de beide bedrijven. Hetzelfde geldt voor de continuering van het Fonds Kunst en Economie, dat is gestart in samenwerking met VNO-NCW Noord, met een belangrijke donatie/investering vanuit SNN. Het Groninger Museum en het VNO-NCW Noord willen het Fonds Kunst en Economie overeind houden en versterken. Het bestuur van het Fonds Kunst en Economie heeft besloten de deelnametarieven aan te passen waardoor de drempel voor bedrijven wordt verlaagd. Er wordt naar gestreefd om in de komende jaren met name de deelname van MKB-bedrijven aan het Fonds Kunst en Economie te versterken. Het Groninger Museum heeft de ambitie om de bestaande relaties met Gasunie/GasTerra en met het Fonds Kunst en Economie in stand te houden, maar houdt rekening met lagere bijdragen van de betrokken partijen.

3. PRESENTATIES

A-TENTOONSTELLINGEN

Op kwalitatief en inhoudelijk niveau wil het Groninger Museum de bestaande ambitie handhaven: in de top van de Nederlandse museumwereld meedraaien met exposities die een (inter)nationale uitstraling hebben. Met de ambitie om ten minste één keer per jaar een groot en divers publiek met een tentoonstelling naar Groningen te trekken houdt het Groninger Museum ook vast aan zijn doelstelling om voor de economie van de stad en regio van Groningen een rol van betekenis te willen vervullen. Een dergelijke tentoonstelling moet minimaal 100.000 bezoekers trekken, wat voor een Nederlands museum buiten de Randstad iedere keer weer een bijzondere inspanning vergt en waarmee het Groninger Museum in Nederland inmiddels een naam heeft hoog te houden.

Op dit moment staan in dit kader twee tentoonstellingen gepland van laat negentiende-eeuwse en vroeg twintigste-eeuwse kunst die passen in de in de afgelopen tien jaar opgebouwde traditie: Nordic Art over Scandinavische kunst uit de periode rond 1900, met onder andere werk van Edvard Munch (2012), en Amerikaanse Landschappen met spectaculaire schilderijen van de befaamde Hudson River School (2014).

Voor 2013 zijn we bezig met twee andere projecten waar veel bezoekers voor verwacht worden: een tentoonstelling van de beroemde Fabergé-eieren, bij de opening van het 'Vriendschapsjaar Rusland-Nederland 2013'; en een grote overzichtstentoonstelling van Keith Haring, waarbij intensief wordt samengewerkt met het Aids Fonds, dat naar aanleiding van deze tentoonstelling een landelijk voorlichtingsproject voor scholen wil opzetten. Deze twee tentoonstellingen sluiten inhoudelijk elk aan bij een bepaald aspect van de identiteit en traditie van het Groninger Museum: de Fabergé-eieren bij de aandacht voor het exuberante en decoratieve kunst en design, en Keith Haring bij de graffiti-tentoonstellingen die sinds begin jaren tachtig met enige regelmaat zijn georganiseerd, en bij de versmelting van 'hoge' en 'lage' cultuur. Keith Haring is bijna vijftig jaar na zijn dood al bijna een 'klassieker' in de kunst geworden, die nog steeds in staat blijkt jongeren aan te spreken, wat de reden is dat het Aids Fonds graag een landelijke bewustwordingscampagne onder jongeren over seksualiteit en gedrag op deze tentoonstelling wil baseren.

Voor 2015 staat een grote tentoonstelling gepland van Anton Corbijn, die in dat jaar zestig wordt. In 1999 had het Groninger Museum al een zeer succesvolle tentoonstelling van Corbijn; nu wordt het een uitgebreid retrospectief waarin ook zijn filmwerk aan bod zal komen. Tevens hangt deze tentoonstelling samen met een grote verwerving van foto's van Corbijn die het museum dan wil realiseren, en waarover de besprekingen voorspoedig verlopen.

Momenteel wordt onderzocht of we in 2015 of 2016 in samenwerking met het Victoria and Albert Museum in Londen een tentoonstelling kunnen organiseren van de onlangs overleden modeontwerper Alexander McQueen.

Het aangaan van strategische samenwerkingsverbanden zal in een tijd waarin het steeds moeilijker wordt om een beroep op subsidiegevers en sponsors te doen van toenemend belang zijn om grote (inter)nationaal aansprekende tentoonstellingen te kunnen blijven organiseren. Hierboven werden al het Aids Fonds en het Victoria and Albert Museum genoemd. We zijn momenteel ook in gesprek met een grote ondernemer in de modebranche om te zien of daarmee een vruchtbare alliantie gesloten kan worden. Dat hoeft dan niet in eerste instantie om sponsorgeld te gaan, maar ook om te zien op welke wijze het Groninger Museum gebruik kan maken van bestaande netwerken om, in dit geval de modetentoonstellingen, beter 'in de markt' te kunnen zetten.

HEDENDAAGSE KUNST, MODE EN DESIGN

Hedendaagse kunst, mode en design, en de grensgebieden daartussen, horen tot de speerpunten van beleid van het Groninger Museum. Directeur Jos de Gruyter gaf in de tweede helft van de jaren vijftig de eigentijdse kunst voor het eerst een belangrijke plaats. Frans Haks gaf daar nog een verdere impuls aan door een zeer uniek profiel te kiezen voor het museum op het grensgebied tussen vernieuwende kunst en design, waarvan het gebouw, dat hij in nauwe samenwerking met Alessandro Mendini realiseerde, de meest formidabele uiting is. Haks formuleerde en realiseerde als eerste een internationale ambitie voor het Groninger Museum.

In deze lijn blijft het museum tentoonstellingen organiseren (en aankopen doen) van jonge, internationaal opererende kunstenaars, designers en modeontwerpers die op de een of andere wijze grenzen opzoeken. Hoewel wij ook hier een maximale inspanning verrichten om een zo groot mogelijk publiek te bereiken, en rond deze tentoonstellingen een uitgebreid programma van educatie en publieksvoorlichting samenstellen, staan hier artistieke kwaliteit en vernieuwing voorop. Daarbij gaat het Groninger Museum zeer selectief te werk: de gekozen kunstenaars en ontwerpers moeten bij de identiteit van het museum aansluiten en deze versterken; ze staan daarbij op het punt van internationaal doorbreken, of hebben daarvoor de potentie. Het Groninger Museum probeert de 'klassiekers van morgen' in een vroeg stadium te ontdekken en aan het museum te binden door middel van presentaties en aankopen. De gevestigde 'internationale top' in kunst, mode en design is voor het Groninger Museum meestal niet meer te strikken; de trede net daaronder wel, waar kunstenaars en designers op het punt staan nog een grote internationale stap te maken en voor wie een samenwerkingsverband met het Groninger Museum aantrekkelijk kan zijn, en andersom. Een voorbeeld uit het recente verleden: de collectie die wij in de jaren 1998-2003 van Viktor en Rolf hebben opgebouwd, is inmiddels geëxposeerd in musea in onder meer Tokio, Parijs, Londen, New York en Los Angeles, en heeft het Groninger Museum naamsbekendheid en goodwill in het internationale tentoonstellingscircuit opgeleverd.

Voor de komende jaren staan onder meer solotentoonstellingen op het programma van de kunstenaars Marc Bijl en Yin Xiuzhen, van modeontwerpers Iris van Herpen en Marga Weimans, en van designers Jaime Hayon en Joris Laarman. In samenhang met deze tentoonstellingen worden, vaak onder zeer gunstige voorwaarden, belangrijke aankopen voor de museumcollectie gedaan, wat tevens een investering is in de culturele waarde van het Groninger Museum in de toekomst.

DE PLOEG IN CONTEXT

Naast de hedendaagse kunst is er ook doorlopend aandacht voor het werk van De Ploeg en het internationale expressionisme. Tot dusver werd hiervoor vooral als uitgangspunt genomen het werk van de eerste generatie 'Ploegers', en dan met name het kunsthistorisch belangrijke werk uit de jaren twintig en dertig. Met de door Henk van Os samengestelde tentoonstelling Jong in Groningen – Kunst uit de periode 1945-1975 werd in 2009 in het Ploegpaviljoen een eerste overzicht gemaakt uit de naoorlogse jaren, waarin niet De Ploeg, maar andere belangrijke Groninger kunstenaars centraal stonden. In de komende jaren zullen meer tentoonstellingen gewijd worden aan belangrijke kunsthistorische aspecten van het kunstleven in Groningen in de tweede helft van de twintigste eeuw. De eerste daarvan, in 2014, zal gewijd zijn aan de activiteiten van boer en galeriehouder Albert Waalkens uit Finsterwolde.

Daarnaast blijft de aandacht voor het werk van de belangrijke schilders van De Ploeg onverminderd. Begin 2012 staat er een overzichtstentoonstelling van Jan Altink, begeleid door een uitvoerige publicatie. In 2015, zeventig jaar na het einde van de Tweede Wereldoorlog, wordt Hendrik Nicolaas Werkman met een tentoonstelling herdacht, die dan ook zeventig jaar dood is. Het Groninger Museum zal tevens participeren in een stichting die in dat jaar diverse activiteiten rond Werkman zal organiseren, waaronder een opera. Wat betreft de internationale context voor De Ploeg blijft een tentoonstelling van de Duitse expressionist Emil Nolde in het Ploegpaviljoen hoog op onze prioriteitenlijst staan, waarover wij al geruime tijd in gesprek zijn met het Nolde Museum in Seebühl.

ARCHEOLOGIE, GESCHIEDENIS EN REGIONALE KUNST(NIJVERHEID)

De geschiedenis van het Groninger Museum gaat terug tot 1873, toen in Groningen een Kabinet van Provinciale Oudheden werd opgericht. Sindsdien is de collectie op het gebied van 'provinciale oudheden' blijven groeien. Het Groninger Museum is verantwoordelijk voor het beheer en behoud van de belangrijkste collectie op dit gebied binnen de grenzen van onze provincie. Deze collectie wordt gebruikt voor presentaties in het Groninger Museum en daarnaast voor vele grotere en kleinere musea in de provincie. Het meest prominent is in dit opzicht overigens de Menkemaborg, die grotendeels is ingericht met objecten uit de museumcollectie. De borg is eigendom van het Groninger Museum, maar wordt beheerd door een zelfstandige stichting.

In de toekomst zal de expositiefunctie van de Groninger cultuurhistorie van het Groninger Museum worden verplaatst naar het Groninger Forum. Behoud, beheer en verwerving blijven echter de taak van het

Groninger Museum. Tot de voltooiing van het Groninger Forum vinden op gezette tijden presentaties over het Groninger verleden –van steentijd tot gisteren - plaats in het Groninger Museum. In 2013 is een grote tentoonstelling gepland over de archeologie van Noord-Nederland in het kader van het project Land van Ontdekkingen. Dit is een samenwerkingsverband van de Ostfriesische Landschaft, het Landesmuseum Emden, het Fries Museum, het Drents Museum en de Rijksuniversiteit Groningen, ondersteund door de Eems-Dollard Regio, het Land Niedersachsen en de provincies Groningen, Friesland en Drenthe.

Daarnaast is een grote expositie in voorbereiding getiteld De Bengaalse Sichterman, over de puissant rijke koopman Jan Albert Sichterman die in de achttiende eeuw in een kapitaal huis aan de Ossenmarkt te midden van een indrukwekkende kunstcollectie woonde.

In 2014 bestaat de Rijksuniversiteit Groningen 400 jaar, aan de viering waarvan het Groninger Museum wil bijdragen door een tentoonstelling te organiseren, waarvoor nu verschillende opties worden overwogen. Zoals in de paragraaf over De Ploeg wordt vermeld, staat 2015 voor een deel in het teken van de herdenking van de dood van H.N. Werkman zeventig jaar eerder, en ook het einde van de Tweede Wereldoorlog middels diverse presentaties herdacht zal worden.

De collectie van het Groninger Museum – reeds voor een groot deel via de website ontsloten – wordt ook regelmatig ingezet voor publicaties over het Groninger erfgoed. Zowel door medewerkers van het museum in het Groninger Museummagazine, Stad & Lande en andere periodieken als door vele anderen die over Groninger erfgoed publiceren. Van belang is ook de deelname van het Groninger Museum en zijn collectie aan het interdisciplinaire, langlopende project 'Het Verhaal van Groningen'. Het Groninger Museum presenteert jaarlijks op de Dag van de Groninger Geschiedenis (2000 bezoekers) een aantal opmerkelijke voorwerpen. Een vervolg op de succesvolle presentatie over voorwerpen uit de collectie voor de regionale tv wordt overwogen.

AZIATICA

Selecties uit de grote collectie Aziatica van het Groninger Museum zijn semi-permanent te zien in het daarvoor ontworpen Starck paviljoen. De afgelopen jaren heeft het Aziatisch porselein in het Starck paviljoen enkele keren tijdelijk plaats gemaakt voor een andere tentoonstelling: de antieke bronzen voorwerpen uit het Shanghai Museum in het kader van de grote manifestatie Go China! (2008) en het overzicht van Gronings Zilver in 2010/2011. In de komende jaren zullen de presentaties van Aziatica in het Starck paviljoen afgewisseld worden met vooral op de eigen collectie gebaseerde tentoonstellingen over de Groninger archeologie, geschiedenis en kunstnijverheid. Voor de presentaties van de Aziatische keramiek wordt al enkele jaren samengewerkt met de drie andere Nederlandse musea met grote collecties op dit gebied: het Rijksmuseum te Amsterdam, het Gemeentemuseum Den Haag en het Princessehof in Leeuwarden. Kennis en objecten uit elkaars collecties worden over en weer gebruikt om de presentaties van de collecties in wisselende samenstellingen te versterken.

4. COLLECTIES

BEHOUD EN BEHEER

Met de oplevering van het nieuwe depot in 2007 is een belangrijke voorwaarde geschapen voor het professionele behoud en beheer van de collectie van het Groninger Museum op de lange termijn. De hele collectie is inmiddels geregistreerd in het programma AdLib. In de komende beleidsperiode zal verdere verfijning, aanvulling en controle van de registratie moeten plaatsvinden.

AANKOPEN

In de afgelopen jaren zijn de kernonderdelen van de collectie benoemd die voor versterking middels aankoop in aanmerking komen: hedendaagse kunst, mode en design; De Ploeg en het internationale expressionisme; regionale archeologie, geschiedenis en kunst(nijverheid); en op iets bescheidener wijze de Aziatische keramiek.

De collectie uitbreiden en versterken is essentieel om deze actueel te houden, om het verband tussen verleden, heden en toekomst in stand te houden. Een collectie die niet wordt aangevuld en/of actueel gehouden dreigt statisch te worden. Dat hoeft niet voor alle onderdelen te gelden. Zo zijn de collecties Hofstede de Groot en Veendorp, die het Groninger Museum beide in langdurig bruikleen heeft (van respectievelijk de gemeente Groningen en J.B. Scholtenfonds) afgeronde verzamelingen die grote culturele en historische waarde hebben. Juist in samenwerking met andere, nieuwe collectieonderdelen, met telkens nieuwe inzichten omtrent kunst, verzamelen en presenteren hebben deze werken een meerwaarde en blijven zij onderdeel van een steeds veranderend, actueel debat, van de samenwerking tussen traditie en vernieuwing die voor elke cultuur, voor elke samenleving, van essentieel belang is.

Het is een van de verantwoordelijkheden van een museum om voor het publieke domein een keuze te maken uit waardevolle artefacten (hetzij van artistieke, hetzij van historische waarde) om over te dragen aan volgende generaties. Voor de principes en uitgangspunten van het verzamelbeleid van het Groninger Museum wordt wat betreft de moderne kunst, mode en design hier verwezen naar het 'Collectie- en aankoopplan' dat elke twee jaar wordt bijgewerkt. De meest actuele versie dateert van september 2011. Voor de collectie archeologie, geschiedenis en regionale kunstnijverheid wordt nu een collectieplan geschreven dat begin 2012 gereed zal zijn.

ONTZAMELEN

In de komende beleidsperiode zal een fundament gelegd moeten worden voor een ontzamelbeleid van het Groninger Museum. De eerlijkheid gebiedt te zeggen dat juist dit onderdeel van het collectiebeleid vaak het laatst aan de beurt komt. Het is een brede tendens in de museumwereld dat hoge bezoekersaantallen voor subsidiegevers en sponsors steeds belangrijker zijn geworden, waardoor een steeds groter deel van de (steeds meer beperkte) financiële middelen naar tentoonstellingen gaat. Ook het professioneel beheren, behouden en hanteren van de voorwerpen in de collectie is gewaarborgd. Voor nieuwe aankopen zijn er, naast het (zeer beperkte) eigen budget, een aantal mogelijkheden van subsidiëring en sponsoring. Wat betreft afstoten is dit een ander verhaal. Verantwoord ontzamen uit publieke collecties is een zeer tijdrovend, en daarmee kostbaar proces wanneer het moet gebeuren volgens de (inter)nationaal daarvoor geldende normen (die wij volledig onderschrijven). Wij zijn overtuigd van de noodzaak van ontzamen, maar willen de tijd nemen om hier zorgvuldig mee om te gaan. Overigens is het verwervingsbeleid van het Groninger Museum al jaren zeer selectief, niet alleen wat betreft aankopen, maar ook wat betreft het aanvaarden van schenkingen. Nieuwe langdurige bruiklenen willen wij, hoge uitzonderingen daargelaten, in principe helemaal niet meer aangaan.

BRUIKLEENBELEID

Het Groninger Museum is ten aanzien van bruikleenverzoeken in principe zeer coulant. Allereerst is er de belangrijke rol die de collectie vervult voor (historische) presentaties in tal van kleinere musea en verwante instellingen in de stad en de provincie Groningen. De collectie vertegenwoordigt een belangrijk materieel deel van de geschiedenis en de identiteit van Groningen, en het is van groot belang dat dit niet alleen bewaard, maar ook getoond wordt en onderdeel blijft van gesprek, van interpretatie en bewustwording. Het behoort

tot de historische taak van het Groninger Museum om hierin een rol te vervullen. Bruiklenen aan musea elders in Nederland en in het buitenland hebben, naast dat wij in principe welwillend staan ten opzichte van collega-instellingen, ook een strategisch belang. Via bruiklenen kunnen nieuwe contacten ontstaan die het gemakkelijker maken voor het Groninger Museum om zelf bruiklenen te verkrijgen of mogelijke samenwerkingsverbanden met andere musea aan te gaan. Zeker wanneer het Groninger Museum in de toekomst tentoonstellingen van internationaal niveau wil blijven brengen, is het van belang actief deel te nemen aan het internationale bruikleenverkeer.

5. EDUCATIE EN PUBLIEKSINFORMATIE

Educatie is, naast Collecties en Presentaties, een van de drie kernafdelingen van het Groninger Museum. Het is van groot belang om (kennis over) de collectie zoveel mogelijk te ontsluiten voor een zo groot mogelijk publiek. De educatie in het Groninger Museum is onder te verdelen in: onderwijsprogramma's (basis-, speciaal en voortgezet onderwijs); kinderactiviteiten (individueel en JuniorClub); publieksinformatie; studentenactiviteiten; ouderen. Daarnaast vervult het vernieuwde Infocentrum een belangrijke rol bij het informeren en inspireren van het publiek; wordt de website de komende jaren van tal van nieuwe gebruiksmogelijkheden en uitgebreide informatie voorzien; zijn er regelmatig documentaires over de getoonde kunst in het auditorium te zien; kunnen er rondleidingen worden geboekt; en wordt er rond de grote tentoonstellingen een programma van lezingen e.d. georganiseerd.

ONDERWIJS

Het Groninger Museum heeft een belangrijke plek in het Groninger onderwijs gekregen. Jaarlijks komen gemiddeld circa 13.000 scholieren in groepsverband naar het museum en de verwachting is dat dit aantal in de komende jaren nog gaat groeien.

Het museum organiseert voortdurend nieuwe onderwijsprojecten. Deze projecten worden nauwgezet voorbereid met docenten uit het onderwijs. De onderwerpen zijn zeer divers: alle tentoonstellingen en activiteiten van het museum kunnen hier aan de orde komen, evenals de collectie en het gebouw.

BASISONDERWIJS

Voor het basisonderwijs worden continu nieuwe programma's ontwikkeld. Deze worden in het museum uitgevoerd door een team van museumdocenten. Daarnaast of in samenhang daarmee worden programma's via de website aangeboden voor digiborden op scholen. Voor buitenschoolse activiteiten wordt samengewerkt met de SKSG.

SPECIAAL ONDERWIJS

Met de vier clustergebieden in het speciaal onderwijs (slechthorend, slechtziend, verstandelijk beperkt, psychische problemen) worden nieuwe afspraken gemaakt om op maat toegesneden museumbezoek mogelijk te maken.

VOORTGEZET ONDERWIJS

Grote tentoonstellingen worden begeleid door een pakket met digitale lesbrief, kijkwijzer en informatiebijeenkomsten voor docenten. Speciale workshops, met uitgebreide lessen op school, zoals een battle-project (een competitie tussen verschillende groepen leerlingen), worden per jaar aangeboden. Er zijn afzonderlijke pakketten voor VMBO en HAVO-VWO. Ook worden er op maat gemaakte pakketten ontwikkeld voor vakken als CKV, kunst algemeen en cross-over projecten (met meerdere vakken). De GM-collector (zie hieronder) wordt ook ingezet voor het onderwijs.

KINDERACTIVITEITEN

Voor de allerjongste museumbezoekers beschikt het museum over een apart kinderatelier en over de zogenaamde Art Trek. In het kinderatelier worden cursussen en workshops voor kinderen tot 12 jaar georganiseerd. Zij worden begeleid door deskundige museumdocenten. Voor kinderen die buiten schoolverband het museum bezoeken zijn er een speurtocht door het gebouw (Art Trek) en een speurtocht met wisselende opdrachten bij de diverse tentoonstellingen.

Van de JuniorClub kunnen kinderen tussen 7 en 12 jaar lid worden. Zij hebben een eigen clubkaart en een mascotte die door middel van een wedstrijd elk jaar opnieuw wordt aangekleed. Voor en met de juniorleden worden speciale activiteiten worden ontwikkeld, zoals het Groninger Museum atelier, bezoek aan tentoonstellingen, ontdekkingstochten naar de geheimen van het Groninger Museum, ontmoetingen met kunstenaars en andere spannende dingen.

PUBLIEKSINFORMATIE

Publieksinformatie is belangrijk bij de begeleiding van de bezoekers aan het museum. Het betreft in principe alle mogelijke informatie aan de bezoekers tijdens het museumbezoek, zoals de teksten op de plasmaschermen in de hal, de zaalteksten, bijschriften bij de kunstwerken, de audiotours, de informatiecentra bij de tentoonstellingen, de bewegwijzering en het Groninger Museummagazine.

Het aanbod en de differentiatie van die informatie vereisen nauwkeurig onderzoek. Het publiek wil op diverse manieren geïnformeerd worden, en wil daarin keuzevrijheid hebben. Daarom is differentiatie van belang: publieksboekje met teksten in de hand; multimediatour met gesproken woord, muziek en/of bewegend beeld; GM-collector voor in het Infocentrum en thuis; het Groninger Museummagazine met meerdere achtergrondartikelen; een rondleiding met de mogelijkheid tot het stellen van vragen.

Persoonlijke begeleiding van bezoekers wordt steeds meer van belang. Het Groninger Museum heeft al jaren twee informatiebalies waar vrijwilligers de bezoekers te woord staan. In het vernieuwde Infocentrum werken gastheren/vrouwen die bezoekers actief kunnen begeleiden in de omgang met de daar aanwezige informatiebronnen zoals computers en het touchscreen scherm, waarmee de bezoeker op speelse wijze kruisverbanden in de collectie kan leggen. In 2011 is het museum ook gestart met een nieuw initiatief: GM-insiders. Dit zijn studentenvrijwilligers die op zaal rondlopen, vragen van het publiek kunnen beantwoorden en de weg kunnen wijzen. Deze GM-insiders zullen ook als een klankbord voor het museum fungeren en kunnen in hun eigen sociale netwerken meer bekendheid aan de activiteiten van het museum geven.

In december 2010 is de GM-collector geïntroduceerd. Het museum voegt hiermee een digitale laag toe aan het museumbezoek. Via een chip in een sleutelhanger kan de bezoeker achtergrondinformatie en een afbeelding van de betreffende werken opslaan en in het Infocentrum van het museum, of thuis op de computer, of onderweg op de mobiele telefoon raadplegen. Het museumbezoek versmelt zo met de virtuele wereld en social media. Onder andere door de mogelijkheid om je eigen visie op de kunst met andere bezoekers te delen en je voorkeuren te laten zien. Het Groninger Museum is het eerste museum in Nederland dat deze technologie gebruikt. In de maanden na de introductie hebben al meer dan 130.000 mensen gebruik gemaakt van de GM-collector. In de komende jaren zullen de toepassingsmogelijkheden van de collector geleidelijk worden uitgebreid, niet alleen met informatie over de lopende tentoonstellingen, maar ook over de collectie en het gebouw.

De audiotour (met koptelefoon) wordt vaak al uitgebreid tot een multimediatour, waarop ook filmpjes, gedichten en speciaal voor de gelegenheid geschreven muziek kunnen worden afgespeeld. Dit leidt soms tot een apart publieksprogramma met optredens van artiesten die zich door kunstwerken in de tentoonstelling hebben laten inspireren.

Het Groninger Museummagazine verschijnt twee maal per jaar en belicht tal van activiteiten en de tentoonstellingen in de betreffende periode.

STUDENTENACTIVITEITEN

De studentenpopulatie van Groningen (ca. 50.000) is een belangrijke doelgroep, waar het museum zich in de afgelopen jaren wellicht te weinig op gericht heeft.

Er werden al met enige regelmaat in samenwerking met studentenverenigingen en opleidingen studentenavonden georganiseerd, iets wat in de nabije toekomst zal worden uitgebreid. Met Academie Minerva worden projectweken georganiseerd.

Met de studentenvrijwilligers (de GM-insiders, zie hierboven) worden vanaf de zomer van 2011 projecten ontwikkeld om studenten meer inhoudelijk, en in grotere aantallen, bij het museum te betrekken. Sociale media en activiteiten als festivals en introductieweek zijn ook belangrijke instrumenten die in de komende jaren zullen worden gebruikt om meer studenten met het Groninger Museum kennis te laten maken.

OUDEREN

De 'grijze golf' is een belangrijk fenomeen voor zeer veel kunstinstituten en zo ook voor het Groninger Museum. Een belangrijk deel van het publiek wordt al gevormd door actieve, cultureel geïnteresseerde vijftigplussers, en de verwachting is dat dit in de komende jaren nog zal groeien. Gericht onderzoek zal uitwijzen hoe het museum hen in de toekomst nog beter van dienst kan zijn en aan zich kan binden. Voor de nog ouderen is er ook een speciaal aanbod: voor mensen in verzorgingscentra en via wijkcentra worden in het Groninger Museum programma's ontwikkeld, met een lezing op locatie en een begeleid bezoek in kleine groepen aan het museum.

INFOCENTRUM

Het Informatiecentrum van het Groninger Museum heeft vier functies: publieksfunctie om de bezoekers op innovatieve wijze te informeren over de onderwerpen waar het museum zich mee bezighoudt, met name de collectie, de presentaties en het gebouw; een ondersteunende functie ten behoeve van de medewerkers; een registrerende functie t.b.v de collecties; een verzamelende functie voor de opbouw van een goede documentatie, in woord en beeld, met betrekking tot de museumcollectie, de presentaties en het gebouw. Sinds de heropening van het museum in december 2010 is het Infocentrum ook in de weekends geopend.

Het Informatiecentrum is momenteel de plek in het museum waar je geweest moet zijn. Niet alleen om de fraai vormgegeven ruimte, maar vooral om op een innovatieve manier informatie en kennis te vergaren. Bekende en onbekende collecties kunnen hier digitaal worden ontsloten. Via acht computerschermen en een grote interactieve aanraaktafel kan de bezoeker kennisnemen van werken uit de collecties en het gebouw. De collectie kunstenaarsvideo's, documentaires en andere films wordt via een soort jukebox ontsloten. Kunstenaarsboeken zijn ingescand en kunnen digitaal, bladzijde voor bladzijde, worden bekeken. Websites, ooit gemaakt om extra informatie in het museum te geven bij grote tentoonstellingen, zijn weer te raadplegen. Via de webapplicatie van ons catalogussysteem Adlib zijn de collectie van het Groninger Museum en de boekencollectie te doorzoeken. Zo nodig kunnen bezoekers bij een medewerker ter plaatse een boek aanvragen en raadplegen. Naast deze papieren boeken zijn ook de vele tijdschriften in te zien. Zes comfortabele stoelen met fraaie bijzettafel garanderen een aangename zit.

Nieuw in het informatiecentrum is ook het filmzaaltje. De getoonde films zijn steeds wisselende combinaties van videoclippen en kunstenaarsvideo's uit de eigen collectie, afgewisseld met documentaires en speelfilms. Indien de tentoonstellingen of actualiteit daartoe aanleiding geven worden films in de context getoond.

LEZINGEN, RONDLEIDINGEN, EVENEMENTEN

Bij grote tentoonstellingen wordt ernaar gestreefd, in samenwerking met andere culturele instellingen, een nevenprogrammering te organiseren met onder andere films, lezingen en concerten. Naast de tentoonstellingsgebonden activiteiten organiseert het museum jaarlijks een aantal inhoudelijke activiteiten in het kader van externe evenementen zoals het landelijke Museumweekend en de Nacht van Kunst en Wetenschap.

Het museum heeft een grote poule van professionele rondleiders die groepen mensen zowel over de lopende tentoonstellingen als over het gebouw kunnen informeren. Daarnaast zijn er met regelmaat 'instaprondleidingen' waar het publiek gratis aan kan deelnemen.

6. COMMUNICATIE, PUBLIC RELATIONS EN MARKETING

Communicatie, public relations en marketing vormen belangrijke instrumenten om de activiteiten van het Groninger Museum bekend te maken. Het onderscheidende vermogen van het Groninger Museum ten opzichte van de andere musea komt voort uit zijn mission statement en is herkenbaar in de keuzes van presentaties, collecties en andere publieksactiviteiten. Het Groninger Museum heeft de ambitie dat de regionale, nationale en internationale media aandacht besteden aan de tentoonstellingen. De activiteiten op het gebied van marketing zijn te allen tijde dienend aan de kerntaken van het museum: Collecties, Presentaties en Educatie.

Het Groninger Museum voert, door middel van vooronderzoek en een heldere formulering van specifieke doelgroepen per project, een strategisch communicatie en public relations en marketingbeleid per activiteit. Het is de opdracht aan de afdeling Communicatie om het Groninger Museum en de activiteiten die door het Groninger Museum worden georganiseerd zo herkenbaar mogelijk in de publiciteit te brengen. Aan de publicitaire inspanningen worden kwantitatieve doelstellingen verbonden waardoor de werkzaamheden en resultaten per activiteit ook daadwerkelijk meetbaar zijn en een onderdeel zijn van ieder project. Er wordt onderzoek gedaan naar aard en motieven van bezoekers en niet-bezoekers evenals naar de neveneffecten naar aanleiding van de activiteiten ontwikkeld door het Groninger Museum. Het is een doelstelling van het public relations en marketingbeleid om het Groninger Museum als 'merk', met de architectuur van het gebouw als belangrijk kenmerk, stevig in de markt te houden. De website en de social media spelen hierin eveneens, en in toenemende mate, een belangrijke rol.

TELEVISIE

Bij grote tentoonstellingsprojecten is het Groninger Museum in het nabije verleden regelmatig een partnerschap met de AVRO aangegaan, waardoor er aansprekende documentaires naar aanleiding van de betreffende tentoonstellingen op televisie werden uitgezonden. Ook met andere omroepen is het tot vruchtbare samenwerking gekomen. Voor de toekomst worden onder meer gesprekken gevoerd met omroep MAX, omdat die een belangrijke doelgroep voor de A-tentoonstellingen bereikt.

ONLINE COMMUNICATIE EN DIGITALE MEDIA

Het hedendaagse publiek wil niet alleen het museum bezoeken en de tentoonstelling bekijken, zij willen een belevenis, waarbij zij toegang krijgen tot allerlei mogelijke informatiebronnen. Daarbij willen zij kunnen reageren op hetgeen ze zien. Voor deze vorm van publieksparticipatie is een plek nodig waarin die dialoog wordt aangegaan. Het internet is daarvoor een uitermate geschikte plek.

De belangrijkste online middelen die het Groninger Museum hiervoor gebruikt zijn de website en verschillende sociale mediakanalen, waarmee interessante content – beeld, geluid, film en opinie – met het publiek gedeeld kan worden. Deze middelen verstrekken de bezoeker informatie over het museum, maar geven ook het museum inzicht in de belangstelling van de bezoeker. Het publiek kan met deze digitale middelen een betekenisvolle relatie aangaan met het museum door er daadwerkelijk mee te communiceren. De komende jaren wil het Groninger Museum dit, naast mobiele communicatie, crowdsourcing/funding, serious gaming en datakoppelingen tussen gelijkgestemde culturele instellingen verder gaan onderzoeken en uitwerken.

De bij 'Educatie en publieksinformatie' genoemde GM-collector zal in de nabije toekomst ook een zeer belangrijk marketinginstrument van het Groninger Museum worden. Alle bezoekers die hiervan gebruik maken, kunnen aangeven of zij op de hoogte willen worden gesteld van de activiteiten van het Groninger Museum.

OPENINGEN

De tentoonstellingsopeningen nemen binnen de publieksactiviteiten een belangrijke plaats in en fungeren als publicitair startpunt van de tentoonstellingen. Openingen zijn een marketinginstrument; verhalen over de openingen dragen bij aan de naamsbekendheid van het museum. Mond-tot-mondreclame is een belangrijke factor in het succes van een tentoonstelling en die begint in feite bij de opening van de expositie.

VRIJWILLIGERS

De vrijwilligers van het Groninger Museum werken voor het merendeel (ongeveer 50 personen) aan de informatiebalies. De informatiebalies zijn centrale plekken binnen het museum. Voor bezoekers is het regelmatig de eerste kennismaking met het museum.

De betrokkenheid en de inzet van de vrijwilligers zijn voor het Groninger Museum van groot belang zowel praktisch als principieel: het onderstreept de betrokkenheid van de Groningers bij het museum.

VERENIGING VAN VRIENDEN

De Vereniging van Vrienden van het Groninger Museum heeft circa 2.000 leden. Het is een zeer actieve vereniging die rond de grote tentoonstellingen altijd lezingenavonden organiseert en regelmatig op excursie gaat. De Vrienden stellen jaarlijks een genereus bedrag beschikbaar om de collectie van het Groninger Museum te versterken. De betrokkenheid van Vrienden uit stad en provincie is van grote waarde voor het Groninger Museum.

7. COMMERCIËLE ACTIVITEITEN

Een belangrijk doel van het commerciële beleid van het Groninger Museum is het genereren van extra inkomsten, waarbij de activiteiten dienstbaar zijn aan het imago van het museum. Dit geldt zowel voor de exploitatie van het MendiniRestaurant als voor de exploitatie van de overige ontvangstruimtes in het museum: Entreehal, Benedenhal, Job Lounge, Auditorium, Coop Himmelb(l)au en voor de Museumwinkel.

ARRANGEMENTEN EN ONTVANGSTEN

Het Groninger Museum staat voor kwaliteit. Dat is niet alleen te zien in het museum waar alles perfect verzorgd is, maar ook in de wijze waarop de gasten worden ontvangen. Belangrijke pluspunten zijn: het spraakmakende museum, het kleurrijke gebouw, inspirerende tentoonstellingen, professioneel personeel en de mogelijkheid van museumbezoek, rondleiding of lezing, de centrale ligging en de goede bereikbaarheid met het openbaar vervoer. Het Groninger Museum is al jaren een plaats voor ontmoeting en een plek ter inspiratie voor de zakelijke markt. Het is ook een plaats van bezinning en heroriëntatie voor bedrijven, organisaties en overheden in een culturele context.

In 2010 is een plan geschreven voor het vermarkten van het museum als de ultieme ontvangstlocatie. Dit plan bevat onder andere een doelgroepanalyse en een plan van aanpak voor de campagne. Om zoveel mogelijk bestaande en nieuwe groepen te informeren en enthousiasmeren zijn er mailingen verzonden naar (potentiële) doelgroepen, voor bijzondere relaties of potentials zijn speciale relatiebijeenkomsten georganiseerd, er is een nieuwe online presentatie en er is een nieuw digitaal informatiepakket ontwikkeld. Op deze basis wordt verder voortgebouwd.

De in december 2010 geopende Job Lounge vervangt het voormalige Onderwatercafé en betekent ten opzichte van de vroegere situatie een enorme verbetering, zowel in uitstraling als gebruiksmogelijkheden. De Job Lounge wordt gebruikt voor verschillende doeleinden, zoals vergaderingen, recepties, borrels, diners (tot 50 personen), kleine openingen en trouwerijen. De bijzondere inrichting maakt de Job Lounge tot een exclusieve ontmoetingsplaats in Groningen die kan voorzien in de behoefte aan hospitality van relaties binnen het bedrijfsleven en de overheid. De gerealiseerde aanpassing van het paviljoen Coop Himmelb(l)au, waarbij een uitgiftekeuken en een toiletgroep geplaatst zijn, geeft een mogelijkheid ter versterking van deze functie van het museum.

De mogelijkheden voor ontvangsten in het museum zijn divers. Het gaat voornamelijk om commerciële ontvangsten, zowel van het bedrijfsleven als van particulieren, en om commerciële rondleidingen. Ervaringen hebben uitgewezen dat de ontvangsten in omvang en uitvoering in verhouding moeten staan tot de mogelijkheden en capaciteiten van het museum. Het museum blijkt als plaats van bezinning en heroriëntatie voor bedrijven, organisaties en overheden zeer geschikt, evenals voor congressen.

MENDINIRESTAURANT

Tot 2009 was de exploitatie van de Groninger Museumcafé BV verpacht aan een externe partij. Aan deze situatie kwam op 1 januari 2009 een eind, want op die datum zijn de aandelen van de Groninger Museumcafé BV overgenomen door de Stichting Groninger Museum voor Stad en Lande (hierna: Groninger Museum). De directie van het Groninger Museum wil alle horeca-activiteiten dienstbaar maken aan het imago van het Groninger Museum. Daarnaast wil de directie ook extra inkomsten genereren uit de horeca-activiteiten. Onder de Groninger Museumcafé BV vallen het museumrestaurant, de Job Lounge en de ontvangsten. Om de eigen identiteit van het restaurant meer te benadrukken is het Museumcafé omgedoopt tot MendiniRestaurant. Het MendiniRestaurant wordt overdag gebruikt als lunchcafé en 's avonds als restaurant. Door het in eigen beheer nemen van de catering is er meer invloed op de kwaliteit en op de dienstverlening.

MUSEUMWINKEL

Sinds januari 2010 is de museumwinkel van het Groninger Museum ondergebracht in een aparte BV. Deze BV maakt samen met de Groninger Museumcafé BV deel uit van de Groninger Museum Enterprises BV. Niet lang na het oprichten van de BV startte in het Groninger Museum de revitalisatie met als inzet de museumwinkel te verplaatsen naar de binnenpiazza. De reden om de museumwinkel daar te plaatsen was niet alleen om de

bezoekersstroom zo veilig en goed mogelijk via de binnenpiazza te reguleren, maar was ook bedoeld om zo de bezoeker te verleiden tot het kopen van producten. Omdat in een vroeg stadium van de revitalisatie bleek dat de verplaatsing van de winkel naar de binnenpiazza moeilijk haalbaar bleek, is er meteen een tijdelijk onderkomen van de winkel in het museumgebouw gereserveerd. Hiervoor is gekozen omdat de voormalige winkellocatie binnen het museum inmiddels was gereserveerd voor een (grotere) garderobe. De tweede reden is dat de directie graag een duidelijker zichtbare locatie heeft voor de museumwinkel. Hoewel de voorkeur nog steeds uitgaat naar de binnenpiazza, wordt er ook gedacht aan een grotere locatie in de entreehal. Deze tweede optie zal pas dan nader worden onderzocht als de besluitvorming rondom de binnenpiazza helemaal is afgerond. De voor de handliggende tijdelijke locatie is daarom ook de entreehal. Men kan hier de winkel nog steeds bereiken zonder een toegangkaart te moeten kopen, hetgeen het kopen van cadeautjes door de niet-museumbezoeker vergemakkelijkt.

De revitalisatie van het Groninger Museum heeft daarom gevolgen voor de wijze waarop de Groninger Museumwinkel BV de komende jaren zal functioneren. Op de tijdelijke locatie in de entreehal is maar weinig ruimte om de producten uit te stallen. Deze zullen zichtbaar zijn in vitrines (aan de wanden die uitkomen op de binnenpiazza) en zullen worden neergelegd op een balie die aansluit op de verkoopbalie. Deze balie moet afsluitbaar zijn of makkelijk te verwijderen zijn, op het moment dat er commerciële ontvangsten plaatsvinden buiten openingsuren. Daarom zullen die producten worden verkocht die nauw aansluiten bij de tentoonstellingen en waarvan bewezen is dat ze goed lopen. Het voordeel van deze opzet is dat de investering in voorraden beperkt blijft.

De komende periode zal worden gebruikt om te onderzoeken of de omzet zal dalen of nagenoeg gelijk zal zijn aan de opzet van de museumwinkel in het verleden. Immers, in het verleden is gebleken dat de meeste omzet wordt gehaald uit tentoonstellingscatalogi en ansichtkaarten. Daarnaast wordt een geselecteerd assortiment design verkocht dat zichtbaar is uitgestald in de vitrines (zoals producten van Koninklijke Tichelaar waar Studio Job enkele productlijnen heeft lopen, Alessi-artikelen en nog enkele cadeauartikelen die aansluiten op het tentoonstellingsprogramma).

In de nieuwe beleidsperiode zal duidelijk worden waar de uiteindelijke winkel zal worden gevestigd en hoe groot deze zal worden. Dan hopen we ook inzicht te hebben in de omzet van een kleinere winkel en de negatieve en positieve kanten van een kleine locatie. Op basis van deze gegevens zal een beleidsplan worden geformuleerd voor de komende jaren. De investering die met een nieuwe locatie van de winkel is gemoeid zal ook dan pas goed kunnen worden begroot.

8. GEBOUW

Het gebouw van het Groninger Museum staat voor het type beleid dat het museum voert en blijft een belangrijk icoon voor de stad Groningen. De revitalisatie in 2010 is een belangrijke investering geweest in de toekomst van het Groninger Museum. Maar er blijven wensen over die vanwege gebrek aan financiële middelen in 2010 nog niet konden worden gerealiseerd. In de voorliggende beleidsplanperiode wil het Groninger Museum de bewegwijzering in het gebouw nog verbeteren. Om de stroomlijning van het publiek in het gebouw beter te faciliteren blijft de overkapping van de binnenpiazza een ambitie van het Groninger Museum, evenals de vergroting en versterking van de museumwinkel.

Het museumgebouw is eigendom van de gemeente Groningen, die ook verantwoordelijk is voor het structurele onderhoud van het gebouw. Het depot is eigendom van de Stichting Groninger Museum voor Stad en Lande.

9. GRONINGER FORUM

De ontwikkeling van het Groninger Forum is, na het advies van de commissie Terlouw, weer enkele stappen verder. Er is een organisatiemodel waarover overeenstemming is tussen de deelnemende partijen. Het Groninger Forum zal zowel organisatorisch en inhoudelijk vanuit één visie werken, onder één eenduidige leiding en met één begroting. Het Groninger Forum heeft een duidelijk eigen identiteit. De geschiedenis van stad en provincie Groningen zal er getoond worden met gebruikmaking van de voorwerpen en documenten uit de collecties van het Groninger Museum en de Groninger Archieven en met gebruikmaking van de daar aanwezige kennis. De bijdrage van het Groninger Museum wordt vastgelegd in een overeenkomst tussen het Groninger Forum, het Groninger Museum en de Stichting Kunstbezit en Oudheden Groninger Museum. Daarmee heeft het Groninger Museum toezicht en greep op de uitvoering van de historische taak van het Groninger Museum binnen de muren en in de context van het Groninger Forum. Het beheer en behoud van de collectie archeologie, geschiedenis en regionale kunst(nijverheid), die gebruikt zal worden voor tentoonstellingen in het Groninger Forum, zullen onder verantwoordelijkheid blijven van het Groninger Museum.

10. FINANCIËN EN BEDRIJFSVOERING

Het Groninger Museum heeft in de periode van 2006 tot en met 2009 een succesvol beleid gevoerd waardoor de uitgaven en inkomsten in goede balans waren en het negatieve vermogen zelfs kon worden teruggedrongen van negatief € 385.334 tot negatief € 19.993 per 31 december 2009. Ondanks het succes staat de liquiditeitspositie van het Groninger Museum al jaren onder druk. In het voorjaar van 2011 is de druk op de liquide middelen drastisch toegenomen. Dit is veroorzaakt door de volgende factoren:

De opeenvolging van dure projecten (Cuba, Duitsland, Revitalisatie Groninger Museum en Het onbekende Rusland).

De afwikkeling van een aanzienlijke schenking liet op zich wachten.

De projecten Cuba en Duitsland hebben minder bezoekers getrokken dan geprognosticeerd. Hierdoor zijn niet die inkomsten gegenereerd die nodig waren voor het vullen van het Fonds Kunst en Economie (revolving fund principe). Het Fonds kan op korte termijn niet de toegezegde bijdrage aan het project Het onbekende Rusland van € 600.000 overmaken naar het Groninger Museum. De bijdrage van Fonds Kunst en Economie aan het project Het onbekende Rusland komt verspreid over 2011, 2012 en 2013.

Het budget van het Groninger Museum voor de revitalisatie was € 1.050.000, uiteindelijk zijn de totale kosten van de werkzaamheden waar het Groninger Museum voor verantwoordelijk was uitgekomen op € 1.692.512, een overschrijding op het budget van € 642.512.

Na de revitalisatie van het Groninger Museum was er in eerste instantie sprake van een onderschrijding op de projectkosten van € 500.000 in dat deel waarvoor de gemeente Groningen dienst RO/EZ verantwoordelijk was. De begroting van het Groninger Museum was vastgesteld op € 1.050.000, de begroting van de gemeente Groningen dienst RO/EZ op € 4.361.541. Het Groninger Museum had het standpunt ingenomen dat alle gelden die overbleven zouden worden verrekend met het totale project.

De sluiting van het Groninger Museum heeft met name gevolgen gehad voor het resultaat van de Groninger Museumcafé BV. Door de sluiting van het Groninger Museum nam het aantal klanten aan het café zienderogen af. Hieruit blijkt dat het bezoek aan het café onlosmakelijk is verbonden met het bezoek aan het Groninger Museum. De geprognosticeerde uitkering vanuit het café van positief € 75.000 is niet gerealiseerd, het resultaat van het café over 2010 is uitgekomen op negatief € 177.581.

PLAN VAN AANPAK

Naar aanleiding van de ontstane situatie heeft het Groninger Museum het Plan van Aanpak liquiditeitspositie Groninger Museum opgesteld; het Plan van Aanpak is door de accountant beoordeeld. Het Plan van Aanpak vormde de basis voor het raadsvoorstel dat is ingediend bij de gemeente Groningen. Het Groninger Museum stelde het volgende aan de gemeente Groningen voor:

Het Groninger Museum trekt een lening aan van € 600.000.

De lening van Stichting Kunstbezit en Oudheden wordt omgezet in een aflossingsvrije lening.

Het Groninger Museum verzoekt de Rabobank om de uitbreiding van het rekening-courantkrediet met € 300.000 tot € 600.000 met een jaar te verlengen.

Het Groninger Museum vraagt de gemeente Groningen om de factuur van dienst RO/EZ van € 690.691 betreffende de revitalisatie gespreid te mogen betalen over een periode van 5 jaar.

Het raadsvoorstel is op 20 juli 2011 in de raadsvergadering van de gemeente Groningen besproken.

De besluitvorming in de raad was positief met dien verstande dat de afbetalingsregeling géén 5 jaar werd, maar maximaal 20 jaar.

LANGE TERMIJN

Door de uitvoering van het Plan van Aanpak wordt de acute problematiek opgelost. Daarbij blijft de exploitatie van het Groninger Museum kwetsbaar; de marges zijn te smal voor een gezonde exploitatie. Het Groninger Museum gaat in overleg met de gemeente Groningen en de provincie Groningen om het meerjarenperspectief verder uit te werken met als doelstelling om de aanwezige risico's beheersbaar te maken waardoor er uiteindelijk een gezonde exploitatie ontstaat.

ORGANISATIE

Per 1 februari 2011 is het nieuwe organisatiemodel van het Groninger Museum in werking getreden. Concreet houdt dit in dat er wordt teruggekeerd naar een eenhoofdige directie. Van daaruit worden de verantwoordelijkheden als volgt geregeld: Er zijn een Management Team, als opvolger van het directieoverleg, en een Hoofdenoverleg ingesteld. Het Management Team bestaat uit de algemeen directeur en de controller/hoofd Algemene Zaken. Het Management Team overlegt rechtstreeks met de hoofden van de clusters. Deze directe manier van bedrijfsvoeren bevordert een efficiënte manier van beslissen en de organisatie geeft aan de medewerkers een grote mate van gedelegeerde verantwoordelijkheid. De organisatie van het Groninger Museum is opgedeeld in drie kernclusters (Presentaties, Collecties en Educatie) en vier clusters (Algemene Zaken, Communicatie, Facilitaire Zaken en Beveiliging). De clusters staan volledig in dienst van de kernclusters.

HERSTRUCTURERING

Op 4 januari 2011 is de herstructurering van het Groninger Museum afgerond. In het kort komt het erop neer dat binnen de organisatie van het Groninger Museum twee stichtingen actief zijn te weten Stichting Groninger Museum voor Stad en Lande voor de exploitatie van het Groninger Museum en de Stichting Kunstbezit en Oudheden Groninger Museum voor het verwerven en het behoud en beheer van de collectie. Daarnaast zijn de commerciële activiteiten van het Groninger Museum ondergebracht bij de holding Groninger Museum Enterprises BV. Binnen deze holding worden de activiteiten van de winkel (Groninger Museumwinkel BV) en de horeca (Groninger Museumcafé BV) verantwoord.

11. PERSONEEL EN ORGANISATIE

In deze beleidsplanperiode zal de organisatie van het Groninger Museum voor een aantal essentiële veranderingen komen te staan. Deze veranderingen vinden hun oorzaak in een verdere toename van de digitalisering in zowel het gebruik van automatiseringsapparatuur als van de social media, een vergrijzende samenstelling van het personeelsbestand, de toenemende behoefte aan maatschappelijk verantwoord ondernemerschap en wijzigingen in arbeidsvoorwaarden en wettelijke regelgeving.

Al deze ontwikkelingen hebben direct of indirect invloed op het functioneren van mensen in het Groninger Museum. Het zal zeker niet gemakkelijk zijn om het menselijk kapitaal in de organisatie daarmee in overeenstemming te brengen en de mogelijkheden van mensen zoveel mogelijk tot verdere ontwikkeling te laten komen.

En in de allereerste plaats geldt natuurlijk dat de aanwezige talenten van medewerkers direct of indirect gericht dienen te zijn op het behalen van de organisatiedoelen van de drie kernclusters van het museum: Presentaties, Collecties en Educatie.

PLAN VAN AANPAK

Naar aanleiding van de financiële problematiek van het Groninger Museum in 2011 is het Plan van Aanpak opgesteld voor gemeente en provincie. Een van de onderdelen is de invoering van een vacaturestop. Een aantal functies is al niet meer ingevuld en in de nabije toekomst zullen nog enkele functies via natuurlijk verloop komen te vervallen. Daarmee wordt de kernbezetting van het Groninger Museum gereduceerd tot het absolute minimum dat nodig is om op het huidige niveau te kunnen blijven functioneren. Verder snijden in deze minimumformatie leidt optisch gezien misschien tot een vermindering van de personeelslasten aan de voorkant, maar leidt direct tot een verhoging van de uitgaven via inhuur van (duurdere) menskracht aan de achterkant van het loongebouw.

Bovendien leidt een eventueel vertrek van huidige medewerkers tot verlies van de vereiste kennis en kwaliteit om de tentoonstellingen, collectievorming, educatie, marketing, publiekstaken en alle overige museale taken op het vereiste ambitieniveau te houden.

Ook vergroot het verminderen van de formatie de toch al moeilijke verhouding tussen vast en flexibel personeel. Deze verhouding is momenteel 1 op 1. Tot de flexibele krachten behoren de museumdocenten, rondleiders, floormanagers en beveiligers op payroll basis en de WSW-medewerkers die op detacheringbasis via de dienst Iederz worden ingeleend.

De verhouding tussen betaald en onbetaald personeel is eveneens op 1 op 1. Tot onbetaalde medewerkers behoren vrijwilligers en stagiairs. Vergroting van bijvoorbeeld het aantal vrijwilligers is zeer beperkt haalbaar. Ook vrijwilligers moeten gecoördineerd worden, hebben een arbeidsrechtelijke positie en kosten daarmee personele capaciteit.

Uitbreiding met (groepen) vrijwilligers kan alleen binnen sectoren waar personele capaciteit beschikbaar is en waar commerciële en niet-commerciële werkzaamheden niet strijdig zijn aan elkaar en waar CAO-voorwaarden dit toestaan.

AFBOUW GESUBSIDIEERDE ARBEID

In het Groninger Museum zijn vier medewerkers werkzaam op een gesubsidieerde arbeidsplaats, een zogenaamde M-baan. De gemeente Groningen ziet zich genoodzaakt deze gesubsidieerde arbeid af te bouwen. Het lag in de bedoeling dat deze vier medewerkers in de komende beleidsperiode structureel in de formatie van het museum zouden worden opgenomen, zeker omdat zij al geruime tijd op een subsidiebaan werkzaam zijn en het museum hen niet zonder perspectief of een reguliere baan de WW wil laten insturen. Echter gezien de dreiging van ingrijpende bezuinigingsplannen van gemeente en provincie zal het –met het huidige financieel perspectief – moeilijk worden om deze vier medewerkers een baan aan te kunnen bieden.

Opgemerkt dient te worden dat het Groninger Museum vanaf de nieuwbouw in 1994 reeds 13 medewerkers vanuit een Banenpoolbaan, een Melkertbaan, een ID-baan en een JWG-baan heeft laten instromen in de reguliere formatie.

DIGITALISERING EN HET NIEUWE WERKEN

DIGITALISERING

Het toenemende gebruik van digitale apparatuur en van de social media leidt ook tot grensoverschrijding tussen privé en werk. Medewerkers zijn in privétijd vaak online met de organisatie, voeren nog even een klus uit, checken en beantwoorden hun mail etc. Omgekeerd wordt tijdens werktijd vaak privé iets op het net opgezocht, het nieuws gecheckt en soms sociaal contact onderhouden via bijvoorbeeld Facebook of Twitter. Het museum gebruikt deze social media immers ook voor publicaties en vergroting van het publieksbereik.

Het tegenhouden van deze ontwikkelingen is niet wenselijk en niet mogelijk. Wel moet het museum grenzen stellen aan wat wel of niet namens de organisatie naar buiten wordt gecommuniceerd en wie daarvoor verantwoordelijk is. Dit is ook in het belang van de medewerker ter bescherming van zijn eigen (rechts)positie. Daarnaast dienen leidinggevenden toe te zien op het bovenmatig gebruik van social media tijdens werktijd en de betreffende medewerker(s) daarop aan te spreken.

Richtlijnen zijn hiervoor in ontwikkeling.

De toenemende digitalisering leidt ook tot verandering van de inhoud of het verdwijnen van functies. In de nabije toekomst zullen kassa's vervangen worden door kaartautomaten. In drukke tijden en bij grote bezoekersaantallen blijft de mogelijkheid bestaan dat één kassa wordt bemand. De huidige Beveiligingsmedewerkers met kassataken zullen gaan functioneren als informant voor bezoekers en toezichthoudende taken op de zalen uitoefenen. Medewerkers met de benodigde talenten kunnen daarnaast gaan functioneren als medewerker in het nieuwe Informatiecentrum om bezoekers te assisteren bij het gebruik van de GM-collector en hen te informeren over lopende tentoonstellingen en de collecties.

HET NIEUWE WERKEN

Het Nieuwe Werken wordt in veel organisaties gezien als tijd- en plaatsonafhankelijk werken met het gebruik van de nieuwe media in een gebouw waar niemand een vaste werkplek heeft en waar een centraal ontmoetingscentrum is voor het delen van kennis en elkaar ontmoeten.

Deze manier van werken vergt echter een bijzonder grote financiële investering voor een verbouwing, aanschaf van digitale apparatuur en last but not least een groot draagvlak bij het management en de ondernemingsraad.

Gezien de fase waarin het Groninger Museum zich nu bevindt is dit een onverantwoorde investering en zal deze niet worden gerealiseerd binnen de komende beleidsperiode.

Medewerkers met beleidsmatige taken werken al regelmatig thuis in overleg met hun leidinggevende en zij worden gestuurd op basis van resultaat.

MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN

MAATSCHAPPELIJKE STAGES

Het kabinet heeft ruim een jaar geleden de maatschappelijke stages voor leerlingen in het voortgezet onderwijs tot doelstelling van beleid gemaakt. Tot nu toe heeft het Groninger Museum nog niet kunnen meewerken aan de doelstelling om leerlingen in het voortgezet onderwijs praktijkervaring te laten opdoen. Dit vindt zijn oorzaak in het gebrek aan personele capaciteit die nodig is voor de organisatie en begeleiding van deze leerlingen. Daarnaast is ook de zeer korte stageperiode een belemmering om leerlingen een goed inzicht te geven in het werken in een museum.

Echter het Groninger Museum onderkent zijn verantwoordelijkheid om ook in dit opzicht mee te werken aan de doelstelling om de uitwisseling tussen onderwijs en maatschappij te verbeteren en om leerlingen daarmee een beter zicht te bieden op wat (een deel) van de arbeidsmarkt biedt en vraagt.

Misschien is het ondanks de bezuinigingen en de beperkte personele capaciteit toch mogelijk een alternatief te bieden voor leerlingen uit het voortgezet onderwijs, zeker omdat de Cultuurkaart voor het voortgezet onderwijs door het kabinet is afgeschaft in het kader van de rijksbezuinigingen.

In samenwerking met de afdeling Educatie onderzoekt P&O de mogelijkheden hiertoe.

Het museum blijft de komende jaren nauw samenwerken met de onderwijsinstellingen in de stad en regio voor het bieden van langdurige stages op MBO, HBO en universitair niveau.

LEEFTIJDSBEWUST PERSONEELSBELEID EN DUURZAME INZETBAARHEID

De samenstelling van het personeelsbestand van het museum vergrijst. Zeker omdat er geen nieuwe (jonge) instroom mogelijk is door de vacaturestop.

Naast het feit dat iedere werknemer verantwoordelijk is voor zijn eigen ontwikkeling, is het de taak van de werkgever om ervoor te zorgen dat medewerkers zo lang en zo goed mogelijk kunnen blijven functioneren. De vraag is dus: hoe houdt de werkgever zijn medewerkers zo lang en zo goed mogelijk inzetbaar? Dit heeft te maken met meer dan de zorg voor een goede begeleiding bij ziekteverzuim en re-integratie. Niet alleen leeftijd kan een rol spelen bij het functioneren, maar ook andere factoren kunnen van invloed zijn.

Gezien de specialistische functies en verschillen in ambitie tussen medewerkers is ook hier sprake van maatwerk. Maatregelen kunnen niet eenduidig voor iedereen van toepassing zijn, maar moeten passen bij de persoon in kwestie. Opleiding, functieverandering, vermindering van arbeidstijd, vormen van verlof etc. zijn hierbij enkele mogelijkheden.

VERSTERKING VAN DE KWALITEIT DOOR OPLEIDING

Investing in medewerkers blijft een vanzelfsprekende noodzaak. Niet alleen door talenten van medewerkers zo goed mogelijk op de juiste plek in de organisatie tot hun recht te laten komen, maar ook door te investeren in verdere ontwikkelingen. Juist in deze tijd van digitalisering, verandering in de inhoud van functies en taken van organisaties, een grote stroom aan wetswijzigingen, een ander perspectief op pensioenvoorzieningen etc. is het noodzakelijk om mensen te laten beschikken over de benodigde kennis om hun vak goed uit te oefenen, maar zeker ook om zich staande te houden in een sterk veranderende organisatie die niet los te zien is van de verandering in de samenleving.

ARBEIDSRECHTELIJKE ZAKEN

WETSWIJZIGINGEN

De aangekondigde wetswijzigingen en regelingen op het gebied van het arbeidsrecht geven naast de al genoemde inhoudelijke en financiële veranderingen nog meer wijzigingen op HR-gebied.

Hierbij zijn vooral van belang de nieuwe Pensioenwet, de nieuwe Vitaliteitsregeling, de duurder wordende kinderopvang, de aangekondigde nieuwe verlofregelingen voor zwangerschaps- en ouderschapsverlof en de reeds goedgekeurde en per 1 januari 2012 ingaande Verlofregeling van invloed op (het functioneren) van de organisatie en daarmee op het functioneren van medewerkers.

Het is op een groot aantal gebieden nog onduidelijk hoe deze wetgeving in de praktijk uitwerkt. Het is dan ook de vraag of de wetten en regelingen bijdragen aan de investering in de kwaliteit van medewerkers, het realiseren van bezuinigingen en daarmee aan de doelstelling van het Groninger Museum.

CAO-ONTWIKKELINGEN

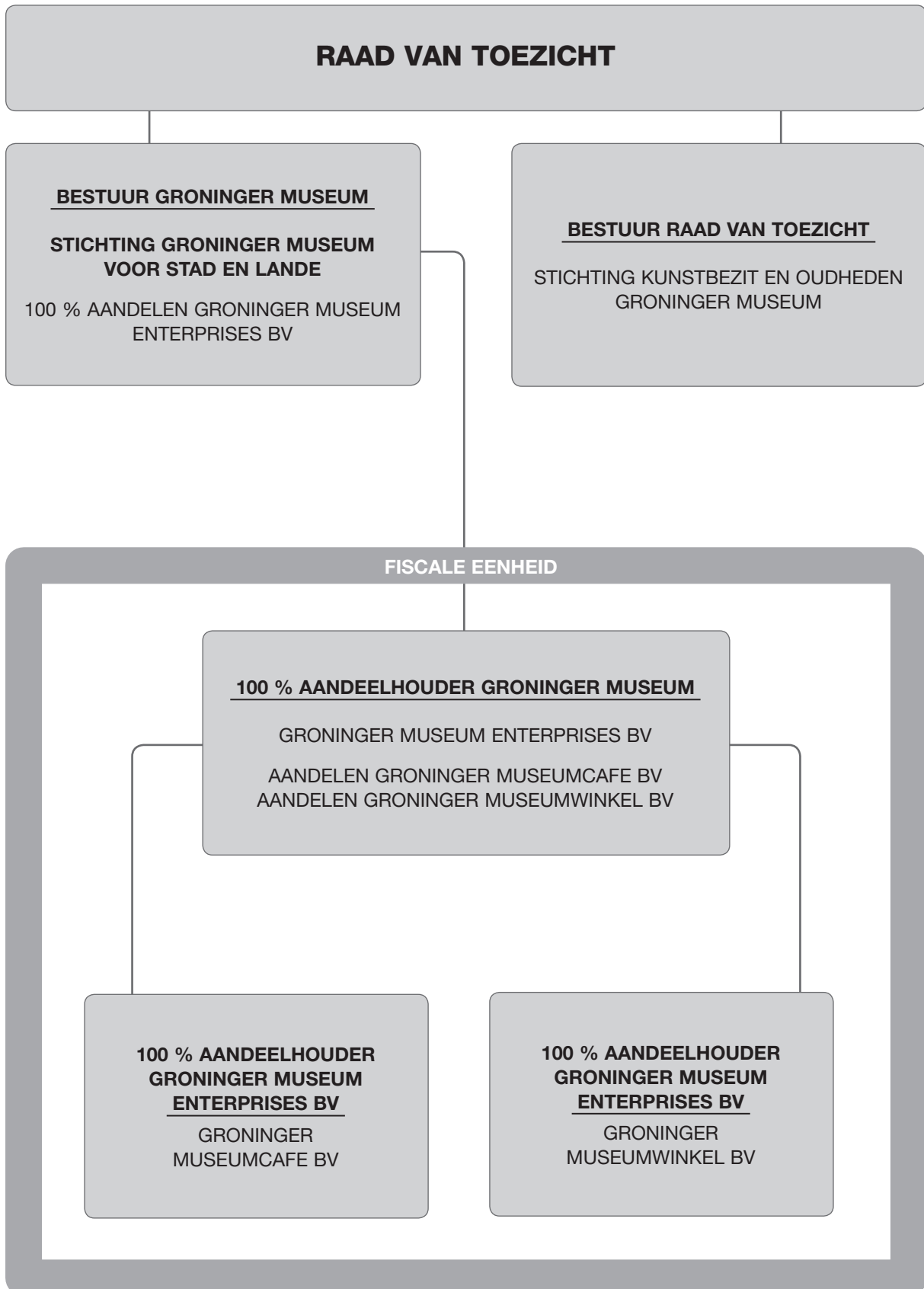
Het Groninger Museum bestaat uit een drietal organisatieonderdelen: de Stichting Groninger Museum, Het MendiniRestaurant en de Museumwinkel.

In deze organisatieonderdelen zijn drie verschillende CAO's van toepassing, de CAO VRM (Verzelfstandigde Rijksmuseum), de Horeca CAO en de Gebra CAO (Gemengde Branche). Deze situatie vloeit voort uit enerzijds de wettelijke verplichting om in de horeca de bedrijfs-CAO toe te passen, omdat in de winkel gekozen is voor de meest van toepassing zijnde CAO en omdat voor het museum bij de verzelfstandiging in 1996 de CAO VRM is overeengekomen. Deze verschillen maken het niet mogelijk op alle medewerkers dezelfde arbeidsvoorwaarden van toepassing te laten zijn. De ondernemingsraad, waarin ook de horeca is vertegenwoordigd, zal hiermee rekening moeten houden.

MEERJARENPERPECTIEF 2013-2016

Omschrijving	Perspectief 2013 €	Perspectief 2014 €	Perspectief 2015 €	Perspectief 2016 €
Opbrengsten				
Exploitatiesubsidies	4.695	4.695	4.695	4.695
Budgetsubsidie huur	442	442	442	442
Entreegelden	1.047	1.235	1.047	1.235
Pachten	44	44	44	44
Omzet collecties	634	635	636	337
Omzet educatie en informatie	37	37	37	37
Omzet publieksactiviteiten	87	87	88	89
Diverse opbrengsten	20	20	20	20
Opbrengsten totaal	7.006	7.195	7.009	6.899
Kosten				
Personeelskosten	2.996	3.032	2.943	2.980
Kapitaallasten	271	265	197	187
Huisvesting	1.767	1.785	1.804	1.824
Algemene kosten	357	360	364	368
Marketing en communicatie	34	34	35	35
Kosten collecties	505	506	506	206
Kosten presentaties	987	987	987	987
Kosten educatie	58	58	59	59
Kosten commerciële activiteiten	60	60	61	61
Onvoorzien	40	40	40	40
Kosten totaal	7.075	7.127	6.996	6.747
Financiële baten en lasten	123	113	102	92
Bedrijfsresultaat	-192	-45	-89	60
Resultaat deelnemingen	161	166	171	176
Bedrijfsresultaat na deelneming	-31	121	82	236

FISCALE EN JURIDISCHE CONSTRUCTIE GRONINGER MUSEUM



ORGANOGRAM GRONINGER MUSEUM

