

Van  
Gogh  
Museum

Amsterdam

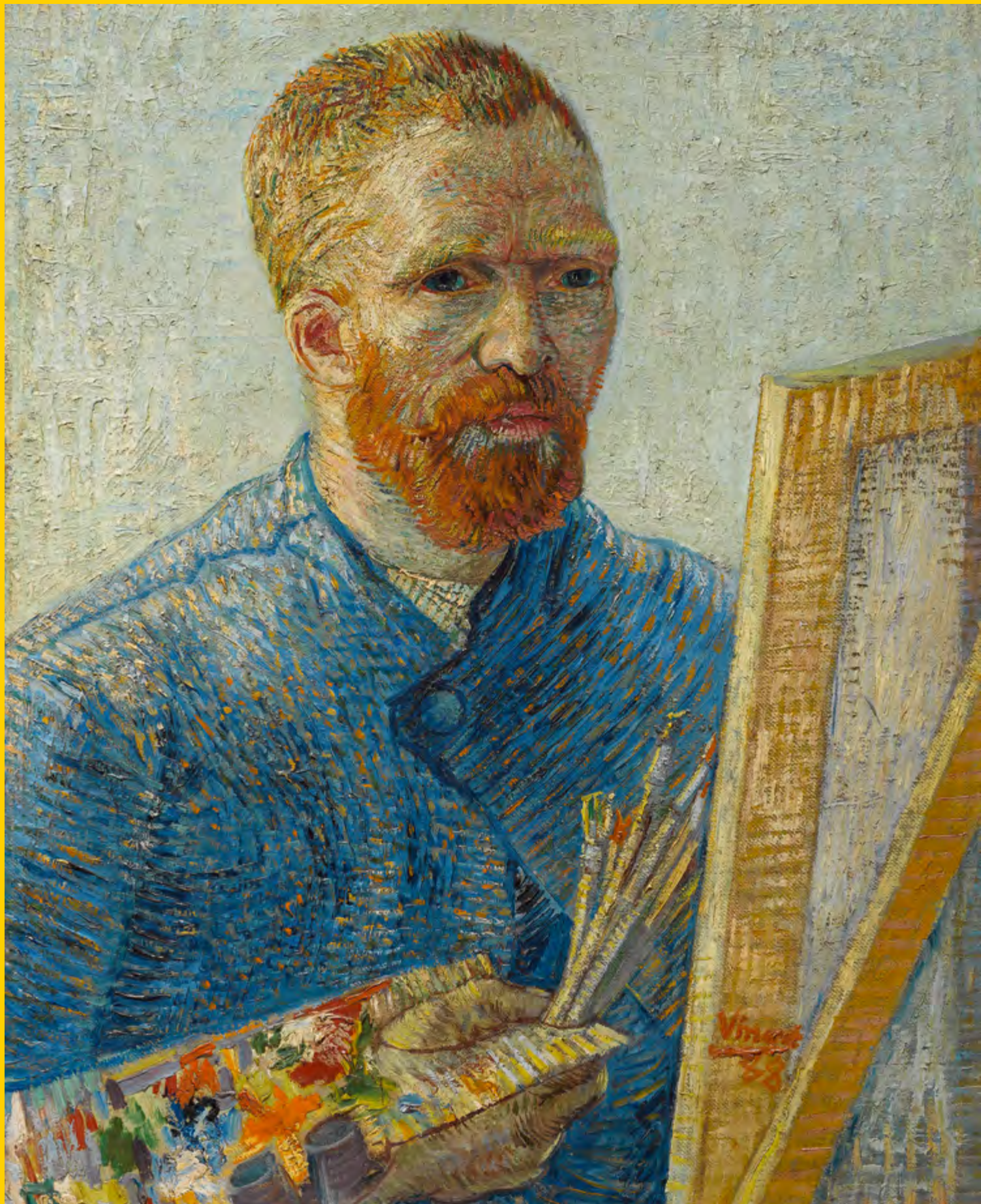


Vincent van Gogh, *De brug van Langlois*, 1888. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting).

# Strategisch plan

2025 - 2028





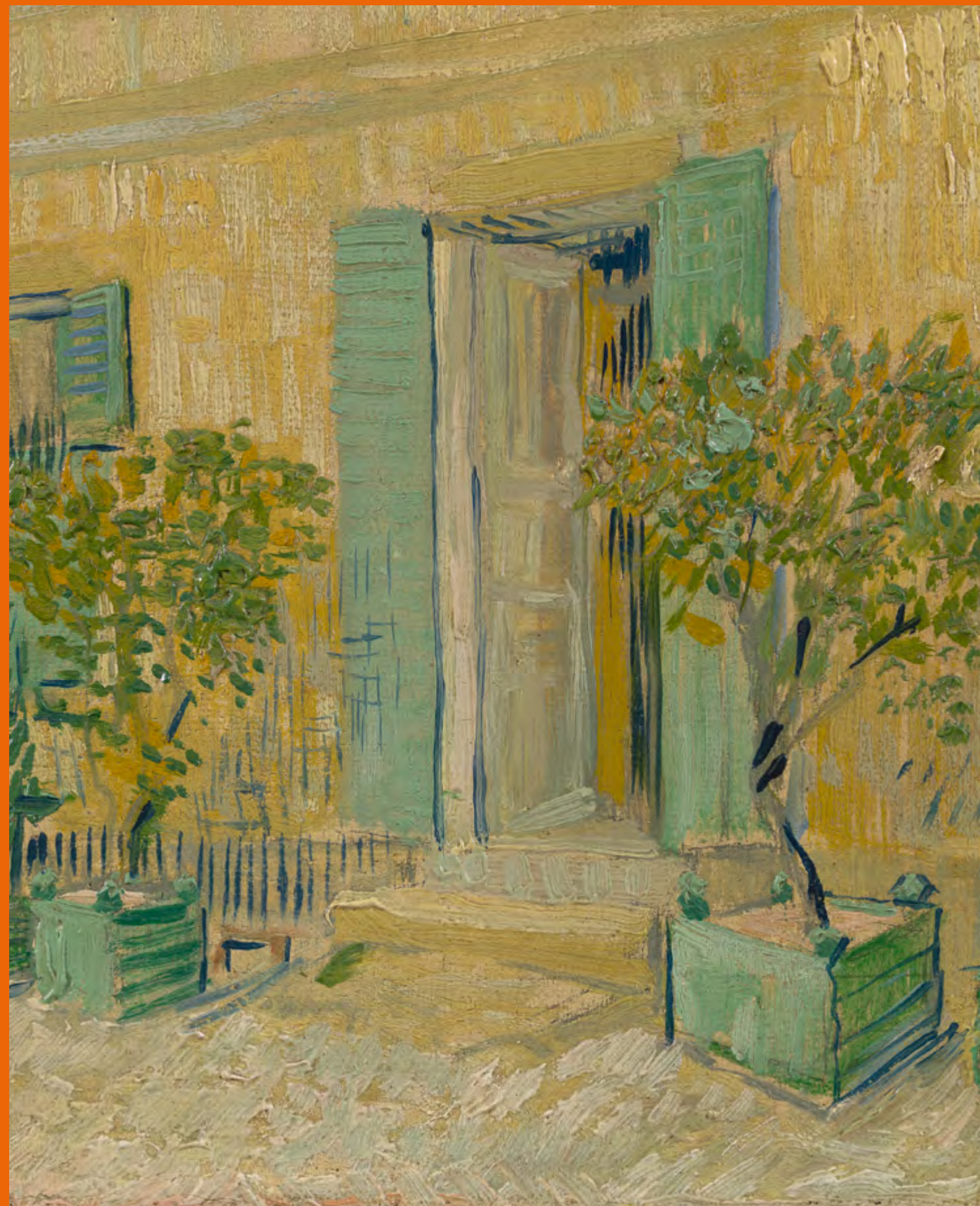
Vincent van Gogh, *Zelfportret als schilder* (detail), 1887 - 1888. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)

# Inhoudsopgave

01. Voorwoord	6
02. Karakterschets museum	10
03. Stakeholders	16
04. Missie	20
05. Kernwaarden	24
06. Visie	28
07. Strategische pijlers	32
08. Verantwoording en gevolgde procedure	38
09. Colofon	42

# 01

## Voorwoord



Vincent van Gogh, Voor een restaurant te Asnières, 1887. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)

# Voorwoord

Emilie Gordenker, algemeen directeur  
Rob Groot, zakelijk directeur

Het Van Gogh Museum (hierna ook: het VGM of het museum) behoort tot de top van de musea voor westerse kunst in de wereld. Deze positie dankt het museum aan de unieke collectie en de kennis over Vincent van Gogh en zijn tijdgenoten. Het aangrijpende werk en eigenzinnige leven van Van Gogh weten al decennialang de wereld te fascineren en te raken. Daarnaast beheert het museum De Mesdag Collectie in Den Haag (hierna ook: DMC), met een collectie die aansluit bij de collectie in Amsterdam.

Naar aanleiding van het Strategisch Plan 2021-2024 zijn scherpe keuzes gemaakt, wat heeft geleid tot meer duidelijkheid voor de organisatie en ook beter past bij wat het museum wil zijn: een inclusief museum dat mensen wil inspireren met het leven van Vincent van Gogh, zijn werk en zijn tijd. De nadruk lag de afgelopen periode niet zozeer op groei, maar op kwaliteit en inclusie, zonder dat dit ten koste is gegaan van de leidende positie die het VGM op allerlei gebieden inneemt. Een doelgroepenstrategie is opgesteld om meer en andere bezoekers uit Nederland te engageren, wat in voorgaande jaren steeds minder het geval was. Een kernteam Diversiteit, Inclusie en Toegankelijkheid (DIT) is opgezet, dat zich onder andere bezighoudt met het advies geven over zaken m.b.t. diversiteit, inclusie en toegankelijkheid. Het succes van de activiteiten geeft de bevestiging dat de huidige strategische koers goed werkt. De positieve beoordelingen van de collectie, tentoonstellingen en (outreach-)programma's hebben geleid tot meer Nederlandse bezoekers en een toename van het aantal donateurs. Er is een gezonde balans tussen de artistieke en commerciële organisatie, mede door een interne fusie die begin 2022 heeft plaatsgevonden, waardoor de medewerkers van de verschillende takken van de organisatie meer tot elkaar zijn gebracht. De museumwinkels haalden een recordomzet. In 2023 is het vijftigjarig jubileum uitbundig gevierd. Het museum heeft Nederland en alle inwoners van Nederland getrakteerd op

drie prachtige tentoonstellingen, bijzondere activiteiten en een groot verjaardagfeest op het Museumplein – in lijn met de nieuwe missie, visie en strategische doelen.

Het Strategisch Plan 2025-2028 zal doorgaan op de ingeslagen weg. Naast het uitvoeren van de kerntaak behouden, beheren en presenteren van de internationaal gerenommeerde collectie, streeft het VGM ernaar een brug te slaan tussen het verleden en het heden. Het VGM vertegenwoordigt niet alleen een bijzondere kunstenaar en zijn tijd, maar wil met zijn collectie en activiteiten mensen – van allerlei afkomsten en leeftijden – betrekken, verbinden en verrassen. Dat doet het museum door het maken van toonaangevende tentoonstellingen, het verwerven van belangrijke aanwinsten, het verrichten van onderzoek op het allerhoogste internationale niveau, het creëren van een baanbrekende educatieve programmering, een sterke beweging naar inclusie en de voorzetting van het succes van de afdeling Development en groep Commercie. Voor de eigen organisatie wil het VGM een empathische en inclusieve werkgever zijn, waarbij iedereen zich thuis voelt en waar op een prettige en positieve manier wordt samengewerkt. Doordat het VGM erg afhankelijk is van bezoekersstromen en relatief gezien veel minder subsidie krijgt dan andere rijks gesubsidieerde musea, is het van groot belang dat het museum een financieel duurzame organisatie is en blijft.

Voor de komende jaren heeft het VGM een aantal focuspunten geïdentificeerd. Om materiaal-technisch onderzoek voort te zetten op internationaal niveau, wil het museum een eigen Conservation Science Centre oprichten en de resultaten toegankelijk maken voor publiek. Met betrekking tot toegankelijkheid wordt mentaal welzijn een nieuw speerpunt; een onderwerp dat door de bijzondere emotionele dimensie van het werk en het levensverhaal van Vincent van Gogh bij uitstek bij het VGM past en verder zal worden ingebed in de activiteiten en organisatie. Het VGM

wil een warme en inclusieve werkgever zijn en de ingezette interne cultuurverandering krijgt prioriteit. De (museum)panden die het VGM huurt van de Nederlandse Staat bevinden zich in slechte staat en de komende jaren ligt de focus op de renovatie van de gebouwen en de financiering daarvan.

Sinds de periode van het vorige Strategisch Plan (2021-2024) is de wereld sterk veranderd. Het museum heeft de coronacrisis goed overleefd, maar de (geo)politieke ontwikkelingen in Nederland en daarbuiten zorgen voor onzekerheid. Polarisatie in de maatschappij, toename van demonstraties en protestacties waarbij ook culturele instellingen ongewild worden betrokken, en onduidelijkheid over de financiële consequenties van de terugtrekkende overheid kunnen in de komende periode van grote invloed zijn op het museum. Hoewel het geen eenvoudige opgave zal zijn, hebben wij er vertrouwen in dat onze organisatie ook deze uitdagende tijden goed aankan.

De directie, het managementteam en de medewerkers van het museum hebben dit plan opgesteld ten behoeve van het beleid voor de komende jaren, wel in de wetenschap dat het de basis zal vormen voor het activiteitenplan dat het VGM voor 1 november 2024 bij het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap zal indienen. Dit Strategisch Plan geeft alle afdelingen een overkoepelende leidraad voor hun activiteiten, afdelingsplannen en beleidsplannen en biedt zo richting aan de hele organisatie voor de komende vier jaar.

02

Karakterschets  
museum





# Karakterschets museum

## Collectie

Het VGM heeft de grootste collectie werken van Vincent van Gogh ter wereld, met 205 schilderijen, circa 500 tekeningen, meerdere afdrucken van zijn tien prenten, een groot deel van de brieven (ruim 800) en Van Gogh-gerelateerd archiefmateriaal. De collectie bevat verder schilderijen, tekeningen en een aantal beelden uit de periode 1840-1920 van vrienden, tijdgenoten, voorbeelden voor en navolgers van Van Gogh. Het museum beheert daarnaast een unieke, hoogstaande collectie laat-19de-eeuwse prentkunst van internationale allure en een collectie Japanse ukiyo-e-prentkunst, bijeengebracht door Van Gogh. De Mesdag Collectie in Den Haag bevat een uitzonderlijke verzameling 19de-eeuwse kunst die is samengebracht door de beroemde zeeschilder Hendrik Willem Mesdag en zijn vrouw en kunstschilder Sientje Mesdag-van Houten. Deze collectie bevat talloze 19de-eeuwse meesterwerken van de Franse School van Barbizon en de Haagse School.

### De collectie in eigendom van de Vincent van Gogh Stichting

Na het overlijden van Theo van Gogh in 1891 werd zijn weduwe Jo van Gogh-Bonger samen met hun toen éénjarige zoon Vincent Willem eigenaar van de Vincent van Gogh-collectie. Na haar overlijden in 1925 werd ir. Vincent Willem van Gogh eigenaar van de gehele collectie. In 1962 heeft ir. V.W. van Gogh met de Staat der Nederlanden de overeenkomst gesloten dat hij zijn volledige collectie (schilderijen, tekeningen, brieven) overdroeg aan de Vincent van Gogh Stichting. Daartegenover heeft de Staat zich verplicht het Van Gogh Museum te bouwen en te exploiteren, om daarmee te waarborgen dat de collectie voor iedereen en voor altijd toegankelijk is. Het Van Gogh Museum is in 1973 geopend. In het contract uit 1962 tussen de Staat en de Vincent van Gogh Stichting heeft de Staat de (voortdurende) verplichting op zich genomen om de collectie te huisvesten en tentoon te stellen, en te zorgen voor de instandhouding van de collectie. De geschiedenis van de Van Gogh-familie

en de Vincent van Gogh Stichting zijn onlosmakelijk verbonden met de collectie en het museum. De Vincent van Gogh Stichting is de belangrijkste stakeholder van het VGM en is zeer betrokken bij alle activiteiten, en de banden zijn warm en hecht.

### The Mesdag Collectie (DMC)

DMC maakt integraal onderdeel uit van het VGM en is een belangrijke inhoudelijke toevoeging aan de collectie van het VGM. DMC is in 1903 onder voorwaarden aan de Staat geschonken. Het beheer van de collectie is in 1990 door het Rijk overgedragen aan Rijksmuseum Vincent van Gogh (inmiddels: Stichting Van Gogh Museum). DMC is eigendom van de Staat.

### Overige onderdelen van de collectie

Daarnaast heeft het VGM verschillende deelcollecties in beheer van de Staat, onder andere de Andries Bonger-collectie, en ook enkele werken uit de collectie die wordt aangeduid als de NK-collectie. Het VGM heeft een actief aankoopbeleid en ontving een aantal schenkingen.

## Presentatie collectie

In de vaste presentatie van de collectie staat de ontwikkeling van Van Gogh centraal. Het verhaal van Van Goghs leven en kunstenaarschap loopt als een rode draad door alle verdiepingen, waarbij niet alleen zijn schilderijen, maar ook tekeningen en brieven te zien zijn. Van Gogh wordt in de context van zijn tijd geplaatst door zijn werk te combineren met dat van zijn voorbeelden, tijdgenoten en navolgers. Een aspect dat maar weinig andere musea op een dusdanige geconcentreerde wijze kennen, is de bijzondere, emotionele dimensie die het werk en levensverhaal van Vincent van Gogh kent en die een breed publiek blijft raken en inspireren.

## Onderzoek- en kenniscentrum

Het VGM heeft zich ontwikkeld tot hét kenniscentrum op het gebied van Vincent van Gogh. Wetenschappelijk onderzoek is al decennialang een integraal onderdeel van het beleid van het VGM. In het verbinden van kunsthistorisch en materiaaltechnisch onderzoek behoort het museum internationaal tot de voorhoede. Het VGM ontwikkelt zijn kennis niet alleen door onderzoek te doen naar de eigen collectie, maar ook naar Van Goghs oeuvre in de breedte, zijn leven en de kunst van de 19de eeuw. Verschillende ambitieuze onderzoeksprojecten hebben in het verleden de grondslag gelegd voor tentoonstellingen en publicaties. Als er nieuwe vondsten worden gedaan over Van Goghs leven en werk, wordt het VGM altijd als bron van betrouwbare kennis beschouwd.

## Tentoonstellingen

Het organiseren van tentoonstellingen is een belangrijk onderdeel van het VGM. Baanbrekende tentoonstellingen krijgen veel (inter)nationale aandacht en leiden daarmee tot aanzien van Nederland wereldwijd. Tentoonstellingen houden het museum levendig en maken het aantrekkelijk voor herhaalbezoek van met name Nederlanders. Het VGM organiseert regelmatig ook tentoonstellingen samen met internationaal gerenommeerde musea.

## Bezoekers

De wereldwijde en aanhoudende belangstelling voor Vincent van Gogh zorgt voor grote aantallen bezoekers. Het VGM is een van de best bezochte musea van Nederland. In 2023 trok het museum bijna 1,7 miljoen bezoekers en in 2024 worden ruim 1,8 miljoen verwacht. Het museum is niet alleen een belangrijke trekpleister voor buitenlandse bezoekers maar ook voor jaarlijks ruim 300.000 Nederlanders. Als onderdeel van de gekozen strategie voor kwaliteit boven kwantiteit, is bewust de verkoop van het aantal entreetickets beperkt, zodat de bezoekerservaring prettig blijft. De doelstelling is om jaarlijks maximaal 1,9 miljoen bezoekers te ontvangen, wat 20% minder betekent dan de jaren voor de coronacrisis. Hoewel het museum doorgaans als druk wordt ervaren, is door de beperkte kaartverkoop de collectie toch goed voor de bezoekers te zien en is de Net Promoter Score (NPS) bijzonder hoog. De wereldwijde aandacht voor Vincent van Gogh vertaalt zich ook in de vele digitale bezoekers uit de hele wereld. Het VGM heeft ongeveer 10 miljoen volgers op verschillende socialmediaplatforms en is daarmee een van de succesvolste musea op dit gebied in de wereld.

## Inkomsten

Het VGM krijgt in vergelijking met andere (Nederlandse) musea relatief weinig subsidie en heeft een opvallend hoge zelfverdien capaciteit. De grote aantallen bezoekers genereerden in 2023 via entreegelden 38% van het jaarlijkse budget en de ticketverkoop is daarmee de belangrijkste inkomstenbron van het museum. Commerciële activiteiten, merchandise, donaties, schenkingen en sponsoring leveren jaarlijks circa 46% en subsidie van de rijksoverheid circa 16% van de inkomsten.

## Positionering

### Nationaal

Het VGM heeft met zijn sterk gefocuste collectie een unieke positie in Nederland. Aan het Museumplein in Amsterdam neemt het VGM tussen het Rijksmuseum Amsterdam en het Stedelijk Museum Amsterdam een eigen positie in, wat echter niet wegneemt dat er (kunsthistorische) raakvlakken zijn met deze twee musea. Het VGM zoekt bovendien regelmatig samenwerking met andere museale instellingen op en vervult waar mogelijk een voortrekkersrol in de culturele sector op allerlei gebieden. In verhouding tot andere musea positioneert het VGM zich als een menselijk museum: door Vincent van Gogh – zijn werk en levensverhaal – centraal te stellen, ligt de nadruk meer dan bij andere instellingen op de persoon. Dit werkt door in de persoonlijke en menselijke benadering in de verhalen die worden verteld en de wijze waarop wordt omgegaan met bezoekers en stakeholders als begunstigers en partners.

### Internationaal

Het VGM heeft een internationale reputatie. Op het wereldwijde museale podium kan het VGM worden gekarakteriseerd als een 'kleine tussen de grote'. Weliswaar is de omvang van de collectie in vergelijking met andere grote kunstmusea bescheiden te noemen, de hoogstaande kwaliteit van de collectie, de presentatie, de tijdelijke tentoonstellingen, het onderzoek en kennisniveau, en de educatieve programma's staan internationaal in hoog aanzien. Grote musea in Europa en de Verenigde Staten zijn reeds decennialang belangrijke partners in velerlei opzichten, en er bestaan talrijke samenwerkingsverbanden met buitenlandse musea en onderzoeksinstituten. De collectie is veelgevraagd voor (inter) nationale tentoonstellingen.

an Gogh  
Van Gogh



03

# Stakeholders



Mary Cassatt, *De brief (The Letter)* uit de prentenserie *The Ten*, 1890-1891. Van Gogh Museum, Amsterdam

# Stakeholders

Het VGM heeft een nauwe band en samenwerking met een brede groep (inter)nationale stakeholders:

- de Vincent van Gogh Stichting
- de bezoekers van het VGM: nationaal, internationaal en digitaal
- geïnteresseerden in (de kunst van) Vincent van Gogh en zijn tijdgenoten
- de medewerkers
- de inwoners van Nederland
- de inwoners van Amsterdam
- de rijksoverheid, het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) en de Nederlandse politiek
- de provincie Noord-Holland
- de gemeente Amsterdam
- het Rijksvastgoedbedrijf
- maatschappelijke organisaties
- de onderwijssector
- de culturele sector, musea in binnen- en buitenland, kunstinstellingen, brancheorganisaties, erfgoedinstellingen
- de musea op het Museumplein
- steunverleners
- commerciële partners
- verzamelaars en kunsthandel
- de media
- de vrijetijdsector
- leveranciers en andere contractspartijen

Naast deze stakeholders blijft het belangrijk om groepen te bereiken die niet vanzelfsprekend een band met het museum hebben. Het museum heeft specifiek voor inclusie en diversiteit de volgende aandachtsgroepen geformuleerd: local communities (zoals Amsterdammers en jongvolwassenen met een cultureel diverse achtergrond), jongeren, senioren en bezoekers met een toegankelijkheidsvraag. Hieronder worden vragen verstaan die betrekking hebben op visueel, auditief, cognitief gebied en prikkels. De gekozen aanpak heeft tot goede resultaten geleid en ook de komende beleidsperiode vormen deze aandachtsgroepen het uitgangspunt om bestaande outreach-programma's voort te zetten en nieuwe outreach-programma's te ontwikkelen. Met behulp van impactmetingen worden de programma's beter gestroomlijnd en gemonitord.

Het VGM heeft in afgelopen jaren een doelgroepenstrategie voor Nederlanders gedefinieerd. In lijn met de marktsegmentatie die wordt gebruikt door de stad Amsterdam, richten marketing en communicatie zich op de zogenaamde 'stadse alleseters', die de bezoekers van de toekomst zijn. Stadse alleseters zijn jonge stadsbewoners, meestal zonder kinderen, die fulltime werken en een actief leven leiden. Andere doelgroepen, zoals de meer geïnformeerde cultuurgenieters, zijn vanzelfsprekend nog steeds van harte welkom in het museum.

De medewerkers van het Van Gogh Museum zijn allemaal essentieel voor het uitvoeren van de missie en het behalen van de doelstellingen uitgezet in dit plan.

Alle steunverleners en andere (contractuele) partners worden langs de lat van de Ethische Code van het museum gelegd, die in 2021 is opgesteld.



04

Missie



Vincent van Gogh, *Zonnebloemen*, 1889. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)



## Missie

De missie omschrijft het bestaansrecht van het Van Gogh Museum:

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



# 05

## Kernwaarden



Vincent van Gogh, *Portrait of Camille Roulin*, 1888. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)

# Kernwaarden

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

Het VGM heeft de volgende kernwaarden geformuleerd:

## 1. Authentiek

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

## 2. In verbinding

### In verbinding met Vincent van Gogh en zijn tijd

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

### In verbinding met elkaar

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

## 3. Eigenzinnig

Wij moedigen mensen aan buiten de lijntjes te kleuren en zichzelf elke dag opnieuw uit te vinden, juist door zichzelf te blijven. Wij willen daarbij een voorbeeld zijn. Wees je kleurrijke zelf. Wees eigenzinnig. Kijk onbevangen naar de wereld en omarm daarin de verschillen. Leg je niet neer bij hoe dingen nu eenmaal gaan of 'moeten'.

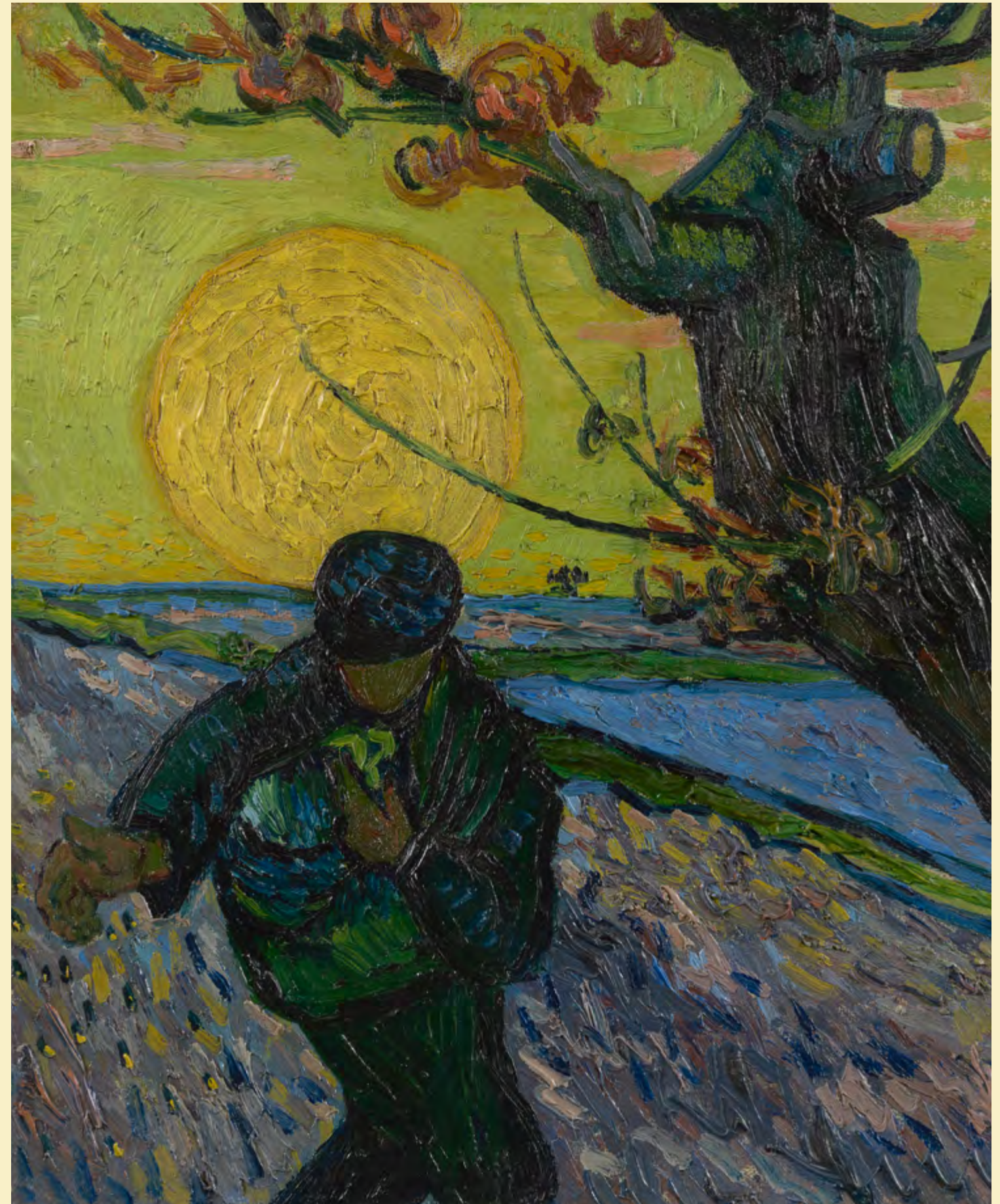
Ga nieuwe uitdagingen aan en wees innovatief. Om te doen waarin je gelooft of juist om je te bekwamen. Daarvoor is lef nodig. En doorzettingsvermogen. Ga door als het tegenzit. Ga door als anderen twijfels hebben, maar jij overtuigd bent.

De drie kernwaarden houden elkaar in balans:



06

Visie



Vincent van Gogh, De Zaaier, 1888. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)



Vincent van Gogh, De oogst, 1888. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)

# Visie

De visie is de stip op de horizon waar wij op koersen. De afgelopen periode is de visie onder de loep genomen en is samen met de gehele organisatie gekeken naar een nadere invulling. De nieuwe visie spreekt meer aan en spreekt duidelijk onze ambitie uit voor de komende jaren.

Onze voornaamste taak is het zorgen voor, tonen, onderzoeken en uitbreiden van de collectie.

Onze focus op Vincent van Gogh en zijn tijd maakt ons als museum uniek. We dragen optimaal zorg voor de collectie zodat toekomstige generaties net zo van de kunst kunnen genieten en leren als wij, op een manier die past bij hun tijd. De muren van ons museum zien we als poreus: we zijn open en absorberen wat er in de wereld om ons heen gebeurt. We zijn een ontmoetingsplek waar dialoog op gang komt. Zo geven we als museum nog meer betekenis aan onze collectie.

We voelen de verantwoordelijkheid om voorop te lopen, om grenzen te verleggen op onze eigen innovatieve manier. Zo blijven we inspiratie bieden aan onze bezoekers, partners en medewerkers.

07

Strategische pijlers



Vincent van Gogh, *Caraf en schotel met citrusvruchten*, 1887. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)

# Strategische pijlers

Op basis van de geformuleerde missie, visie en kernwaarden zijn drie strategische pijlers geformuleerd die de komende vier jaren zorgen voor verdere prioritering.

Bij elke strategische pijler passen drie concrete doelstellingen.

De strategische pijlers en de onderliggende doelstellingen geven concrete richting aan het hele museum en vormen de basis voor de activiteiten van de verschillende afdelingen van het museum.



# Strategische pijler 1: Het VGM heeft als kerntaak het zorgen voor, tonen, onderzoeken en uitbreiden van de collectie

## Doelstellingen

### 1. De collectie wordt behouden en uitgebreid voor toekomstige generaties

De collecties van het VGM en DMC vormen de kern van het museum en zorgen ervoor dat het museum zich als een bruisend instituut met een inhoudelijke en inspirerende programmering en daarmee samenhangende activiteiten neerzet. Het beheer en behoud van de collectie voor de toekomst, inclusief restauratie, vormen het bestaansrecht van het museum en behoren tot de kerntaken. Ook de komende periode streven wij ernaar om de collectie met kwalitatief hoogstaande werken uit te breiden, en daarmee Van Goghs werken in een context te plaatsen van toonaangevende werken uit de 19de en vroege 20ste eeuw.

### 2. Het VGM is een kenniscentrum dat steeds meer inzicht biedt in Vincent van Gogh en de kunst van zijn tijd

Dankzij de bijzondere collectie, het onderzoeksprogramma, de bibliotheek en de documentatie heeft het VGM zich de afgelopen dertig jaar ontwikkeld tot het kennisinstituut op het gebied van de werken en het leven van Vincent van Gogh. Het museum heeft een jarenlange traditie van hoogstaand en innovatief onderzoek naar Van Gogh en zijn tijd. De doelstelling is om onze internationale reputatie te behouden en uit te bouwen. Wij willen kunsthistorisch en materiaal-technisch onderzoek doorontwikkelen en daarbij actief samenwerking zoeken met universiteiten en andere (private) partijen. Om de onderzoeksmogelijkheden verder uit te bouwen is de intentie om een Conservation Science Centre op te richten, waarin specialisten state-of-the-art onderzoek verrichten en

waarbij onderzoeksdata op een duurzame en toegankelijke manier worden opgeslagen en beheerd.

### 3. De collectie wordt gepresenteerd en in context geplaatst

Wij willen een brug te slaan tussen het verleden en het heden, en met onze collectie en (educatieve) activiteiten mensen – van allerlei afkomsten en leeftijden – betrekken, verbinden en verrassen. Wij willen de collectie up-to-date en relevant houden met een toegankelijke benadering voor een zo divers mogelijk publiek. De doelstelling voor de komende jaren is om het ambitieuze tentoonstellingsprogramma en (het maken van) publicaties van internationaal aanzien voort te zetten. Met gedurfde en meer experimentele tentoonstellingen willen wij het Nederlandse publiek verbreden en het maatschappelijke draagvlak van het museum vergroten. Ook zal het VGM de collectie, archivalia, het oeuvre en het leven van Vincent van Gogh verder duurzaam en innovatief ontsluiten door de gehele collectie in een voor iedereen toegankelijke omgeving beschikbaar te maken.

# Strategische pijler 2: Het VGM is open en naar buiten gericht

## Doelstellingen

### 1. Het VGM wordt (inter)nationaal gezien als een uniek museum

Het VGM is een vooraanstaand, internationaal opererend museum en neemt met zijn sterk gefocuste collectie op Vincent van Gogh en zijn tijd, die wereldwijd bekend is, een unieke positie in. Dit is te danken aan de kwaliteit en omvang van de collectie en aan het feit dat het aangrijpende werk en eigenzinnige leven van Van Gogh al decennialang de wereld weet te fascineren en te raken. Met zijn unieke collectie, hoogstaand onderzoek, tentoonstellingen van internationale allure, indrukwekkende publicaties, verrassende educatieve programmering, maar ook met de overweldigende aantallen fans op social media en succesvolle commerciële en fondsenwervingsactiviteiten, behoort het VGM tot de top van de musea voor westerse kunst in de wereld. Wij willen onze positie als toonaangevend internationaal instituut op al deze gebieden versterken en ontwikkelen. Wij zullen ons de komende tijd onafgebroken inspannen om de collectie en de vele daaraan verbonden activiteiten onder de aandacht te brengen van een breed, (inter)nationaal publiek om zo inspiratie te bieden aan (digitale) bezoekers, partners, en (museale) organisaties, zowel nationaal als internationaal.

### 2. Iedere inwoner van Nederland voelt dat het VGM en DMC een plek voor iedereen is

Het VGM is een museum voor iedereen, en gelijkwaardig toegankelijk voor iedereen, ook voor de digitale bezoekers. Buitenlandse bezoekers zijn en blijven meer dan welkom. Wij gaan ons de komende tijd met name richten op alle inwoners van Nederland. De doelengroepenstrategie en de daarmee geassocieerde marketing- en communicatiestrategie die al veel bezoekers uit Nederland heeft aangetrokken, zullen

worden voortgezet. Wij blijven ons richten op mensen voor wie een museumbezoek niet vanzelfsprekend is. Verrassende (outreach-) programma's zullen in eerste plaats worden ontwikkeld voor, door en met de focusgroepen (zie verder hoofdstuk 3 van dit Strategisch Plan). Wij willen een persoonlijke, en hopelijk ook een blijvende impact hebben op bezoekers en andere stakeholders door de inspiratie van Vincent van Gogh centraal te stellen. Door te luisteren willen wij continu van elkaar blijven leren. Wij zullen ons in de komende periode verder positioneren als een museum waarin het menselijke verhaal centraal staat. Er komt een nieuwe focus te liggen op mentaal welzijn, een onderwerp dat door de bijzondere emotionele dimensie van het werk en het levensverhaal van Vincent van Gogh bij uitstek bij ons museum past.

### 3. Medewerkers en partners beschouwen het museum als een open, innovatieve en succesvolle organisatie

Het VGM wil een empathische en inclusieve werkgever zijn; een organisatie waarin iedereen zich thuis voelt en waar op een prettige en positieve manier wordt samengewerkt. Samen met alle medewerkers werken wij aan een cultuurverandering, met het Cultuurkompas en de kernwaarden als richtsnoer. Het museum is een ontmoetingsplek, gaat in gesprek en zoekt actief de verbinding op met bezoekers en partners. Wij zullen de komende periode nog meer onze grenzen verleggen op een innovatieve manier. Wij streven ernaar vernieuwende, verfrissende en vooruitstrevende activiteiten te ontwikkelen op allerlei gebieden, inclusief digitale initiatieven, om zo een leidende positie te kunnen (blijven) innemen.

# Strategische pijler 3: Het VGM is een duurzame organisatie

## Doelstellingen

### 1. De gebouwen en faciliteiten zijn klaar voor de toekomst

Op de korte termijn zijn grote investeringen nodig om het museum pand in Amsterdam te kunnen blijven gebruiken voor het beheer van de collectie, om museumbezoek te kunnen blijven faciliteren en om te kunnen voldoen aan de (wettelijk) opgelegde duurzaamheidsverplichtingen. De komende periode ligt onze focus dan ook op de voorbereiding van de grootschalige renovatie die in 2028-2029 zal moeten worden uitgevoerd. Onze doelstelling is ook om andere faciliteiten, zoals het ICT-landschap, toekomstbestendig te maken. De balans vinden tussen de (internationale) aantrekkingskracht van de collectie en de grote bezoekersaantallen enerzijds en de kwetsbare collectie en de beperkingen van het museumgebouw anderzijds, heeft de komende tijd prioriteit. Wij zullen een toekomstvisie ontwikkelen om de gebouwen en de faciliteiten klaar te maken voor de langere termijn.

### 2. Het VGM heeft een gezond (financieel) bedrijfsmodel

De komende jaren zullen we blijven sturen op een gezond bedrijfsmodel waarin kostenbewustzijn en het in balans houden van de uitgaven en inkomsten uitgangspunten zijn. De hoogte van de subsidiebedragen die het VGM ontvangt, in het bijzonder de subsidie voor het beheer en onderhoud van de panden, geeft (financiële) zorgen. Eens te meer omdat in 2028/2029 grootschalig onderhoud van het museum pand nodig is om het gebouw in stand te houden, wat de komende periode prioriteit krijgt. Ook de komende periode zullen wij de bestaande (internationale) relaties verder uitbouwen en nieuwe duurzame relaties aangaan met private en commerciële sponsors,

met de Ethische Code als leidraad. De verkoop van merchandise in de museumshops, online verkoop, licenties en wholesale zijn essentieel voor de financiële gezondheid van het VGM, waarbij het uitgangspunt blijft dat commerciële activiteiten bijdragen aan de missie, doelen en merkpositionering van het museum. Alle medewerkers zijn cruciaal voor het succes van het museum en ons doel is om een werkomgeving aan te bieden waarin iedereen zich in het werk kan ontplooiën en duurzaam inzetbaar kan blijven.

### 3. Het VGM draagt maximaal bij aan een circulaire economie

Wij willen een duurzame organisatie zijn en aanzetten tot actie, gericht op het tegengaan van klimaatverandering zodat we een positieve impact op het milieu maken en de natuur en omgeving behouden. We gaan aan de slag met de concrete duurzaamheidsdoelstellingen vastgesteld in het Ambitiedocument met aandacht voor verlaging van CO2-emissies, energie, materiaalgebruik, circulariteit, afvalbeheer, klimaatadaptatie, gezondheid, sociale betrokkenheid en samenwerking. De duurzaamheidsdoelstellingen en de ontwikkelingsdoelen worden jaarlijks meetbaar gemonitord.

08

# Verantwoording en gevolgde procedure



Vincent van Gogh, Toegangspoort van de Moulin de la Galette, 1887. Van Gogh Museum, Amsterdam (Vincent van Gogh Stichting)

# Verantwoording en gevolgde procedure

## Maatschappelijke verantwoording

Het VGM realiseert zijn maatschappelijke doelstelling door culturele waarde te creëren, over te dragen en te bewaren. Het VGM onderschrijft en past de richtlijnen van diverse culturele codes toe, te weten de Fair Practice Code, de Code Diversiteit en Inclusie. Het VGM streeft naar goed werkgever- en opdrachtgeverschap in een context van duurzaam, eerlijk en transparant ondernemen in lijn met de Fair Practice Code. De afgelopen jaren is het VGM actief aan de slag gegaan met de Code Culturele Diversiteit, en de komende tijd zullen weer concrete en duurzame doelstellingen worden geformuleerd ten aanzien van de zogenaamde vier P's, zoals de Code Culturele Diversiteit die hanteert: Personeel, Publiek, Programma en Partners. Het VGM leeft de bepalingen van de Governance Code Cultuur na en doet hiervan jaarlijks verslag.

## Gevolgde procedure

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

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

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

# Colofon

Het Strategische Plan 2025-2028 is geschreven door de directie, in nauwe samenwerking met de Raad van Toezicht, het managementteam en de ondernemingsraad.

Wij danken de medewerkers van het Van Gogh Museum voor hun waardevolle en inspirerende bijdragen.

## Tekst

Directie Van Gogh Museum

## Redactie en coördinatie

Babette Meerdink-Schenau

## Tekstcorrectie

Redactie bureau VGM

## Vormgeving

Reclamestudio Anytime

## Beeldverantwoording

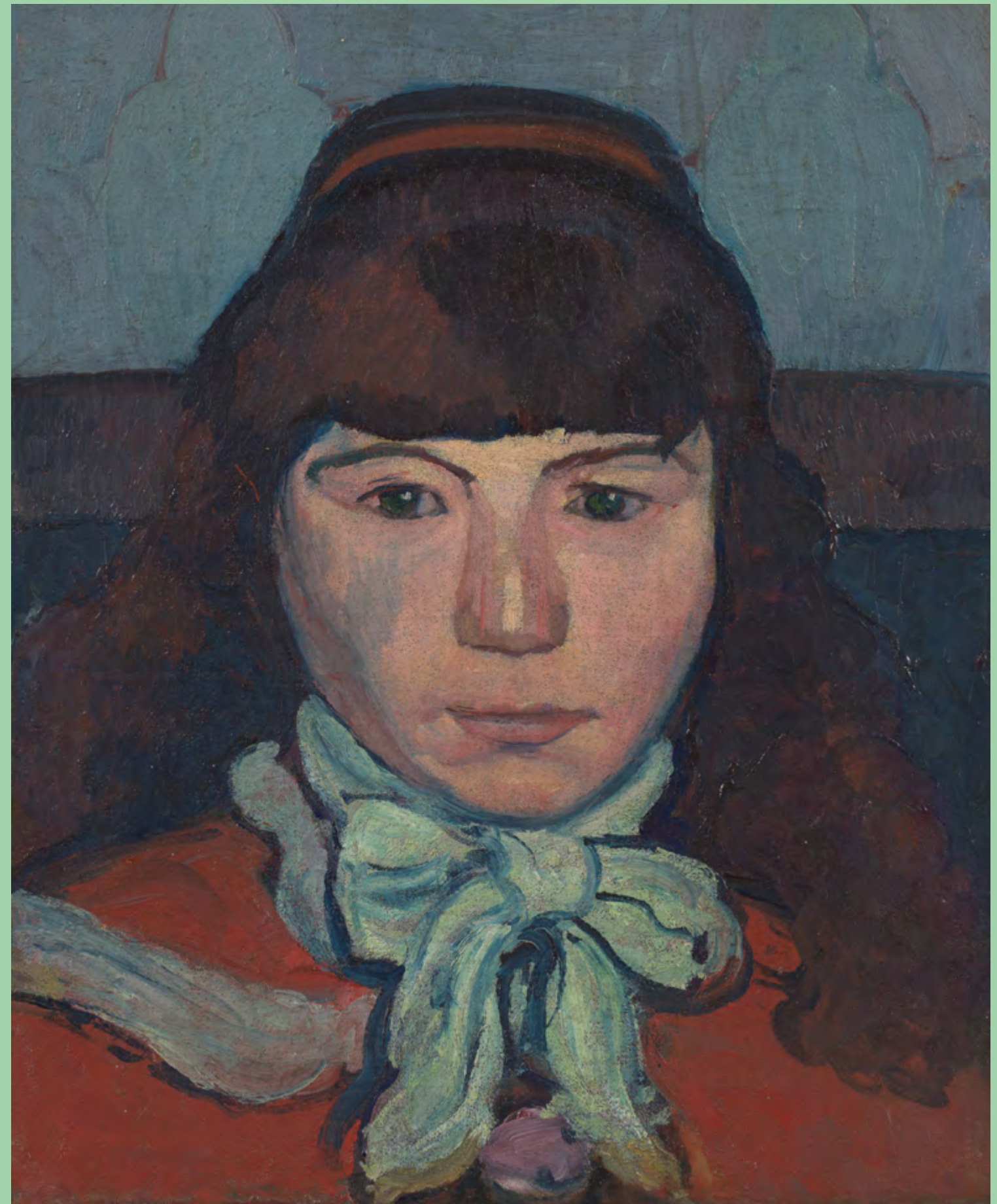
Alle werken uit de Van Gogh Museum-collectie die afgebeeld zijn in deze uitgave zijn eigendom van de Vincent van Gogh Stichting.

## Adres

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

© 2024 Van Gogh Museum, Amsterdam

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



Emile Bernard, *Portret van een jonge vrouw*, 1887. Van Gogh Museum, Amsterdam

