

NAAR EEN NIEUWE TOP
Beleidsplan Stichting Stedelijk Museum Amsterdam
2006-2008

1

*Amsterdam,
Stedelijk Museum,
20 augustus 2006*

INHOUD

Samenvatting	3
1. Inleiding	4
2. Context en missie	5
3. Een visie op het museum van nu	7
4. Het Stedelijk in 2009: een nieuwe top	10
5. Uitgangspositie 2006	12
6. Kernopgaven 2006-2008	
Kernopgave 1: professionalisering van de organisatie	16
Kernopgave 2: herinrichting Marketing en Communicatie	17
Kernopgave 3: vernieuwing collectiebeheer	19
Kernopgave 4: ontwikkeling programmering	20
Kernopgave 5: intensivering educatie en publieksbegeleiding	23
Kernopgave 6: invullen internationale dimensie	24
Kernopgave 7: voorbereiding op het nieuwe gebouw	24
7. Targets en criteria	25
8. Exploitatieoverzicht 2006 – 2008	27

Bijlage 1 Samenvatting Collectieplan d.d. maart 2006	30
Bijlage 2 Projectmanagement collectie	31
Bijlage 3 Uitgewerkte Tentoonstellingsprogrammering 2006-2007	33
Bijlage 4 Toelichting exploitatieoverzicht 2006 – 2008	34

2

3

Samenvatting

Het Stedelijk Museum heeft in de jaren '50 tot eind '70 een voortrekkersrol gespeeld als huis van de avant-garde, dat spraakmakende tentoonstellingen organiseerde en een waardevolle collectie bijeenbracht. Dat bracht echter met zich mee dat het Stedelijk Museum steeds meer als een tentoonstellingsmachine functioneerde. Het streven is nu om weer meer museum te worden, met aandacht voor de klassiek-moderne collectie in relatie tot een dynamisch tentoonstellingsprogramma en het verwerven van hedendaagse kunst. Het Stedelijk wil, kortom, naast een klassiek museum ook een museaal platform zijn voor actuele kunst.

In 2009 zal het Stedelijk Museum een eind op weg zijn naar een nieuwe top. De interne processen worden strakker georganiseerd en financieel gestuurd. Het Stedelijk bereikt in het eerste volle jaar na de opening een publiek van 600.000 bezoekers per jaar, waarvan 100.000 in het kader van educatie. De weg naar deze nieuwe top is steil. Rond de eeuwwisseling was het museum in een crisis geraakt, die slechts kon worden bezworen met radicale maatregelen op inhoudelijk, organisatorisch en financieel gebied. Met de verzelfstandiging, het betrekken van tijdelijk museum SMCS en het nieuwe uitbreidings- en renovatieplan kwam het begin van de omslag.

In de jaren 2006 tot en met 2008 moeten de volgende kernopgaven worden uitgevoerd om de vooruitgang een impuls te geven.

1. Professionalisering van de organisatie
2. Herinrichting Marketing en Communicatie
3. Vernieuwing collectiebeheer
4. Ontwikkeling programmering
5. Intensivering educatie en publieksbegeleiding
6. Invulling internationale dimensie
7. Voorbereiding op het nieuwe gebouw

Voor de verschillende sectoren van het museum zijn in het beleidsplan expliciete targets en criteria vastgesteld waar het museum aan het eind van de beleidsplanperiode op wil en mag worden afgerekend.

Het Stedelijk Museum heeft sluitende begrotingen opgesteld voor de jaren 2006 tot en met 2008, op basis van de afspraken over de exploitatiesubsidie in het kader van de verzelfstandiging.

1. Inleiding

Het Stedelijk bouwt aan zijn toekomst. Een nieuw gebouw en een nieuwe organisatie staan in de steigers. De contouren van het nieuwe elan zijn al zichtbaar op de tijdelijke locatie Stedelijk Museum CS aan het Oosterdok. Een groeiend aantal bezoekers weet die ongewone en voorheen onbeminde plek te vinden, dankzij de grote variatie in tentoonstellingen, het dynamische programma op '11', heldere publieksbegeleiding en experimenten met presentaties en evenementen.

Maar Stedelijk Museum CS is slechts een tussenfase. Een fase waarin het Stedelijk de deplorabele toestand van enkele jaren geleden definitief achter zich laat en transformeert tot de Amsterdamse cultuurinstelling van internationaal niveau die het voordien altijd is geweest. Een niveau dat na de heropening van het museum op het Museumplein zowel kwalitatief als kwantitatief merkbaar en meetbaar zal zijn.

Dit plan is een aanscherping van de eerdere notitie *Het nieuwe Stedelijk* uit 2005, waarin een beeld werd geschetst van het nieuwe museum inclusief de noodzakelijke inhoudelijke en organisatorische veranderingen. Als basis fungeerde het alom geprezen rapport *Terug naar de Top* van de Commissie Sanders uit 2002. Deze beleidsnota presenteert concreet plannen en ambities van 2006 tot en met de heropening van het museum eind 2008, met uitzicht op de periode daarna.

Deze nota geeft allereerst een beeld van een nieuwe museale positie van het Stedelijk gebaseerd op de wisselwerking tussen zijn functie als 'klassiek' museum en zijn rol als platform voor actuele kunst, die kan worden gerealiseerd met de nieuwbouw aan het Museumplein. Vervolgens komt de relatie tussen het museum en zijn artistieke en maatschappelijke context aan de orde, uitmondend in een visie van het museum op zijn rol in de stad en in de huidige samenleving. Dit leidt tot een geactualiseerde formulering van de eigen ambitie: 'naar een nieuwe top'.

4

5

Die ambitie wordt afgezet tegen de Ausgangssituatie nu, waaruit een ontwikkelingstraject tot 2009 resulteert in de vorm van een zevental 'kernopgaven'. Dat zijn:

- Professionalisering van de organisatie
- Herinrichting Marketing en Communicatie
- Vernieuwing collectiebeheer
- Ontwikkeling programmering
- Intensivering educatie en publieksbegeleiding
- Invulling internationale dimensie
- Voorbereiding op het nieuwe gebouw

De realisatie van deze kernopgaven is getoetst aan de organisatorische en financiële mogelijkheden voor de periode 2006 – 2008. De afsluitende paragraaf in deze nota beschrijft de uiteindelijke vertaling van ontwikkeling en ambitie in concrete financiële gevolgen.

2. Context en missie

Het Stedelijk Museum Amsterdam is het grootste museum voor moderne kunst en vormgeving van Nederland en een van de meest gerenommeerde culturele instellingen van Amsterdam. In 1895 opgericht op initiatief van de gegoede burgerij, ontwikkelde het zich na de tweede wereldoorlog tot een internationaal gewaardeerd museum. Het Stedelijk werd wereldberoemd dankzij een vaak spraakmakend tentoonstellingsprogramma en de rijkdom en veelzijdigheid van zijn collectie. De worteling in een hoog ontwikkelde stedelijke cultuur, de positie aan het Museumplein, de vaak roerige geschiedenis van de activiteiten en de kwaliteit van de collectie zijn bepalend voor het gezicht van het Stedelijk.

Het Stedelijk Museum is een open museum. Het staat open voor het nieuwe in kunst en in de samenleving en is als zodanig zelf een product van de moderne tijd. Maar het is ook open in de zin dat het de collectie, tentoonstellingen en werken niet als afgeronde en in zichzelf besloten werkelijkheden wil presenteren. Het Stedelijk biedt een breed, zich steeds vernieuwend publiek, de gelegenheid zich te verwonderen over, te verdiepen in en te engageren met moderne en hedendaagse vormen van beeldende kunst en vormgeving.

Eind 2008 keert het Stedelijk terug naar zijn unieke locatie aan het Museumplein naast het Rijks en het Van Gogh in een gerenoveerd en sterk uitgebreid gebouw. Dat

zal zich letterlijk ‘openen’ naar het plein en de stad. Maar voor die tijd moet het museum de voorwaarden scheppen om vanaf 2009 zijn functie als open museum weer te kunnen vervullen. Vanaf dat moment wil het een museum voor moderne kunst en vormgeving zijn in de klassieke betekenis van het woord, en een platform voor hedendaagse ontwikkelingen op beide terreinen. Uitgangspunt en speerpunt daarbij is de dynamische wisselwerking tussen collectie en actualiteit. Vanuit het heden worden steeds nieuwe perspectieven geformuleerd op de collectie terwijl anderzijds die collectie het kader biedt voor continu scherp geprofileerde visies op het heden.

Dat leidt tot de volgende missie:

Het Stedelijk Museum verzamelt en toont hedendaagse en moderne kunst en vormgeving om een divers lokaal, nationaal, en internationaal publiek te informeren en inspireren. Het doet dat in de dubbelfunctie van museum en museaal platform in de culturele en maatschappelijke context van Amsterdam op basis van zijn rijke en veelzijdige collectie en door middel van een scherpe programmering van tentoonstellingen en andere activiteiten.

Met deze missie sluit het museum nauw aan bij zijn eigen geschiedenis. Het neemt echter ook afstand van die geschiedenis, omdat er hiaten zijn ontstaan tussen het zelfbeeld, het imago en de maatschappelijke werkelijkheid van de laatste decennia.

6

7

KLASSIEK MUSEUM / MUSEAAL PLATFORM

Een museum in de klassieke betekenis van het woord heeft als hoofdtaken verwerving, beheer, behoud, onderzoek en ontsluiting van een kunstcollectie. Het Stedelijk wil dat zijn voor de Amsterdamse collectie 20ste-eeuwse kunst.

Dat is het Stedelijk als ‘Klassiek Museum’. Als platform toont het daarnaast, maar vooral in verband daarmee, actuele ontwikkelingen en stromingen, bijzondere thema’s en werk van bijzondere kunstenaars. In die zin is het Stedelijk een ‘Museaal Platform’.

3. Een visie op het museum van nu

Het Stedelijk heeft altijd gewerkt vanuit de overtuiging dat moderne kunst en vormgeving een bijzondere betekenis en unieke waarde vertegenwoordigen voor mens en maatschappij. Die zijn inherent aan de esthetische en cognitieve kwaliteiten van kunst en vormgeving, aan de kritische functie en aan het vermogen ervan nieuwe werelden te verbeelden. Primair in de beleving van kunst vindt het Stedelijk de inspirerende, bevrijdende en verrijkende ervaring die tot kunstgenot en kennis leidt. Reflectie vanuit de kunst heeft bovendien een meerwaarde voor het denken over maatschappelijke thema’s.

Maar de omstandigheden waaronder het Stedelijk deze visie met succes heeft kunnen vormgeven zijn complex. Een belangrijke, typisch naoorlogse ontwikkeling die aan dat succes ten grondslag lag was de democratisering van de ‘hoge’ cultuur. Van meer specifiek belang voor het Stedelijk was de utopistische Zeitgeist waarin met name de moderne kunst een belangrijke voorbeeldrol kreeg toebedeeld. Dat was mede bepalend voor de toenemende interesse in het Stedelijk, dat hierin leidend was in de periode van de jaren ’50 tot ver in de jaren ’70. Daarbij komt de eigenzinnige invloed van een aantal gezichtsbepalende directeuren. Hun overtuiging dat het museum een informatief baken en uitkijkpost moest zijn, dat letterlijk bovenop de tijd zat, zorgde ervoor dat het Stedelijk lange tijd hét huis van de avant-garde was: als iets niet in het Stedelijk was geweest bestond het niet. Inmiddels heeft geleidelijk aan een heel andere ontwikkeling een zwaarder gewicht gekregen: de opkomst van de vrijetijdsmarkt. Ook het Stedelijk heeft op die markt een rol gespeeld – en ervan geprofiteerd – door steeds meer als een soort kunsthuis te opereren, als een wendbare tentoonstellingsmachine met snelle wisselingen in de presentaties. De combinatie van deze factoren heeft lange tijd voor succes gezorgd, in de vorm van bezoekersaantallen van vaak meer dan 400.000 per jaar, tot eind jaren ’90 de wet van de remmende voorsprong zijn tol begon te eisen en de roofovername die op de organisatie was gepleegd, langzaam maar zeker aan het licht kwam. Elders is inmiddels wel gebleken dat de attractiewaarde van specialistische instituten als musea voor moderne kunst nog steeds groeit, met Tate Modern in Londen als meest in het oog springende voorbeeld. Er zijn talloze andere voorbeelden maar belangrijk is hier het besef dat een dergelijk museum alleen maar mogelijk is door dat andere belangrijke element ruim aandacht te geven: de klassiek-moderne collectie. De tentoonstellingsmachine zou moeten worden afgeremd om ruim baan te geven aan het museum. Een museum in

nieuwe stijl wel te verstaan, waar de complexiteit rondom het goed en verantwoord presenteren van klassiek-moderne kunst goed kan worden gehanteerd, maar waar ook een programmatische dynamiek heerst en waar grote aantallen bezoekers op comfortabele wijze kunnen worden ontvangen.

Bekijken we het huidige Stedelijk als zodanig, als speler op een markt, dan is een eerste vereiste de eigen specialiteiten en eigenaardigheden te benoemen en uit te bouwen. Die zijn, zoals zo vaak, historisch gegroeid. In de eerste plaats is dat de specifieke collectie waarin zich de vele specialités de la maison bevinden en gewoon grote historische namen, zoals Malevich, Matisse, Mondriaan om maar eens drie willekeurige met de beginletter M te noemen. Een misschien nog belangrijker kenmerk van het Stedelijk is de veelzijdigheid van de collectie. Daarin weerspiegelt zich de invloed van het gedachtegoed van het Duitse Bauhaus tijdens het Interbellum: aan het samengaan van de kunsten werd een utopische maatschappijvisie gekoppeld. Dit ideaal leidde er toe dat het Stedelijk zich naast de beeldende kunst ook ging toeleggen op toegepaste kunst, vormgeving en fotografie. De deelcollecties die daaruit zijn gegroeid kunnen nu worden beschouwd als representatief voor wat achteraf wel aan te merken is als de ontwikkeling van de moderne beeldcultuur. Een onbedoeld neveneffect dat nieuwe betekenis krijgt door de alomtegenwoordige (digitale) beeldcultuur van nu, met al haar connotaties van mondialisering en technologie. Dat die beeldcultuur onlosmakelijk verbonden is met economische en politieke motieven plaatst een museum als het Stedelijk voor bijzondere opgaven. In de context van de 21ste eeuw beschikt het museum immers over een collectie die de neerslag vormt van kritische betrokkenheid op de visuele cultuur. De actualiteit op dat gebied moet tegen datzelfde belangstellende, maar kritische licht worden gehouden door haar te tonen, af te zetten tegen voorgaande kunstproductie en van uitleg en commentaar te voorzien. De teloorgang van het utopisch denken van weleer betekent immers niet dat het engagement is verdwenen.

TRENDS

Universele waarden verdampen

De val van de Berlijnse muur in 1989, die de triomf van de vrije markt markeerde, bracht een toename van mobiliteit en migratie, met de begeleidende accentuering van culturele diversiteit. De door het westen gecanoniseerde Moderniteit ligt onder vuur. In de kunst zijn nu culturele convergenties en divergenties, en de interferentie tussen westerse en niet-westerse kunst, geagendeerd.

Het Stedelijk zal aandacht besteden aan vitale bijdragen aan de hedendaagse kunst uit niet-westerse landen, mede om aansluiting te vinden bij de veelkleurige bevolking van de stad.

De utopie voorbij

Het einde van het grote verhaal van De Utopie betekende ook het verdwijnen van het idee van de avant-garde. Kunst opent geen perspectieven meer op een betere wereld. Ze is eerder een raam op de wereld, een hulpmiddel in het ont-

8

9

rafelen en analyseren van betekenissen. Voor sommigen is ze zelfs instrument voor ingrepen in de werkelijkheid.

Digitalisering en nieuwe media hebben beeldende kunst en design in ander vaarwater gebracht. Een nieuwe visuele cultuur is ontstaan, mondiaal van karakter en van een ongekend democratisch gehalte. Die leidde tot afbouw van hiërarchieën en vermenging van visuele producten uit de hoge en de lage cultuur. Het aura van kunst kon worden overgedragen op entertainment; kunst zelf kreeg een hoger gehalte aan entertainment.

Het Stedelijk zal ook kunstenaars volgen die digitale media inzetten om nieuwe vormen van kunst en design te onderzoeken, te ontwikkelen en te produceren, al of niet in samenwerking met analoge media. Verder wil het kijken naar de manier waarop kunstenaars reageren op de nieuwe visuele cultuur en waar de traditie haar raakt. Het Stedelijk zal zelf digitale media inzetten in zijn bemiddelaarsrol tussen kunst en publiek.

Actuele tendensen

Het Stedelijk ziet zijn programmatische keuzen als een permanent proces van onderzoek en betekenisgeving en wil zich dan ook niet vastleggen op bepaalde stromingen, expressievormen, media en technieken. Wel volgt het, zoals ook blijkt uit het collectieplan van maart 2006, specifieke actuele tendensen waaronder:

- Narratieve schilderkunst en schilderkunst die zich verhoudt tot de nieuwe media
- Sculptuur in het spanningsveld van beeld en installatie
- Documentaire en fictionele tendensen in fotografie, film, video en computerkunst
- Kunst die de (commerciële) beeldcultuur onderzoekt

- Kunst die de lijn van de klassieke conceptuele kunst verder ontwikkelt
- Beeldende kunst, fotografie en vormgeving uit niet-westerse landen
- Digitalisering in de grafische vormgeving, o.a. in video- en computergames
- Kunst die zich beweegt tussen autonome kunst en vormgeving
- Het ambachtelijke als metafoor in vormgeving en design
- Design en nieuwe technologie

Ontstaan wereldwijd kunstnetwerk

Voor de distributie van kunst betekent globalisering ook een internationale proliferatie van presentatiepodia voor beeldende kunst en vormgeving, van klassieke musea tot kunsthal- len, van werkplaatsen tot digitale platforms en een immer groeiend netwerk van biënnales en daarop inspelende rondtrekkende kunstenaars en curatoren.

Het Stedelijk zal zich van deze nieuwe contexten in zijn programmering en in zijn relaties met kunstenaars rekenschap geven.

Onafhankelijk blijven tussen nieuwe bemiddelaars

Kunstbemiddeling vindt overal plaats, maar het museum blijft de ideale plek voor niet door economische belangen gestuurde ontmoetingen tussen kunst en publiek. Kunst is in hoge mate afhankelijk van een markt die mede wordt gestuurd door de kunsthandel, het galeriewezen, kunstbeurzen, veilingen en kapitaalcrachtige afnemers. De mechanismen van de belevenis-economie en de event-cultuur zijn bovendien ontegenzeggelijk van betekenis voor het functioneren van het museum als publieksinstelling.

Het Stedelijk zal zijn missie op onafhankelijke wijze realiseren, in het besef van die complexe context.

De uitdaging is om de historische collectie met die actualiteit in relatie te brengen, niet louter en alleen in collectiepresentaties en tentoonstellingen, maar ook, of soms juist, in randprogramma's, publicaties en educatieve producten en dienstverlening. Verbanden, kortom, die aan de orde komen in de verschillende vormen van 'bemiddeling' en van communicatiestromen die in een museum van kracht zijn en die veranderen al naar gelang de informatietechnologie verder ontwikkeld wordt. Alleen op die duale manier – klassieken én actualiteit, collectie én programma's – blijft het Stedelijk een uniek en attractief alternatief ten opzichte van het groeiende aantal gespecialiseerde kunstinstellingen in binnen- en buitenland. Niet alleen voor toeristen maar ook voor een divers publiek uit stad en land.

1. 1895-1920: Het Stedelijk is het huis van de stedelijke grootburgerij, die toen ook veel andere zaken in de stad mogelijk maakte (Vondelpark, Concertgebouw, Artis, VVHK, etc.)

2. 1920-1940: Het museum functioneert als een instrument waarmee een socialistisch stadsbestuur de verheffing van de arbeidersstand en de bestaansbasis van kunstenaars wilde bevorderen. Bestuurders van de stad als Wibaut zaten soms zelfs in tentoonstellingscomités van het Stedelijk. In 1930 kreeg het Stedelijk de Van Gogh-collectie in langdurig bruikleen, waarmee de internationale status van het museum aanzienlijk werd versterkt.

3. 1945-1963: Sandberg maakt van het Stedelijk het 'huis van de avant-garde'. Goed Wonen en democratische idealen doen iedereen die modern wilde zijn het Stedelijk opzoeken. Internationale moderne kunstaankopen zijn retrospectief, en geconcentreerd rond de Van Gogh-collectie. De publicitaire nadruk ligt steeds meer op actuele, voorlichtende tentoonstellingen.

4. 1963-1984: De Wilde wijdt het museum voor het eerst helemaal aan de moderne en eigentijdse kunst. De Van Gogh-collectie verhuist. Het accent bij de aankopen ligt op nieuwe West-Europese en Amerikaanse kunst. Er is een intensief expositieprogramma met ijkpunten voor de collectie-uitbreiding.

5. Als antwoord op sterk toenemende internationale concurrentie gaat het Stedelijk zich toeleggen op tentoonstellen ten koste van heel veel andere functies. Het gebouw raakt versleten. Onderhoud en vernieuwing (klimatisering) blijven achterwege. Ondanks de wil het tentoonstellingstempo te verminderen, is de laatste decennia dat tempo nog verder opgeschroefd ten koste van aandacht voor de collectie.

4. Het Stedelijk in 2009: een nieuwe top

Het Stedelijk streeft naar een positie als internationaal gerenommeerd instituut. Het is echter kleiner dan instellingen als Tate Modern of het Centre Pompidou en beschikt over geringere budgetten. Maar het kan zijn kracht halen uit wendbaarheid, alertheid en eigenzinnigheid. Die kwaliteiten, in combinatie met de bijzondere plek en de bijzondere collectie die de stad Amsterdam en de eigen historie reflecteert, vormen de basis van het artistieke en wetenschappelijke beleid, van organisatie en management en van de relatie met publiek en kunstenaars. Daarin denkt het museum uniek te kunnen zijn. Door excellent te presteren binnen de gegeven kaders zal het een heel eigen kwaliteit ontwikkelen. Dat betekent niet 'Terug naar de top', maar 'Naar een nieuwe top'. Het Stedelijk Museum wil zich positioneren tussen de internationaal gerenommeerde musea, zonder te pretenderen daarbij de absolute wereldtop te kunnen bereiken: daarvoor zijn de middelen niet toereikend. Onderstaande schets is een momentopname in een ontwikkeling die in 2009 nog zeker niet zal zijn afgesloten. Maar de stip op de horizon is er.

De kern van het Stedelijk in 2009 is de dynamische balans tussen collectie en actualiteit, tussen klassiek modern museum en platform voor het heden. Die balans krijgt een extra dimensie dankzij de van oudsher nauwe banden met levende kunstenaars én dankzij Stedelijk Museum Bureau Amsterdam, voorhoedepost in het onderzoek naar de nieuwste ontwikkelingen in Amsterdam.

Het Stedelijk heeft dan een professioneel georganiseerd collectiebeheer, grondige wetenschappelijke bewerking en gelaagde vormen van educatie die zowel de vakwereld als een rijk geschakeerd niet-professioneel publiek bedienen. Verantwoorde bruiklenen en samenwerkingsverbanden met collega-instellingen in binnen- en buitenland zijn een vanzelfsprekend onderdeel van zijn functioneren als grootste Nederlandse museum voor moderne en hedendaagse kunst en vormgeving.

De omslag van het Stedelijk naar een modern kunstbedrijf heeft in 2009 op twee niveaus zijn beslag gekregen. De organisatie zelf wordt gekenmerkt door lean & mean management, projectmatig werken en strakke financiële sturing. Om de financiële basis te verbreden zijn de efficiency vergroot, besparingen doorgevoerd, eigen inkomsten verhoogd, sponsoring geïntensiveerd, extra fondsen geworven, een speciaal aankoopfonds ontwikkeld en zijn aan de vriendenvereniging en de businessclub nieuwe impulsen gegeven. Naar buiten toe is het museum een klantgerichte instelling geworden die perfect gastheerschap en dienstbaarheid hoog in het vaandel heeft staan.

Het publiek is in 2009 in kwalitatieve en kwantitatieve zin vergroot. Het nieuwe Stedelijk past bij een veranderend Amsterdam, een kleurrijke regio en heeft een gevarieerd internationaal publiek. Vanaf de heropening heeft het 600.000 bezoekers per jaar waarvan 10% kenners uit binnen- en buitenland, 60% bezoekers uit de regio en 30% (voornamelijk buitenlandse) toeristen. Tot de bezoekers uit de regio worden 100.000 personen gerekend die het museum bezoeken in het kader van educatie. Daarvan zijn er 60.000 scholieren.

Het Stedelijk herneemt daarmee vanaf 2009 zijn positie in de Gouden Driehoek aan het Museumplein, naast en in samenhang met het Rijks en het Van Gogh, een positie die het dan heeft versterkt dankzij heldere profilering en inspirerende samenwerking.

Of er na opening in het nieuwe gebouw inderdaad blijvend 600.000 bezoekers per jaar zullen worden verwelkomd is niet met zekerheid te zeggen. Ervaringen met vergelijkbare situaties (zoals Tate Modern) geven niet aan dat daar fundamentele aarzeling over hoeft te zijn.

De ingrediënten zijn:

- voor het eerst wordt de wereldberoemde collectie in volle (representatieve) omvang getoond
- het effect van een nieuw, spraakmakend gebouw zal zeker direct na opening voelbaar zijn en enige jaren duren
- de nieuwe verbinding tussen Klassiek Modern en Actueel wordt serieus vormgegeven
- communicatief en marketing-technisch wordt een majeure inspanning verricht
- de heropening van het Rijks en het directe nabuurschap met het Van Gogh, de twee Museumpleinpartners met wie de mogelijkheid van een gemeenschappelijke marketing en dienstverlening wordt onderzocht, zorgen voor verdere waarborgen.

5. Uitgangspositie 2006

Voor die nieuwe top bereikt is heeft het Stedelijk nog een steile weg te gaan. Essentieel op dit moment is een heldere analyse van de status quo om van daaruit de kernopgaven voor de komende jaren te kunnen benoemen die het hart vormen van dit beleidsplan.

Stedelijk in crisis

Zoals boven al geschetst leidde de lange verwaarlozing van de collectie tot geringe investeringen in onderzoek en tot achterstanden op het gebied van kennis, ontsluiting en wetenschappelijke bewerking van de collectie. Kwaliteit en samenstelling van de collectie wat betreft de hedendaagse kunst lieten sterk te wensen over. Scherpe inhoudelijke keuzes werden uit de weg gegaan.

Bovendien lag de tentoonstellingsproductie soms zo hoog (tot zelfs 40 exposities per jaar) dat gesproken kan worden van uitputting van menselijk kapitaal en organisatie. Daarnaast liepen het snel veranderende kunstlandschap en de werkelijkheid van het Stedelijk steeds meer uit de pas, het ooit zo toonaangevende profiel werd een excuus voor zelfgenoegzaamheid. Nostalgie over de glorie tijd onder Sandberg werd gemeengoed.

Ondertussen verslonsde het toch al te kleine museumgebouw wegens gebrek aan groot onderhoud. Het gastheerschap en de educatieve begeleiding waren minimaal, de inhoud en focus van communicatie en

publicaties beneden de maat. Het product 'Stedelijk' werd slecht in de markt gezet. Saillant detail is dat zelfs de Museummonitor, een instrument dat permanent onderzoek doet naar de bezoekerssamenstelling en -tevredenheid, ter bezuiniging gemakshalve de deur uit werd gedaan.

De organisatie zelf kende rond de eeuwwisseling een personeelsbestand met een hoge gemiddelde leeftijd en werd gekenmerkt door een vorm van management die dominant artistiek was en door een centralistische gemeentelijke en interne financiële sturing. Eigen initiatief van medewerkers werd nauwelijks gehonoreerd, eigen verantwoordelijkheid slecht gedefinieerd en zicht op kosten en baten ontbrak. Kortom: aan het begin van de 21ste eeuw verkeerde het Stedelijk in een crisis. Er was een kentering nodig op inhoudelijk, organisatorisch en financieel gebied, een koersverandering die radicaler moest zijn, ingrijpender en langduriger, dan waarmee in eerdere beleidsnota's en zelfs in het rapport Sanders werd gerekend. Een inhaaloperatie voor de collectie, gebaseerd op een nieuw collectie- en acquisitieplan, was een eerste vereiste (zie Bijlage 1). De direct daaraan gekoppelde opdracht werd het maken van keuzen in relatie tot de realiteit van de nieuwbouw.

12

13

Omslag

Die vereiste omslag is vervolgens in gang gezet. Een interim-directie herstelde de relatie met het stadsbestuur en ging – na het vinden van een tijdelijke, alternatieve locatie – over tot sluiting van het oude museumgebouw. Dat gaf niet alleen letterlijk aan dat er gewerkt moest worden aan het oude gebouw, maar ook, figuurlijk, aan de oude organisatie. De eerste prioriteit lag echter bij het komen tot overeenstemming over een definitief renovatie- en uitbreidingsplan en bij de werving van de benodigde extra fondsen daarvoor. Het overgrote deel van het personeel, de depots en de (openbare) museumbibliotheek waren toen al verhuisd naar een bedrijfspand in industriegebied Westpoort. Met het aantreden van de nieuwe directeur is vanaf 2005 fors ingezet op reorganisatie en verbetering van de bedrijfsvoering: het personeelsbestand wordt met stevige hand verjongd, de organisatie als zodanig is generationaliseerd en verzelfstandigd, het management is versterkt, een aantal kernfuncties zoals Hoofd Collecties en Presentaties, Projectmanagement Tentoonstellingen, Hoofd Art Handling en Hoofd Marketing en Communicatie is professioneel ingevuld en vanaf oktober 2006 is planning & control over de totale breedte van de organisatie mogelijk. Ook is vanuit het museum een coördinator aangesteld die het proces rond de nieuwbouw begeleidt.

Per 1 januari 2006 is het Stedelijk verzelfstandigd en daarbij is een actieve en professionele Raad van Toezicht geïnstalleerd. De ontwikkeling naar een zelfstandig opererend kunstbedrijf is in gang gezet.

Het tentoonstellingsprogramma op de tijdelijke locatie, SMCS is open, nieuwsgierig en actueel met keuzen uit de collectie van na 1968 als regelmatig onderdeel. Experimenten worden niet geschuwd, regelmatige interne evaluaties zijn standaard geworden. Pers en een groeiend publiek reageren redelijk positief. Werden het afgelopen jaar bijna 200.000 bezoekers geteld, dit jaar lijkt een aantal van 250.000 haalbaar, waaronder een toename van 50% bij de scholieren tot een totaal van ruim 30.000. Een minpunt blijft dat de hoogtepunten wegens onvoldoende klimaatbeheersing niet worden getoond wat mét de locatie ver weg van het Museumplein op blijvend onbegrip van de buitenlandse bezoeker stuit. Een extra locatie is om financiële en personele redenen echter geen optie.

De wekelijkse lezingen, debatten en filmvertoningen op '11' trekken een gretig, overwegend jong en geïnteresseerd publiek. Deze activiteiten geven een context aan de exposities en plaatsen het museum in het hart van de stedelijke cultuur waarin het thuis hoort. Deze programma's vormen een essentieel onderdeel van het nieuwe beleid van het museum dat streeft naar kwaliteit en goed gastheerschap. Een ander aspect van dit beleid is terugkoppeling met de resultaten van regelmatig terugkerend publieksonderzoek via de Museummonitor.

Ook op het gebied van collectiebeheer is begonnen met een inhaalslag. De basisgegevens zijn gedigitaliseerd en vanaf 2007 wordt de inventarisatie- en documentatiesystematiek van de verschillende deelcollecties gelijk getrokken. Eind 2008 is de Deltaplansystematiek doorgevoerd en alle collectiestukken ingedeeld in A-, B-, C- en D-categorieën. Er staan verschillende publicaties over de collectie op de rails die vanaf de heropening zullen verschijnen. De hoogtepunten uit de collectie worden gedocumenteerd op de website en er wordt een format voor een reeks collectiecatalogi ontwikkeld.

Een nieuw huis voor collectie en publiek

Naar verwachting wordt in het najaar van 2008 een nieuwe behuizing betrokken (zie kader). Eindelijk, na vele jaren van ongewisheid, kan het publiek dan weer, en nu beter dan ooit, kennismaken met en genieten van de rijke collectie van het Stedelijk, die dan meer dan ooit in relatie met actuele ontwikkelingen op het gebied van kunst en vormgeving gebracht kunnen worden.

14

Maar dat stelt hoge eisen. Begeleiding van de bouw, de grootscheepse terugverhuizing van kantoren, kunst en bibliotheek vanuit Westpoort en Stedelijk Museum CS naar het Museumplein, de inrichting, en het in gebruik nemen van het nieuwe depotgebouw vergen een majeure inspanning van de organisatie. Bijzondere aandacht zal de samenwerking met het Rijks en het Van Gogh vragen om de mogelijkheden te realiseren van een gezamenlijke meldkamer om het niveau van de beveiliging en de efficiency te verhogen. Verder vergt de inhuizing van de collectie in het nieuwe maar fysiek begrensde depot een scherp en tijdig collectiebeleid.

VERBOUWING EN NIEUWBOUW

Oud met nieuw

In het ontwerp van Benthem Crouwel architecten worden oud en nieuw op overtuigende manier verbonden. Het 19de-eeuwse monument, verwijzend naar nog vroegere bouwstijlen, wordt respectvol gerestaureerd. De nieuwe uitbreiding kent een groot, bijna zwevend volume met hellende vlakken, afgeronde hoeken en een grote luifel boven een transparante onderbouw. Daardoor blijft de oudbouw zichtbaar en loopt de ruimte van het plein naar binnen door. Dat wekt nieuwsgierigheid, en levert door de combinatie van oud en nieuw spanning op. Het nieuwe Stedelijk zal een van de visuele iconen van de stad en van Nederland worden.

De uitbreiding is eigentijds maar niet modieus, en zal naar verwachting een tijdloze vanzelfsprekendheid verwerven. De samenvoeging van de twee delen past bij de ambitie van het museum om het verleden en het heden van kunst in samenhang te tonen. Tegelijkertijd zijn de expositieruimten neutraal en een goede achtergrond voor een grote verscheidenheid aan tentoonstellingsconcepten.

Functioneel is het nieuwe gebouw als museum geschikter dan het ooit was. Het is veel groter, het klimaat voldoet aan moderne eisen, en de inrichting laat ruimte voor een flexibele verlichtingssystematiek. De routing is ook flexibel, de logistiek geoptimaliseerd voor de omstandigheden aan de Van Baerlestraat. Er is plaats voor veel expositieruimten met (gedempt) natuurlijk bovenlicht maar ook met mogelijkheden van verduistering, en voor zalen met zeer specialistische lichtmogelijkheden. Daarnaast voor verschillende restaurants, een terras, een museumwinkel, een infocentrum, educatieve ruimten, een auditorium, een video- en filmzaal.

Relatie met de omgeving

De ingang van het gebouw ligt aan het Museumplein, een van de belangrijkste openbare ruimten van Nederland. De ruimte tussen het 'ezelsoor' van de parkeergarage en het museum is grotendeels overkapt en op het zuiden georiënteerd en wordt daardoor een aantrekkelijke publieksruimte met mogelijkheden om kunst te tonen en activiteiten te organiseren. In samenwerking met de andere culturele spelers kunnen het plein en omgeving een echte 'cultuurcampus' worden.

Depot

De huidige drie verspreide, inadequate depots worden vervangen door een geconcentreerd nieuw depotgebouw in Amsterdam Westpoort met werkplaatsen en ateliers, en voorzien van een adequate klimaatbeheersing. De ruimte is echter gelimiteerd en vereist een scherp collectiebeleid.

15

6. Kernopgaven 2006-2008

De hierboven geschetste ambities, de uitgangspositie in 2006, de gesignaleerde trends en het betrekken van een nieuw huis voor publiek en collectie: dat zijn de vier polen van het krachtenveld waarbinnen het Stedelijk de komende jaren moet opereren. De ambitie is helder: het opnieuw en stevig op poten zetten van een Amsterdams museum met een internationaal erkende positie en een overtuigend programma voor een groeiend, breed publiek in de wereld van nu. De mogelijkheden daartoe zijn volop aanwezig: de fantastische collectie, de eigenzinnige traditie, het fijnmazige netwerk, de zelfstandige organisatie en het nieuwe gebouw zijn de vanzelfsprekende bouwstenen voor het nieuwe Stedelijk waarin klassiek modern museum en platform voor actualiteit een dynamisch evenwicht zullen vormen. Om die ambitie te kunnen realiseren moeten de achterstanden in professionalisering van de organisatie, in collectiebeheer, in communicatie, en in financiële sturing snel worden ingelopen. Tot de opening is daarom een inhaalslag nodig, een aanscherping van de beleidsombuigingen die al zijn ingezet. Die formuleert deze nota in een zevental kernopgaven die vóór 2009 moeten zijn afgerond.

Kernopgave 1: Professionalisering van de organisatie

Een organisatie functioneert bij de gratie van doelgerichtheid, kwaliteitsbewustzijn, duidelijke prioriteitsstelling en consequente interne en externe communicatie en samenwerking. Dat betekent voor het Stedelijk dat steeds meer projectmatig gewerkt gaat worden en op basis van een doelgerichte plancyclus, met de nodige communicatie en evaluatie.

De formulering van individuele werkplannen, gekoppeld en getoetst aan missie en beleidsplan van het museum als geheel en van de afzonderlijke afdelingen, zal de betrokkenheid en medeverantwoordelijkheid van de werknemers vergroten. Het meer planmatig werken zal leiden tot een betere doorwerking van ideeën en prioriteiten op alle niveaus in de organisatie. De plancyclus is gekoppeld aan het projectmatig werken dat een kernpunt vormt in de nieuwe organisatie. In oktober 2006 wordt gestart met de invoering van een budgetteringscyclus, ondersteund door de nieuwe functie van controller. Daarnaast worden mogelijkheden tot uitbesteding van specifieke activiteiten en externe samenwerking geanalyseerd, zodat de organisatie niet onnodig wordt vergroot of wordt belast met taken die beter door derden kunnen worden uitgevoerd.

16

17

In samenhang met deze betere toerusting van mensen en organisatie zal een verdere mentaliteitsomslag worden gerealiseerd op het gebied van vakuitoefening, samenwerking, bedrijfsvoering en financiën. Een belangrijk extern doel daarvan is het creëren van openheid, klantgerichtheid en kwaliteit in alle producten, diensten en communicatie van het Stedelijk.

Kernopgave 2: Herinrichting Marketing en Communicatie

Het opnieuw inrichten van een doelmatige en efficiënt opererende afdeling M & C en het aanscherpen van haar activiteiten hebben naast de professionalisering van de organisatie de hoogste prioriteit. Maar het gaat daarbij niet zozeer om een afdeling als wel om de functie Marketing en Communicatie: die moet als vanzelfsprekend ingebed zijn in alle activiteiten van het museum.

Doelstellingen

Het belangrijkste doel is het publiek uit te dagen het museum te bezoeken, het in staat stellen de verschillende artistieke programma's van het museum optimaal te ervaren en daarvan te genieten, en kennis over moderne en actuele beeldende kunst en vormgeving op te doen of te verdiepen. Een tweede doel is het genereren van inkomsten die de kwaliteit van de programma's van het museum optimaliseren. Ten derde moet het Stedelijk als naam en als merk in de professionele en maatschappelijke 'markt' worden gezet zodat positie en imago weer ijzersterk worden. En tenslotte dient de relatie tussen het Stedelijk en de maatschappelijke werkelijkheid te worden versterkt. Anders gezegd: de maatschappelijke relevantie van het museum dient als vanzelfsprekend te worden ervaren. Het aantal bezoekers na de heropening aan het Museumplein moet vanaf 2009 opgevoerd worden tot 600.000. De inkomsten uit sponsoring, Vrienden- en Businessclub bedragen dan minstens euro 1,5 mln.

Publieksgroepen

Uitgaande van de beoogde 600.000 bezoekers vanaf 2009 bestaan de publieksgroepen van het museum uit: kenners en professionals (10% = 60.000), liefhebbers en algemeen publiek (60% = 360.000) en toeristen (30% = 180.000). Educatieve 'klanten' van verschillende herkomst vormen 17% van het totaal (100.000). Daarbij richt het Stedelijk zich vooral op groepen uit Amsterdam en Noord-Holland. Per tentoonstelling en per activiteit worden specifieke communicatieplannen ontwikkeld, gericht op die specifieke groepen. Regelmatig wordt marktonderzoek uitgevoerd

om bezoekersprofielen en productontwikkeling beter op elkaar te kunnen afstemmen. Het public-relationsbeleid dat vanzelfsprekend goodwill creëert bij doel- en relatiegroepen wordt versterkt. Hiertoe dienen het jaarverslag en de publieksservice maar ook speciale bijeenkomsten, rondleidingen en bijzondere activiteiten.

Professionaliteit en klantgerichtheid.

Bijzondere aandacht krijgen de professionalisering van het gastheerschap van alle medewerkers die direct contact met het publiek hebben, de systematische invoering van meertaligheid van alle geschreven informatie, de vernieuwing van de website en de ontwikkeling van een huisstijl die het museum als beheerder van een gerenommeerde collectie grafische vormgeving eer aandoet.

Publiciteit

Gewerkt wordt aan een pro-actief publiciteitsbeleid waarin openheid en service met betrekking tot alle presentaties, activiteiten en veranderingen in het museum centraal staan en dat wordt ondersteund door het Bulletin, door persconferenties en door perfect onderhouden eigentijdse media zoals de website (nu 90.000 bezoeken per maand) en de elektronische nieuwsbrief. Daarnaast wordt gestreefd naar een uitgekiend gebruik van betaalde en niet-betaalde reclamekanalen, waar mogelijk in samenwerking met sponsors en culturele partners. Tenslotte wordt gewerkt aan het actief profileren van het museum als trekpleister voor toeristen, met name gericht op het toekomstige museum waar de door hen zo gewenste ‘klassieke hoogtepunten’ volgens de in de missie geformuleerde dynamiek permanent getoond zullen worden.

Fondsenwervingsplan

Om de ambities uit te kunnen voeren is extra geld nodig. In elk geval een deel van dit geld zal worden geworven bij sponsors, fondsen en andere bronnen buiten de overheid. Het Stedelijk Museum werft deze fondsen en onderhoudt contacten met de geldverstrekkers volgens een professioneel fondsenwervingsplan dat in deze periode wordt opgesteld.

Heropening

De hoogste prioriteit heeft het opzetten van een goed lopend communicatieplatform rond verbouwing en nieuwbouw, mede in overleg met Stadsdeel Oud-Zuid, met aantrekkelijk vormgegeven informatie op het gebouw aan de Paulus Potterstraat, extra vervoersmogelijkheden tussen Museumplein en SMCS en permanente, actuele informatie op website en via reguliere media, radio en TV. Parallel daaraan wordt gewerkt aan de interne communicatie

18

19

die de medewerkers via intranet, personeelsmagazine en knipselkranten informeert, via bijeenkomsten en feesten enthousiasmeert en door een betrokken benadering hun professionele trots geeft.

Kernopgave 3: Vernieuwing collectiebeheer

De gesignaleerde achterstanden in collectiebeheer en wetenschappelijke ontsluiting vereisen doelgericht ingrijpen. De komende periode moet de basis worden gelegd voor een omslag in de intellectuele en personele infrastructuur waardoor deze essentiële museumtaken in overeenstemming met de gestelde normen van professionaliteit en klantgerichtheid kunnen worden vervuld.

Doelstellingen

Doel is het museum in staat te stellen tot het doen van wetenschappelijk onderzoek, zelfstandig en in samenwerking met derden, zoals de Onderzoeksschool Kunstgeschiedenis en kunsthistorische instituten van universiteiten in binnen- en buitenland, om vakgenoten en publiek kennis aan te bieden over de collectie en hun inzicht daarin te verdiepen. De vergroting en verdieping van de kennis, intern en extern, van de collectie van het Stedelijk draagt tevens in belangrijke mate bij aan de internationale positionering van het museum.

Registratie en inventarisatie

De achterstanden in de basisregistratie van de in totaal 90.000 objecten die de collectie vormen zullen eind 2006 zijn ingelopen, mede dankzij de inzet van externe krachten. De voorbereidende werkzaamheden ten behoeve van de wetenschappelijke ontsluiting van de collectie zullen eind 2006 ook zijn afgerond. Deze actie is een aanloop naar de herinventarisatie van de collectie.

Het herinventariseren van de collectie op wetenschappelijk niveau wordt vanaf 2007 ondersteund door werkzaamheden aan ‘de 800 hoogtepunten uit de collectie op het web’, aan de collectiecatalogi en door een permanente verwerking van aanwinsten.

Onderzoek en publicaties

Daarnaast wordt de zichtbaarheid van de collectie vergroot door twee publicaties die bij de heropening verschijnen: een handzame, meertalige publieksgids rond 300 hoogtepunten en een ‘collectieboek’. Dat laatste geeft in ruim veertig hoofdstukken een beeld van de belangrijkste (groepen) werken in de verschillende deelcollecties, aan de hand van prikkelende en evaluerende vraagstellingen die hedendaags

kunsthistorisch onderzoek weerspiegelen. Tot de auteurs behoren naast leden van de wetenschappelijke staf van het museum ook kunsthistorici en specialisten uit binnen- en buitenland. In 2006 zal als eerste echter een overzichtsboek verschijnen van aanwinsten tijdens het directoraat Rudi Fuchs (1993-2003).

In de periode 2006-2008 wordt verder wetenschappelijk onderzoek verricht naar de geschiedenis van de fotografiecollectie van het museum, financieel ondersteund door de Mondriaan Stichting en het VSB fonds. Dit onderzoek zal in 2009 uitmonden in een publicatie. Daarnaast worden twee onderzoeken naar specifieke werken uit de collectie gerealiseerd in samenwerking met de Onderzoeksschool Kunstgeschiedenis. Afronding hiervan moet plaatsvinden voor de heropening van het museum aan het Museumplein.

Fysiek beheer: uitvoering Deltaplan

Op het gebied van fysiek collectiebeheer zal de zogenaamde Deltaplansystematiek ter hand worden genomen. Dat betekent concreet dat bij de heropening alle categorieën benoemd en de A- en B-categorieën in perfecte staat moeten zijn en dus waar nodig worden gerestaureerd. Dan zal in het bijzonder duidelijk zijn wat tot de categorieën C en D moet worden gerekend. Met deze inhaalslag wordt niet alleen een kwalitatieve verbetering van de collectie beoogd, ook zal die naar verwachting een substantiële volumereductie opleveren. Effectuering van een eventuele ontzaming zal in de volgende beleidsperiode plaatsvinden. De gemeente Amsterdam wordt als collectie-eigenaar vanzelfsprekend nauw bij dit proces betrokken.

In aanvulling op deze opschoning van de collectie zullen er actief additionele fondsen worden geworven teneinde de kwaliteit van de segmenten A en B door middel van gerichte acquisitie duurzaam te verhogen.

Kernopgave 4: Ontwikkeling programmering

Op dit moment programmeert het Stedelijk op de tijdelijke locatie Stedelijk Museum CS, op '11' (SMCS op 11) en in het Stedelijk Museum Bureau Amsterdam, dat separaat in het Kunstenplan van de gemeente is opgenomen. Door de situatie in Stedelijk Museum CS ligt het accent op tentoonstellingen van actuele beeldende kunst en vormgeving en op presentaties van de eigen collectie van na 1968. De klassiek moderne kunst kan wegens ruimtelijke en klimatologische ongeschiktheid niet in het ex-postkantoor worden getoond. Na de heropening op het Museumplein zal die situatie drastisch veranderen.

Als voorbereiding op die bespeling van het nieuwe huis zal al in het SMCS met nieuwe presentatievormen geëxperimenteerd worden, in het bijzonder met de verbinding tussen vaste collectie vanaf 1968 en actualiteit. Ook zullen vaker gastconservatoren optreden als katalysatoren in dit proces.

Programmering 2006-2008

Het programma in Stedelijk Museum CS omvat zo'n 15 exposities per jaar - beduidend minder dan in de periode tot 2004. Qua aantal zal dit overeenstemmen met de situatie in het toekomstige Stedelijk. Met de reductie beogen we financieel beheersbare en inhoudelijk betere producties te organiseren en capaciteit te reserveren voor het collectiebeheer. Wat de programmering betreft wordt nu al gewerkt aan de hand van een heldere tentoonstellings-typologie die, met een andere invulling, ook na 2009 zal worden gehanteerd. Het doel is om tot een balans in soorten van tentoonstellingen te komen, afgezien van hun inhoudelijke doelstellingen. Per oktober 2006 wordt op Stedelijk Museum CS een extra tentoonstellingszaal vrijgemaakt onder de naam 'Docking Station' ten behoeve van kleine, snel wisselende signaleringen van actuele kunst en vormgeving. Het programma is uitgewerkt in Bijlage 3.

- Expositieprogramma SMBA

SMBA heeft afzonderlijke doelstellingen, in lijn met zijn opdracht als proeftuin voor het Stedelijk te fungeren en als nationale en internationale springplank voor kunst en kunstenaars uit de Amsterdamse context. Concreet organiseert het zeven tentoonstellingen per jaar en een aantal afzonderlijke projecten. Het is verder partner in het residentieproject in Amsterdam Zuid-Oost (BijlmAIR) en verleent als adviseur van de Stichting Positivisme opdrachten aan kunstenaars om speciaal voor de videoschermen van '11' filmwerk te maken.

- Stedelijk Internationaal

Delen van de collectie van het Stedelijk en door het Stedelijk ontwikkelde tentoonstellingen zijn in de periode vanaf de sluiting regelmatig getoond in het buitenland teneinde de zichtbaarheid te waarborgen en samenwerking met internationale partners te initiëren dan wel te versterken. Deze activiteitenlijn werd mede mogelijk gemaakt door sponsoring, extra overheidsfinanciering en door partners betaalde fees (zie Bijlage 2).

Programmering vanaf 2009

- Opstelling collectie

Ter voorbereiding van de herinrichting van het gebouw aan het Museumplein is een werkgroep collectieopstelling geformeerd. Haar belangrijkste taak is vooralsnog: een vorm vinden voor de unieke breedte van de collectie, tonen van de klassieke topstukken in een geactualiseerde context, zichtbaar maken van nieuwe (kunst)historische inzichten, zorgen voor afwisseling tussen thematische benadering en individuele oeuvres, en relaties leggen met hedendaagse ontwikkelingen en met de tijdelijke tentoonstellingen. Bijzondere aandacht zullen de overgangen krijgen tussen gerenoveerde oudbouw en nieuwbouw, die moeten functioneren als inhoudelijke schakels tussen historie en actualiteit. Daar zal de dualiteit, museum én platform, het meest pregnant zijn.

- Tentoonstellingen

De doelstelling van het programma van het nieuwe Stedelijk is de in de missie geformuleerde balans te vinden tussen klassiek museum en actueel platform, tussen collectie en tentoonstellingen. Nieuw ten opzichte van voorgaande reeks is uiteraard het belang van de klassieke-moderne kunst.

1. tentoonstellingen van klassiek-moderne kunst 1910-1945. Voor de heropening van het museum worden momenteel de mogelijkheden naar een Kandinsky-tentoonstelling en een breed overzicht van de Russische avant-garde onderzocht;
2. tentoonstellingen van kunst tussen 1945 en 1968;
3. tentoonstellingen van kunst na 1968;
4. retrospectieven, mid-career tentoonstellingen, zoals de openingstentoonstelling van Mike Kelley (2008, onder voorbehoud);
5. signalerende, nationaal en internationaal georiënteerde tentoonstellingen zoals *International Survey* (2008) en *The Vincent* (editie 2010);
6. wisselende presentaties vanuit de eigen collectie, naast de vaste opstellingen en met verbindingen naar de actualiteit.

Ter toelichting zij opgemerkt dat deze tentoonstellingen de gedaante kunnen aannemen van zowel solopresentaties als groepstentoonstellingen, dan wel thematische exposities. Verder is de keuze voor presentaties van klassiek modern onontbeerlijk voor de herpositionering van het Stedelijk als internationaal erkend museum en voor de noodzakelijke contextualisering van werk van klassieke meesters in de collectie. De onder 4 en 5 genoemde expositietypes worden op dit moment ontwikkeld en geëvalueerd op het SMCS.

Daarnaast vinden dan in eigen huis de verdiepende activiteiten plaats die nu worden gerealiseerd op '11'.

22

23

De programma's in het SMBA worden op die afzonderlijke locatie gecontinueerd.

Kernopgave 5: intensivering educatie en publieksbegeleiding

Het Stedelijk Museum heeft als eerste taak beeldende kunst en vormgeving te tonen aan een breed en gelaagd publiek. Dat publiek komt in groepsverband of alleen, is afkomstig uit stad en regio, uit binnen- en buitenland en bestaat uit jongeren en ouderen, uit autochtonen en nieuwe Nederlanders, uit toeristen en dagjesmensen, uit kunstenaars en experts.

In de visie op het nieuwe museum hebben Educatie en Publieksbegeleiding een sleutelrol in het verdiepen van kunstgenot en kennis. De activiteiten op dit gebied vormen dan ook een zwaartepunt van het nieuwe Stedelijk.

Doelstellingen

Verwachtingen, eisen en mogelijkheden van het publiek zullen met het oog op effectieve educatie en publieksbegeleiding zorgvuldiger worden getypeerd. Educatie en publieksbegeleiding per subgroep en per activiteit worden preciezer ingezet om een bezoek aan het Stedelijk optimaal te laten verlopen. Een dergelijke strategie past in de context van de nagestreefde professionaliteit en klantgerichtheid en draagt bij aan verhoging van het aantal bezoekers. Door versterking van de personele en financiële inzet moet het aantal afnemers van educatieve producten naar 35.000 per jaar stijgen.

Publieksbegeleiding

De informerende media van de publieksbegeleiding (bijschriften, zaalteksten, introductieteksten, brochures, catalogi, museumbulletin, en website) worden meertalig, zorgvuldiger op elkaar afgestemd en door middel van de 'huisstijl' gepreciseerd. Daarnaast zullen ook conservatoren en curatoren rondleidingen en discussies verzorgen.

Educatie

De educatieve producten die nu worden aangeboden in een gelaagde variëteit waaronder rondleidingen, workshops, lezingen en een deel van de activiteiten op '11', concentreren zich de komende jaren op een verdieping van de specifieke programma's voor scholen, pabo's, jonge volwassenen, ouderen en nieuwe Nederlanders. Leidend daarbij is de focus op stad en regio: de provincie Noord-Holland.

Informatiecentrum

Het Informatiecentrum in de nieuwbouw zal het voorportaal van de bibliotheek, de wetenschappelijke documentatie en

het archief zijn. Er zullen onderzoeksfaciliteiten beschikbaar zijn waar zowel wetenschappelijke onderzoekers van binnen en buiten het museum als geïnteresseerde leken verder geholpen kunnen worden. In de lopende periode zal die functie worden ontwikkeld, en zullen de medewerkers daarop voorbereid worden.

Allianties

Allianties worden aangegaan – en waar reeds aanwezig versterkt – met collega-musea en met andere culturele instellingen, media, scholen, academies en universiteiten, en met educatieve projecten elders in de stad en provincie, gericht op jongeren van verschillende achtergrond maar ook georiënteerd op specifieke doelgroepen zoals bewoners van de regio, (kunst)studenten, nieuwe Nederlanders en ouderen.

Kernopgave 6: invullen internationale dimensie

Het nieuwe Stedelijk wil nadrukkelijk zijn internationale positie herbevestigen als leidend instituut voor moderne en hedendaagse kunst en vormgeving.

Daartoe ontwikkelt het de komende periode vier actielijnen:

1. internationale partnerships ten behoeve van de ontwikkeling van tentoonstellingen, zowel bij samenstelling als voor doorverkoop;
2. internationale netwerken op het gebied van wetenschappelijk onderzoek en disciplinegebonden expertise, tot uiting komend in coproducties, gastonderzoek, en gastcuratoren;
3. aandacht voor beeldende kunst en vormgeving uit de gehele wereld, ook uit niet-westerse landen;
4. opbouw van een internationale supportgroep die goodwill kweekt en extra financiële armslag genereert;
5. actief werven van buitenlandse medewerkers.

Kernopgave 7: voorbereiding op het nieuwe gebouw

De nieuwbouw wordt vanuit de gemeente geleid door het Project Management Bureau, en kent een eigen planning en begroting. In het kader van deze nota is vooral de relatie met de organisatie Stedelijk Museum van belang. In de periode 2006-2008 wordt door verschillende geledingen van het museum structureel gewerkt aan de nieuwbouw, zowel vanuit de inhoud, de techniek, de beveiliging als vanuit de positie als ‘bewoner’ van stadsdeel Zuid en partner op het Museumplein.

De directe omgeving en de stad als geheel moeten zich het gebouw en het Stedelijk op die plek eigen kunnen maken.

24

25

De financiering van de bouw, verhuizing en inrichting is grotendeels buiten de exploitatiebegroting geregeld. Knelpunten die uit voortschrijdend inzicht naar voren komen met betrekking tot technische zaken, ingebruikname en toekomstige exploitatie worden permanent met de gemeente en de zakelijke partners van het museum aan de orde gesteld.

7. Targets en criteria

Als voorbereiding op een nieuwe, voor alle grote musea in Nederland geldende systematiek van peer review en internationale visitatie, zal het museum eind 2008 een intern systeem van prestatiecontrole en feedback hebben ontwikkeld. Daartoe treedt het in elk geval in contact met de Vereniging Rijksgesubsidieerde Musea (VRM). Daarop vooruitlopend gelden de onderstaande criteria voor de nu door het museum voorgenomen en in deze nota geformuleerde plannen, voor de periode 2006-2008:

Sector Collecties & Presentaties

Collectie

- | | |
|--|--|
| - basisregistratie | voltooid en extern beoordeeld |
| - A/B/C/D-categorieën | status goedgekeurd door Erfgoedinspectie; D gereed voor beschrijving |
| - ontzamelbeleid | op hoofdlijnen met Gemeente besproken |
| - collectieboek | gedrukt, internationaal getoetst |
| - publieksboek | gedrukt |
| - onderzoek fotografiecollectie en OSK | rapportages goedgekeurd |
| - top-800 op het web | beschikbaar en getest |

Tentoonstellingen

- in de periode 2006-2008 minstens 35 tentoonstellingen volgens beleidsplan en projectmatig uitgevoerd, inclusief evaluatie;
- telkens door MT getoetst aan nieuwe beleidsuitgangspunten: focus ‘verbindingen’, internationaal;
- waarvan in 2008 een kwart tot stand komt in internationaal partnership;
- marketing, communicatie en educatie van meet af aan geïntegreerd, met meertalige media;
- in aantoonbare samenhang met randprogrammering ‘11’
- met positieve aandacht in en beoordeling door vakpers en publieke media.

Sector Marketing & Communicatie

- aantal bezoeken op locatie SMCS 250.000 per jaar
- aantal bezoekers website 100.000 per maand
- halfjaarlijkse satisfactiemeting Museum Monitor stijging met 0,5 punt eind 2008
- beeld van bestaande en mogelijke bezoekers operationeel m.i.v. heropening met actieplan
- aantal afnemers benoemde educatieve producten 35.000 per jaar
- aantal bezoekers randprogrammering '11' 5.000 per jaar
- balans tussen afnemers educatieve producten scholen, pabo's, jong-volwassenen, ouderen, nieuwe Amsterdammers
- heringerichte en aangescherpte afdeling Marketing en Communicatie;
- structureel overleg met stad over creative industries, city marketing en (multi)culturele programma's;
- verbouwingscommunicatie: tijdig, passend bij gewenst profiel en merk van het nieuwe Stedelijk, met voldoende informatie aan/feedback van stad, stadsdeel, toekomstige bezoekers, en partners en bureaus;
- Business Club en Vriendenvereniging gescheiden, met respectievelijk 150 en 3.000 leden;
- inkomsten uit externe fondsenwerving en sponsoring: euro 500K per jaar;
- oprichting Aankoopfonds: opbrengst donateurs euro 200K per jaar bijeen vanaf 2007.

Sector Bedrijfsvoering

- werkende planning- en controlcycli per afdeling en medewerker;
- begrotingsdiscipline aangepast aan verzelfstandigde status;
- structureel overleg met het Rijks en het Van Gogh over inkoop, beveiliging, horeca, winkel, bespeeling Museumplein en marketing;
- inkomsten winkel gemiddeld euro 2 per bezoeker.

26

27

8. Exploitatieoverzicht 2006 - 2008

Hieronder is de geprognosticeerde exploitatierekening opgenomen voor de jaren 2006 - 2008. De prognose is tot stand gekomen op basis van de realisatie t/m juni 2006 en de op dit moment bekende verwachtingen voor het restant van 2006 en de jaren 2007 en 2008. Het betreft alleen een overzicht voor de exploitatie. Een aparte tabel geeft een overzicht van het aankoopbudget.

Lopende beleidsperiode

Exploitatie 2006 - 2008 (Bedragen in euro x 1.000)	Prognose 2006	Prognose 2007	Prognose 2008
BATEN			
Entreegelden	977	1.000	800
Subsidies	9.414	10.400	11.400
Sponsoring Algemeen	552	500	500
Sponsoring tentoonstellingen/ projecten	523	300	250
Winkel/uitgeverij	406	400	300
Doorberekende kosten	538	150	150
Bureau Amsterdam	331	235	235
Overig (Bulletin/kantine/ zaalverhuur/educatie)	106	100	100
Totaal baten	12.847	13.085	13.735
KOSTEN			
Tentoonstellingskosten	1.128	1.100	800
Projectkosten	339	600	800
Subtotaal	1.467	1.700	1.600
Kosten winkel/uitgeverij	241	220	165
Kosten bibliotheek	75	70	70
Kosten Bureau Amsterdam	331	235	235
Kosten overig (Foto-atelier/ bulletin)	82	80	80
Onderhoud collectie	114	120	120
Communicatie	235	300	600
Salariskosten	7.964	8.100	8.555
Huisvestingskosten	1.371	1.400	1.400
Administratieve kosten	860	750	800
Afschrijvingen	50	50	50
Financiële baten en lasten	40	40	40
Belastingen	17	20	20
Totaal kosten	12.847	13.085	13.735
RESULTAAT	0	0	0

Voor 2006, 2007 en 2008 is het op basis van de huidige inzichten mogelijk een sluitende exploitatie te realiseren. In 2007 nemen de subsidies met euro 1 mln toe. Daar staat tegenover dat er in 2006 een aantal eenmalige inkomsten zijn verantwoord, die in volgende jaren voorzichtigheidshalve niet zijn geprognoseerd. De netto toename van de baten in 2007 is daardoor slechts beperkt. Een sluitende exploitatie kan desondanks worden gerealiseerd door een beperkte aanname van nieuw personeel en het temporiseren van projecten.

Pas na de volgende verhoging van de subsidiegelden met euro 1 mln in 2008 ontstaat er ruimte voor het verder invullen van de formatie.

Een uitvoerige toelichting op de begroting 2006-2008 is te vinden in Bijlage 4.

Zwakte/sterkte

Het Stedelijk heeft in de collectie internationale beeldende kunst en vormgeving vanaf 1850 veel sterke clusters en ensembles: onder meer van de Nederlandse schilderkunst uit de tweede helft van de 19de eeuw, de Nederlandse kunstnijverheid van rond 1900 en een internationaal vooraanstaande affichecollectie, via de collectie Rietveld meubelen, de groep werken van de Ecole de Paris (met als hoogtepunt het cluster van Chagall) en de Malevich-collectie, tot aan belangrijke groepen Nederlandse (Appel, Van der Elsken, Van Elk, Dibbets, Brouwn), West-Europese (Dubuffet, Fontana, Manzoni, Tinguely, Merz, Long, Gilbert & George, Baselitz, Kiefer) en Amerikaanse kunst (De Kooning, Newman, Kelly, Ryman, Nauman) uit de tweede helft van de 20ste eeuw.

De Amsterdamse en Nederlandse kunst binnen dit geheel is - vooral vanaf de periode na 1950- stevig ingebed in een internationale context. De clusters en kernen, maar ook afzonderlijke werken, genereren inzichten bij nieuwe tendensen, die in exposities van actuele kunst kunnen worden geëxpliciteerd. Evenzo wordt door middel van tentoonstellingen ervaring opgedaan met kunstenaars en kennis opgebouwd van hun werk. Dat wordt getoetst op kwaliteit, mede aan de hand van de parameters van de eigen collectie, om zo vast te stellen of aankopen al dan niet gewenst zijn. Zo versterken collectie en tentoonstellingen elkaar en geven ze samenhang aan het totale museale programma.

Keuzes

Het Stedelijk heeft een analyse gemaakt van de verzameling (zie Collectieplan 2006-2008). Daarbij is gebleken dat historische en/of encyclopedische volledigheid voor de collectievorming van het Stedelijk geen haalbaar doel is. De rijke, veelzijdige collectie – zowel op het gebied voor 1950 als in de jaren daarna – heeft duidelijke accenten en zwaartepunten, die soms wel, soms niet meer zijn aan te vullen. Daarom wil het museum de historische continuïteit van de collectie waar mogelijk in al aanwezige clusters en ensembles versterken.

Speerpunten

Met betrekking tot de talloze ontwikkelingen die zich in de actuele kunst en vormgeving voordoen heeft het museum bovendien een aantal aandachtsgebieden benoemd en die in 8 punten naar voren gebracht. Gegeven het belang nu vooral werk te maken van aankopen van actuele kunst en vormgeving –ter beperking van lacunes in het beeld van de actuele kunst- zal het Stedelijk zich richten op deze punten en die uitwerken tot collectielijnen, die een selectief, maar representatief beeld van de actuele beeldende kunst geven. Dit zijn:

- Narratieve schilderkunst en schilderkunst die zich verhoudt tot de nieuwe media;
- Sculptuur in het spanningsveld van beeld en installatie;
- Documentaire en fictionele tendensen in fotografie, film, video en computerkunst;
- Kunst die de (commerciële) beeldcultuur onderzoekt;
- Kunst die de lijn van de klassieke conceptuele kunst verder ontwikkelt;
- Beeldende kunst, fotografie en vormgeving uit niet-westerse landen;
- Digitalisering in de grafische vormgeving, o.a. in video- en computergames;
- Kunst die zich beweegt tussen autonome kunst en vormgeving;
- Het ambachtelijke als metafoor in vormgeving en design;
- Design en nieuwe technologie.

Actuele kunst en vormgeving

De nu regulier beschikbare middelen (euro 8000 exclusief gelden van de Mondriaan Stichting en incidenteel de Vereniging Rembrandt) zullen vrijwel geheel worden ingezet voor aankopen van actuele kunst en vormgeving. Zowel gemeentelijke als rijksbijdragen (Mondriaan Stichting) aan het aankoopbudget zullen echter drastisch moeten worden verhoogd en structureel gemaakt. Om internationaal te kunnen opereren op het terrein van de actuele kunst heeft het museum per jaar euro 2.000.000 nodig.

Retrospectief

Wat betreft de kunst en vormgeving van 1950 tot 2000 wil het Stedelijk het aanwezige werk van sommige VS kunstenaars de komende jaren uitbouwen tot substantiële clusters. Daarnaast wil het proberen een betere vertegenwoordiging te realiseren van een aantal al aanwezige kunstenaars, terwijl ook op het terrein van de toegepaste kunst nog aankopen van enkele designers noodzakelijk zijn. Voor retrospectieve aankopen van na 1950 is per jaar een bedrag euro 1.000.000 nodig.

Het Stedelijk zou, als andere musea voor moderne kunst in de wereld, in staat moeten zijn enkele wezenlijke lacunes van de collectie klassiek-modernen en de historische avant-garde weg te werken, om zo het karakter van de verzameling te versterken. Daarbij gaat het om enkele zeer precieze, selectieve aanvullingen van bestanden op het gebied van expressionisme, futurisme, constructivisme en dadaïsme – bij uitstek canonieke stromingen voor het Stedelijk Museum. Aankopen van deze klassiek-modernen en de historische avant-garde van voor 1950, zowel op het gebied van de beeldende kunst als binnen de fotografie zullen – gegeven

de grote bedragen die hiermee gemoeid zijn – moeten worden gefinancierd vanuit particuliere bronnen en speciale fondsen.

Prognose aankopen 2006 – 2008
(Bedragen in euro x 1.000)

	Prog- nose 2006	Prog- nose 2007	Prog- nose 2008
Beschikbaar			
Geormerkt deel subsidie Gemeente	800	800	800
Gemeentelijke aankopen	170	170	170
Mondriaan Stichting	125	125	125
Bestemmings- reserve balans	323		
TOTAAL	1.418	1.095	1.095

Algemeen

Op het gebied van kennis en collectie worden de volgende projecten in de periode 2006-2008 uitgevoerd:

- Collectieonderhoudsplan (m.n. intensivering fysiek beheer, specificatie: zie onder);
- Collectieboek (verschijning 2008);
- Publieksgids (verschijning 2008);
- ABCD-categorisering collectie (inventarisatie afgerond 2007);
- Hoogtepunten collectie op website (gefaseerd, aanloop 2006, voltooid in 2008);
- Herontwikkeling intellectuele infrastructuur, dwz samenwerking met wetenschappelijke instellingen, zoals OSK;
- Collectiecatalogus Chardjiev (start 2006-2008; verschijning publicatie 2009);
- Publicatie resultaten onderzoek fotografiecollectie (verschijning 2009).

Daarvoor is beschikbaar:

- in 2006 euro 339K
- in 2007 euro 600K
- in 2008 euro 800K

Het al lopende Collectieonderhoudsplan vergt in 2006 aan projectgeldten euro 339.000. Om de hierboven beschreven projecten te kunnen realiseren wordt voor 2007 euro 260.000 en voor 2008 euro 460.000 extra ingezet.

De voorgenomen publicatie van de collectiecatalogus Video/film wordt tot na 2008 uitgesteld.

Uitwerking Collectieonderhoudsplan 2006

Budget 2006 – 2008 euro 339.000 per jaar, verdeeld over:

- A. (her-)inventarisatie / digitalisering
- B. conservering
- C. overige projecten

A. (Her-)Inventarisatie / digitalisering

Voor de gehele collectie voltooid op 'quick and dirty' manier, met uitzondering van een deel Grafische Vormgeving. Onderstaand uitgevoerde werkzaamheden per deelcollectie in 2006:

A1. Grafische Vormgeving

Affiches

Eigen collectie voltooid per 01.01.2006 m.u.v. dubbelen. Wordt met eigen personeel en extra inzet van Reinwardtkracht aan gewerkt. Kosten euro 2000.

Typografie

Eigen collectie laatste deel nog invoeren wordt met eigen personeel en extra inzet van Rein-

**BIJLAGE 3
UITGEWERKTE
TENTOONSTELLINGSPROGRAMMERING
2006-2008**

wardtkracht aan gewerkt. Kosten euro 6500. Fotograferen deelcollectie wordt intern gedaan.

Archieven
- Archief Sandberg: intern verwerkt. Voltooid 2006;
- Archief Crouwel: wordt uitbesteed. Uitvoering NAGO. Kosten euro 22.630. Van start september 2006.

A2. Toegepaste kunst en Vormgeving
Sieraden

Herinventarisatie is voor de helft afgerond in 2005. In 2006 mbv externe kracht tweede helft inventariseren. Kosten euro 6500. Fotograferen deelcollectie wordt intern gedaan.

Textiel
Standplaatsregistratie en herinventarisatie wordt door tijdelijke uitbreiding uren interne textielrestaurator aan gewerkt.

A3. Tekeningen en grafiek
Fotograferen op identificatieniveau tekeningen wordt intern uitgevoerd en per november 2006 voltooid. Aan collectie grafiek wordt nu intern gewerkt: verwachte afronding maart 2007.

A4. Fotografie
Fotograferen op identificatieniveau is intern uitgevoerd en voltooid.

A5. Bibliotheek
Tijdelijke projectmedewerker tbv. verwerking gegevens tentoonstellingscatalogi. Kosten euro 30.000.

B. Conservering
Achterstanden in conservering wegwerken waarbij de a en b-categorieën prioriteit hebben. Onderstaand uitgevoerde werkzaamheden per discipline in 2006:

B1. Schilderijen
Binnen de discipline schilderijen wordt euro 26.000 ingezet tbv
- uitbesteding restauratie Brice Marden;
- restauratie lijsten;
- vervaardigen nieuwe lijsten.
Tevens wordt er euro 6.000 ingezet tbv externe ondersteuning conditie-inventarisatie schilderijen tbv. meerjarenplanning. Start september 2006.

B2. Beelden
Binnen de discipline beelden wordt euro 25.000 ingezet tbv uitbesteding restauraties A-collectie (Birza, Oldenburg, Rückriem 2x, Tinguely)

B3. Film/Video
Binnen de discipline film/video wordt euro 59.000 ingezet tbv:
- Videocollectie: digitalisering extern uitgevoerd. Voltooid in 2006. Kosten euro 55.000;
- Films: extern gescand, daarna intern verwerkt. Voltooid in 2006. Kosten euro 4.000.

B4. Papier
Binnen de discipline papier wordt euro 34.000 ingezet tbv:
- externe ondersteuning conditiecontrole prenten en tekeningen tbv meerjarenplanning. Kosten euro 6.000. Start juli 2006;
- externe ondersteuning conditiecontrole fotografie tbv meerjarenplanning. Kosten euro 6.000. Start september 2006;
- externe ondersteuning tbv. restauratieproject affiches. Kosten euro 22.000;
- tevens wordt het opzetten van de typografie intern uitgevoerd.

B5. TK&V
Binnen de discipline tk&v wordt euro 16.000 ingezet tbv:
- extra ondersteuning conditiecontrole tk&v tbv meerjarenplanning. Kosten euro 6.000. Start september 2006;
- uitbreiding uren textielrestaurator tbv conditiecontrole. Kosten euro 10.000. Start juli 2006.

C. Overige projecten
C1. Aanwinsten/Acquisitions Stedelijk Museum Amsterdam 1993-2002
Publicatie eind september 2006. Samenstelling en onderzoek intern uitgevoerd. Kosten voor 2006 euro 88.000.

C2. Webproject
800 hoogtepunten op het web bij heropening museum. Kosten voor 2006 euro 7.000.

C3. Deltaplan
Ondersteuning ABCD-categorisering collectie. Primair intern uitgevoerd. Kosten voor 2006 euro 6.000.

Sinds 2004 programmeert het Stedelijk Museum een reeks activiteiten op SMCS, op '11' en in het SMBA. Daarbij ligt het accent op tentoonstellingen van actuele kunst/vormgeving. Wat betreft de eigen collectie richt het presentatiebeleid zich op de kunst van na 1968 en van actuele kunst, omdat het huidige gebouw minder geschikt is voor het tonen van oudere delen van de collectie en het in financieel en personeel opzicht niet mogelijk is elders (buiten een jaarlijkse bescheiden samenwerking met het Van Gogh Museum) een presentatie van de collectie te verzorgen voor de jaren 2006-2008.

Het Stedelijk Museum heeft bij de programmering in het SMCS de tentoon-stellingsactiviteit teruggebracht naar een minder intensief programma –van circa 40 aan de Paulus Potterstraat naar ongeveer 15 in het SMCS- om zo meer aandacht aan werkzaamheden aan de collectie te kunnen besteden (ter voorbereiding van de heropening in 2008 en om een nieuwe balans te bereiken tussen collectie- en expositieactiviteiten, tijdelijke tentoonstellingen en vaste zaalpresentaties vanaf 2009).

Het museum hanteert voor het SMCS een typologie die uitgaat van:

1. Signalerende solo-exposities - actuele solo's: Michel Majerus (2005), Yang Fudong (2005), De Rijke/De Rooij (2005), Eberhard Havekost (2006), Saskia Olde Wolbers (2006), Tino Sehgal (2006), Tobias Rehberger (2007), Paul Chan (2007), Heringa/Van Kalsbeek (2007), Neo Rauch (2007);

2. Snel wisselende signalementen in projectruimte DOCKING STATION: Daria Martin (2006), Keren Cytter (2006), Sean Snyder (2007), Ryan Gander (2007), Clemens von Wedemeyer (2007), Florian Pumhösl (2007), Jordan Wolfsson (2007), Mario Garcia Torres (2007), Sven Augustijnen (2007), Kan Xuan (2007), Jesper Just (2007), Enrico David (2007);

3. Signalerende groepstentoonstellingen: '20/'20 vision (2004), Nest (2005), Time and Again (2005), Just in Time (gemeenteaankopen 2006), The Vincent (2006/08), Next Level, Art Games and Reality (2006), Facts, Fictions and Stories, two projects by Adam Broomberg and Oliver Chanarin (2006), Tekeningen/werk op papier (gemeenteaankopen 2007), NI tentoonstelling (2008);

4. Thematen tentoonstellingen: Populism (2005), Mapping the Studio (2006), Mapping the City

(2007), Mapping the Museum (2009), Mapping the World (2010);

5. Retrospectieve solo's/overzichten/midcareer retros: Robert Smit (2005), Rineke Dijkstra (2005), Shirin Neshat (2006), Michel Quarez (2006), Douglas Gordon (2007), Wolfgang Tillmans (2008), Aernout Mik (2007/08);

6. Collectiepresentaties die accenten plaatsen binnen de collectie/groepsthema's vanuit de collectie: Paradoxs (2005), Sandberg Nu (2005), Bock mit Inhalt (2005), Breaking the Rules (2006), Aanwinsten (2007);

7. Tentoonstellingen van gezichtsbepalende kunstenaars en vormgevers uit de twintigste eeuw die de collectie in een nieuw daglicht stellen/klassiekers: Acconci Studio 'World/Action/Architecture' (2005), Airworld (2006), Andy Warhol (2007).

SMBA (presentaties van jong talent uit Amsterdam, proeftuin voor het Stedelijk met gemiddeld zeven projecten per jaar).

Daarnaast waren en zijn er de Stedelijk Museum-presentaties in het buitenland:
- Encounters with Modernism (t/m 2005: in Shanghai, Singapore, São Paulo, Rio de Janeiro, Seoul);
- Rineke Dijkstra (2005-2006: in Parijs, Winterthur, Barcelona, Wenen, Praag);
- De Rijke/ De Rooij (2005: Venetië, Amsterdam);
- In Sight (2005: Chicago);
- Germaine Kruij (2005: Londen).

32

33

**BIJLAGE 4
TOELICHTING
EXPLOITATIEOVERZICHT
2006-2008**

BEGROTING 2006-2008

Algemeen

De in het Beleidsplan opgenomen prognose 2006 – 2008 heeft betrekking op de exploitatie van het Stedelijk Museum; bedragen bestemd voor uitbreiding van de collectie zijn niet opgenomen in de exploitatie.

De prognose 2006 is tot stand gekomen op basis van de realisatie tot en met juni 2006 en de op dit moment bekende verwachtingen voor het restant van 2006. Er is aangenomen dat in de loop van 2008 het nieuwe pand betrokken zal zijn.

De overige aannames die ten grondslag hebben gelegen aan de prognose 2006 – 2008 zijn hieronder uiteengezet.

Alle bedragen zijn in euro. Er is geen rekening gehouden met indexatie.

Baten 2007 – 2008

Entreegelden

De entreegelden voor 2007 stijgen licht t.o.v. 2006, mede op basis van de verwachte bezoekers bij de geplande Andy Warhol tentoonstelling. Voor 2008 is een daling verondersteld omdat in dat jaar (nog) geen blockbuster staat gepland en alle inspanningen gericht zullen zijn op de opening van het nieuwe pand. Het is waarschijnlijk dat de bezoekersaantallen in afwachting van de opening zullen afnemen, bovendien moet rekening worden gehouden met de verhuizing van het SMCS naar het nieuwe pand en een eventuele tijdelijke sluiting diensgevolge.

N.B. Bij het bepalen van de inkomsten uit entreegelden tot en met 2008 is verondersteld dat het Museum tot oplevering van de nieuwbouw op de huidige locatie kan blijven. Dit vereist een (op dit moment nog niet gerealiseerde) verlenging van het huurcontract met ongeveer een half jaar.

Subsidies

De subsidie-inkomsten voor 2007 en 2008 zijn gebaseerd op het verwachte bedrag voor 2006 (excl. euro 800k bestemd voor kunstaankopen) verhoogd met een structurele subsidie van 1 mln in 2007 en nogmaals verhoogd met een structurele subsidie van 1 mln in 2008.

Sponsoring Algemeen

In de sponsoring Algemeen zijn de verwachte sponsorbedragen afkomstig van ABN-AMRO en Audi begrepen. De huidige overeenkomst met ABN-AMRO eindigt in 2008. In het nieuwe pand zal het museum beter sponsorabel zijn, waardoor de sponsorinkomsten naar verwachting vanaf 2009 zullen kunnen stijgen.

Sponsoring tentoonstellingen/projecten

Voor 2007 is aan project sponsoring euro 300k verondersteld, waarvan euro 50k reeds is toegezegd. De overige euro 250k moet nog worden binnen gehaald.

Voor 2008 is nog geen blockbuster gepland, zijn nog geen tentoonstellingbijdragen toegezegd en zal in het algemeen de focus op de heropening liggen. Daarom is het geprognosticeerde bedrag aan tentoonstellings-/project sponsoring omlaag gebracht naar euro 250k.

N.B. Dit bedrag moet nog volledig worden binnen gehaald.

Winkel/Uitgeverij

De winkelinkomsten zijn voor 2007 constant verondersteld ten opzichte van 2006. In 2008 is aangenomen dat deze licht zullen afnemen t.g.v. de vooralsnog, wegens tijdelijke sluiting voor heropening, veronderstelde daling in bezoekersaantallen tot ca. 150.000.

Doorberekende kosten

In de doorberekende kosten 2006 zit de laatste tranche van de Hermez-subsidie begrepen voor euro 323k. Deze Hermez-gelden zijn niet opgenomen voor volgende jaren.

Bureau Amsterdam

In 2006 heeft Bureau Amsterdam opbrengsten gegenereerd betrekking hebbende op 2005. Deze euro 100k 'extra' opbrengsten zijn voor volgende jaren niet meegenomen. De geprognosticeerde opbrengsten 2007/08 zijn conform budget 2006. Bureau Amsterdam opereert ook in 2007/08 kostenneutraal.

Overige inkomsten

De overige inkomsten zijn voor 2007/08 constant verondersteld t.o.v. de verwachting 2006.

Lasten 2007 – 2008

Tentoonstellingskosten

De geprognosticeerde tentoonstellingskosten zijn voor 2007 gelijk gehouden aan 2006. Voor 2008 is aangenomen dat deze zullen dalen; in afwachting van de opening van de nieuwbouw zal de tentoonstellingsactiviteit dalen.

Projectkosten

De geprognosticeerde projectkosten stijgen naar euro 600k in 2007 en euro 800k in 2008. Naast de reguliere projectkosten ter grootte van ca. euro 300k voor reeds in gang gezette projecten (het (her)inventariseren/digitaliseren van de collectie, conservering en wetenschappelijk onderzoek; zie Bijlage 2) dient extra ruimte te

worden vrijgemaakt voor de realisatie van o.a. het collectieboek en de publieksgids, die bij de opening van de nieuwbouw gereed moeten zijn. Daarnaast bestaat de verplichting om uiterlijk in 2009 de resultaten van het fotografie-onderzoek te publiceren, alsmede de collectiecatalogus van de Chardzjev collectie gereed te hebben.

Gezien bovengenoemde ontwikkelingen in de projectkosten is besloten de eerder voorgenomen realisatie van de film- & videocollectiecatalogus tot na 2008 uit te stellen.

Afdelingskosten

- Winkel

De marge voor de winkel is voor 2007/08 verondersteld op 45% Dit is een verbetering t.o.v. 2006 waarin de geprognosticeerde marge 40% bedraagt. Dit zal worden gerealiseerd door een strakkere aansturing van de winkel.

- Bureau Amsterdam

In Bureau Amsterdam zijn in 2006 kosten geboekt betrekking hebbend op 2005. Voor 2007/08 zijn deze 'extra' kosten niet meegenomen en zijn de kosten in lijn verondersteld met het budget 2006. Bureau Amsterdam opereert ook in de prognose 2007/08 kostenneutraal (*zie tevens onder Baten Bureau Amsterdam*).

- Overige afdelingskosten

De verwachte kosten voor de bibliotheek en de overige afdelingskosten (bulletin en foto-atelier) blijven in lijn met de geprognosticeerde bedragen voor 2006.

Onderhoudskosten collectie

De onderhoudskosten voor de collectie zijn in lijn verondersteld met de verwachte kosten in 2006.

Communicatie- en marketingkosten

De geprognosticeerde communicatie- en marketingkosten stijgen geleidelijk van euro 235k in 2006 via euro 300k in 2007 naar euro 600k in 2008.

Salariskosten

De verwachte salariskosten in 2007 stijgen naar euro 8,1 mln omdat in 2007 voor een vol jaar de kosten van een Hoofd Bedrijfsvoering, Hoofd Marketing & Communicatie en Controller zijn meegenomen. In 2008 stijgen de salariskosten verder naar euro 8,6 mln teneinde de formatie weer op sterkte te brengen voor de extra activiteiten die de heropening en de uitvoering van de beleidsvoornemens met zich meebrengen.

Huisvestingskosten

De verwachte huisvestingskosten blijven in de periode 2006 – 2008 min of meer constant op

euro 1,4 mln, aannemende dat de huur van de vestiging bij het CS kan worden gecontinueerd tot najaar 2008 en dat er ook in de situatie m.b.t. de depots geen verandering optreedt.

Administratieve kosten

De verwachte administratieve kosten dalen doordat in 2007 de advieskosten dalen ten gevolge van de vervanging van externe adviseurs door medewerkers in vaste dienst (zie onder salariskosten.) In 2008 zullen de administratieve kosten weer licht stijgen vooruitlopend op de opening van de nieuwbouw.

Afschrijvingen

De geprognosticeerde afschrijvingen voor 2006/07/08 ter grootte van euro 50k per jaar zijn geschat op basis van de op de beginbalans van het verzelfstandigde museum aanwezige materiele vaste activa.

Financiële baten en lasten

De geprognosticeerde rentelasten voor 2006/07/08 ter grootte van euro 40k zijn geschat op basis van de uitstaande lening bij de Gemeente Amsterdam ter grootte van ongeveer euro 850k.

Belastingen

De belastingen betreffen o.z.v. en verontreinigingsheffingen. Aannemende dat er geen verandering in de huisvestingsituatie optreedt, wordt er van uitgegaan dat laatstgenoemde constant blijven t.o.v. de verwachting 2006.

