

Play Van Abbe – Van Abbemuseum te Eindhoven

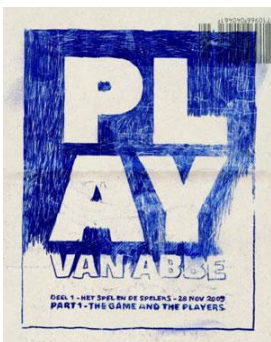
Twee jarig programma over de rol van het museum in de 21^e eeuw

2009-2011

Startsituatie: Het Van Abbemuseum is een van de meest toonaangevende musea voor hedendaagse kunst in Nederland, met een indrukwekkende internationale reputatie. Vragen op het gebied van kunst en samenleving stelt het museum op een radicale en experimentele wijze aan de orde. Openheid, gastvrijheid en kennisuitwisseling zijn daarbij kernwaardes. Dat betekent dat het museum zijn bezoekers graag vragen stelt en hen prikkelt over onderwerpen na te denken. De directie van het Van Abbemuseum vroeg mij voor het tweejaar durende programma Play Van Abbe, in de functie van Hoofd Marketing, Educatie, Bemiddeling en Fondsenwerving. Met dit programma stelde het museum de vraag naar de identiteit van het museum voor hedendaagse kunst in de 21^e eeuw, en nam zichzelf daarbij als voorbeeld. Het Van Abbemuseum loopt altijd internationaal voorop en wilde discussie over dit vraagstuk met de maatschappij. Door interdisciplinaire en internationale samenwerkingsverbanden onderzocht het museum hoe het zijn positie als kennisinstituut en collectief cultureel 'geheugen', als plek voor verbazing en inspiratie vandaag en morgen maximaal vorm kan geven. Dit gebeurde door vier tentoonstellingen in twee jaar tijd, die subvragen van deze hoofdvraag behandelden. Met als uitgangspunt dat een kunstwerk steeds opnieuw om interpretatie vraagt. Het museum functioneerde als platform voor kunstenaars en bezoekers om verhalen te vertellen en zich te laten inspireren.

Mijn rol in het proces: Ik ontwikkelde de kernboodschap voor het museum om zich helder te positioneren in communicatiemiddelen. Ik schreef subsidieaanvragen en marketingplan. De Mondriaan Stichting en andere fondsen kenden grote subsidies toe, wat tevens bijdroeg aan het imago van het museum in Nederland. Dmv een pitch werd een bureau gekozen voor de uitwerking van de communicatiestrategie en -plan op inhoudelijk en marketingvlak. Ik gaf leiding aan het team Marketing, Educatie, Bemiddeling en Fondsenwerving. Ik ontwikkelde een social media beleid. Bij Play Van Abbe openingen zorgde ik voor inhoudelijk en bijzondere sprekers, zoals staatssecretaris Timmermans, burgemeester Rob van Gijzel, Kader Abdollah, Joost Zwagermans, en schreef tevens speeches. Ik was en ben sparringpartner voor de zakelijke directie, en coachte teamleden zodat zij zich verder konden ontwikkelen. Evenals de relaties met het bedrijfsleven buiten de culturele sector, om de rol van het museum te verstevigen. Ik betrok externe groepen bij het museum, vroeg collega communicatie managers mee te denken (crowd sourcing), en vormde een feedbackgroep voor kritische discussie. Ook nodigde ik journalisten uit voor discussie. Ik schreef en reviewde diverse subsidieaanvragen, die voor het grootste deel ook tot een honorering van de subsidie hebben geleid. Voorts was ik strategisch betrokken bij diverse projecten, waaronder het plan om tezamen met bedrijven een topinstituut te ontwikkelen (Het Glazen Depot) dat de grenzen tussen kunst, design, en technologie achter zich zou laten en in plaats daarvan het samenspel nastreeft. Ook onderzocht ik eventuele samenwerking met het nieuwe MAXXI museum in Rome. Ik verstevigde de unieke positie van het museum, dat in landelijke kranten vaak wordt genoemd. In gemeentelijke bezuinigingsronden eind 2011 nav landelijke besluitvorming, gaf ik in de Raadszaal van het stadhuis in Eindhoven een betoog over het belang van de 'innovatieve' identiteit van het museum. De discussie over bezuiniging vormt ahw een apotheose van Play Van Abbe mbt 'Wat is de rol van musea in de 21^e eeuw?'

Gebruikte Competenties: Ervaring met het belang van 'stories' om een organisatie te positioneren; Spiegelen van curatoren die geen ervaring buiten de culturele branche hebben; Balanceren tussen inhoud en vertaling naar bezoekers, marketing en educatie; Denkkraft mbt strategische plannen; Betrekken en inspireren van netwerk; Ervaring met gemeentelijke ambtenaren en bedrijfsleven; Leidinggeven, bruggen bouwen, inspireren, samenbinden, coachen, adviseren; Ervaring in internationale organisatie; Kennis van social media.



Nav de bezuinigingsdiscussie in de gemeente Eindhoven heb ik in oktober 2011 een stevig betoog gegeven over het belang van de rol van het Van Abbemuseum in Nederland, als spiegel van de maatschappij. Leermoment: In maatschappelijk

betrokken organisaties (niet-bedrijfsleven) is een story niet altijd eenduidig. Juist rafelrandjes in een verhaal leveren nieuwe vragen en vergezichten.