

HART

MUSEUM



BELEIDSPLAN

2025

EEN NIEUW MUSEUM

H'ART Museum is een gloednieuw museum met een stevig fundament. Jarenlang werden in ons monumentale gebouw aan de Amstel tentoonstellingen uit een van 's werelds grootste en veelzijdigste collecties, die van Staatsmuseum de Hermitage in Sint-Petersburg georganiseerd. De *goodwill* en het optimisme van het einde van de Koude Oorlog gaven het museum eind vorige eeuw vleugels. In februari 2022 veranderde alles. De Russische militaire inval in Oekraïne maakte het onmogelijk om de culturele brug in stand te houden. Oorlog maakt alles kapot. Op 3 maart 2022 verbrak Hermitage Amsterdam de banden met de Russische overheid. Hermitage Sint-Petersburg is immers een staatsmuseum en alle bruiklenen liepen formeel langs het Russische ministerie van cultuur. Achter de schermen begon een zoektocht naar een nieuwe museale bestemming. In juni 2023 werd de nieuwe museale koers bekend gemaakt: het werd een museale en inhoudelijke samenwerking met ditmaal meerdere partners, een koers die past bij de tijd van nu.

Bij een nieuw museum met een nieuw gezicht hoort ook een nieuwe naam: H'ART Museum. We schalen dus op; we gaan van één naar meerdere museale partners. Drie grote en beroemde musea zijn nu aan boord: Centre Pompidou uit Parijs – met een van de allergrootste collecties van moderne en hedendaagse kunst ter wereld, het British Museum uit Londen – een van de grootste (archeologische) collecties ter wereld en het Smithsonian American Art Museum uit Washington DC, met een brede collectie Amerikaanse (toegepaste) kunst die alle regio's en kunstbewegingen in de Verenigde Staten beslaat. Onze nieuwe naam is bovenal universeel. De H is een hommage aan ons rijke Hermitage-verleden en de culturele uitwisseling waar we onze reputatie aan ontleen. Het staat ook voor onze ambitie: met kunst gaan we de harten van onze bezoekers raken. En komen er in de toekomst nog meer partners? Wat ons betreft wel. Dit is de start.



Wat gaan we doen? We nemen de bezoeker mee op reis, op een internationale verkenning door de wereld van kunst en cultuur. Het wordt druk in het museumgebouw aan de Amstel, met een komen en gaan van internationale kunst uit alle tijden. Tentoonstellingen en presentaties die passen bij de dynamische samenleving van vandaag, waar interactie en uitwisseling tussen mensen, landen en steden alledaags zijn. We tonen daarbij de (beeldende) kunst van toen en nu die doorgaans niet in Amsterdam en Nederland te zien is. H'ART Museum schuift op in de tijd en wil verjongen. We gaan ons meer dan ooit verhouden tot de nieuwe generaties.

Het nieuwe H'ART Museum is een inclusief, meerstemmig en veilig huis voor een kritische dialoog over het heden, verleden en de toekomst. De nieuwe internationale museumdefinitie van ICOM (uit 2023) steunt ons hierin: *"Een museum is een permanente instelling zonder winstoogmerk, in dienst van de samenleving, gericht op het onderzoeken, verzamelen, bewaren, interpreteren en tentoonstellen van materieel en immaterieel erfgoed. Musea zijn openbaar, toegankelijk en inclusief en bevorderen diversiteit en duurzaamheid. Ze werken en communiceren ethisch, professioneel en met participatie van gemeenschappen. Musea bieden een verscheidenheid aan ervaringen met het oog op educatie, genoeg, reflectie en kennisuitwisseling."*

Musea zijn vandaag huizen van dialoog. Drie gerenommeerde collecties en hun conservatoren doen met ons mee. We zijn het museum dat op reis gaat voor het publiek. We brengen prachtige kunst en de verhalen die erbij horen naar Amsterdam. We gaan ons daarbij verhouden tot actuele maatschappelijke ontwikkelingen in zowel het museale veld als de samenleving in bredere zin. Internationale onderwerpen als roofkunst, slavernij, migratie en populisme en de perspectieven van onze partners uit Frankrijk, Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten komen samen onder één dak. Wij voegen daar de Nederlandse context en actualiteit aan toe. We zoeken met de internationale partners gezamenlijk naar antwoorden op universele vragen, ieder vanuit een eigen culturele context. Relevantie en impact staan centraal. Met kunst willen we immers de harten van onze bezoekers raken. In aansluiting hierop blijft educatie een belangrijk speerpunt van het museum. Met een brede onderwijsgerichte visie en een gerenommeerd talentenprogramma voor jongeren blijft educatie een topprioriteit voor H'ART Museum.

Het is onze ambitie om het debat over de onderwerpen die we agenderen een stap verder te brengen. Dat kunnen we doen door anderen een rol te geven: opiniemakers, wetenschappers, visionairs en kunstenaars of beleveniszoekers. We nodigen hen uit om samen met ons de tentoonstellingen te maken. Ze krijgen een naam die past bij onze internationale positie: *storyline developers*. Ze hebben inmiddels een geuzennaam: *kunstkrakers*. Hiermee implementeren we unieke perspectieven en borgen we onze meerstemmigheid, onmisbaar voor ons succes. Onze tentoonstellingsconcepten worden sowieso samen met onze potentiële bezoekers ontwikkeld. Met behulp van de *Design Thinking*-methode worden prototypes van de tentoonstelling gemaakt en besproken met deelnemers van bezoekerspanels, bestaande uit diverse groepen zoals trouwe bezoekers, gidsen, critici, publieksmedewerkers en studenten.



PROGRAMMERING 2025–2028

NU TE ZIEN (2025): VAN REMBRANDT TOT VERMEER

In samenwerking met The Leiden Collection is een tentoonstelling voorbereid waarbij Rembrandt met meer dan twaalf schilderijen centraal staat, maar die ook verder gaat. Denk aan meesterwerken uit Rembrandts kring, zowel uit Amsterdam als zijn geboortestad Leiden. Dit project markeert de tweede samenwerking tussen H'ART Museum en The Leiden Collection, opgericht door de Frans–Amerikaanse verzamelaar dr. Thomas S. Kaplan en zijn vrouw Daphne Recanat Kaplan.

2025–2026: BRANCUSI

Na de zomer staat de beeldhouwer Constantin Brancusi (Hobita/Roemenië 1876 – Parijs 1957) centraal. Het Parijse museum huisvest zijn volledige studio, die door de kunstenaar aan Frankrijk, zijn geadopteerde vaderland, werd nagelaten. Deze tentoonstelling presenteert een omvangrijk overzicht van de grondlegger van de moderne beeldhouwkunst. De werken van Brancusi, die zelden reizen, kunnen nu eenmalig naar Nederland komen omdat Centre Pompidou voor meerdere jaren vanwege renovatie gesloten zal zijn.

2026–2027: MATISSE & USA

In 2026 brengen H'ART Museum en Centre Pompidou een van de bekendste en meest geliefde kunstenaars aller tijden naar Amsterdam: Henri Matisse (Le Cateau–Cambrésis 1869 – Nice 1954).

2026 markeert ook 250 jaar Amerikaans–Nederlandse betrekkingen. Nederland was een van de eerste landen die de onafhankelijkheid van de Verenigde Staten erkende. In samenwerking met Smithsonian American Art Museum staat H'ART Museum stil bij dit bijzondere jubileum in een speciaal tentoonstellingsprogramma. Fotograaf David Levinthal (1949) is hier onderdeel van. Levinthal legt typische Amerikaanse onderwerpen vast en onderzoekt de invloed van massamedia op Amerikaanse mythevorming. Van de Vietnamoorlog tot Baseball en Barbie.

2026: CHICANO CHANGE MAKERS

We brengen ook de tentoonstelling over de hele bijzondere positie die de Chicano artists hebben gehad bij sociale bewegingen in Amerika vanaf de jaren '60. De posters en affiches die zij maakten voor burgerrechten, de queer beweging of sociale issues hebben een belangrijke rol gespeeld in het succes van deze emancipatoire bewegingen. Het Smithsonian heeft een van de mooiste collecties die deze belangrijke grafische 'protesttraditie' goed zichtbaar maakt.

2027–2028: FEMININE POWER & SURREALISME

2027 gaat van start met de eerste tentoonstelling in samenwerking met de Britse partner van H'ART Museum. Onder de titel *Feminine Power* presenteren H'ART Museum en British Museum een tentoonstelling over de kracht van godinnen, heksen, heiligen en geesten in religie. In de tweede helft van het jaar volgt een buitengewone tentoonstelling over het surrealisme. Georganiseerd door H'ART Museum en Centre Pompidou met werken van Giorgio de Chirico (Volos 1888 – Rome 1978), Max Ernst (Brühl 1891 – Parijs 1976), René Magritte (Lessen 1898 – Schaarbeek

2028: LÉGER

In 2028 wijden H'ART Museum en Centre Pompidou een tentoonstelling aan Fernand Léger (Argenton 1881 – Gif-sûr-Yvette 1955), een van de beroemdste figuren in het modernisme. De tentoonstelling presenteert zijn omvangrijke, artistieke carrière in al zijn diversiteit. Van de kubistische avant-garde periode tot zijn communistische jaren. Légers schilderkunst staat in verbinding met zijn visie op de mensheid, getransfigureerd door machines en massaproductie.

H'ART MUSEUM WERKT SAMEN

Niet alleen bij het maken van de tentoonstellingen gaan de deuren en ramen open voor de samenleving van nu. Ook bij alle andere publieksactiviteiten is samenwerking, inclusie en laagdrempeligheid het motto. Zo is het Conservatorium van Amsterdam onze partner bij jazzconcerten in de tuin. Hun internationale talenten krijgen bij ons een zomers podium. De grote binnentuin is in de zomer bovendien de favoriete openluchtbioscoop van jong Amsterdam. Een bijzondere plek in de programmering wordt ingenomen door een unieke samenwerking met het COC Amsterdam. Te midden van de Queer & Pride feest- en activiteitenweken creëert het COC met de *Shakespeare Club* zogeheten *safe spaces* in ons gebouw. Wat ooit een *nom de guerre* was is nu een uniek programma. Workshops over omgang met alledaagse discriminatie en praatgroepen voor LHBTIQ+ vluchtelingen maar ook vrolijke bijeenkomsten van *dragqueens & dragkings* kleuren in de maand juli H'ART Museum. Natuurlijk is er meer: de jaarlijkse Museumnacht, Ketikoti en Internationale Vrouwendag zijn belangrijke momenten in onze kalender. Voor de inhoudelijke samenwerking met de drie nationale instituten zoeken we ook (vaak per tentoonstelling) samenwerking met het John Adams Instituut, The British Council en Maison Descartes. Door bijzondere activiteiten met een speciale H'ART Museum-signatuur te ontwikkelen krijgt ons museum een geheel eigen positie.

H'ART MUSEUM EN DE CODES CULTURAL GOVERNANCE, FAIR PRACTICE EN DIVERSITEIT & INCLUSIE

Dat geschiedenis geen kwestie is van jaartallen maar van verhalen blijkt maar weer eens uit de nieuwe blik op bijvoorbeeld biografische verhalen. We kennen de biografieën van keizerinnen en schrijvers, maar de alledaagse personen uit bijvoorbeeld de zeventiende of achttiende eeuw niet echt. Van-



daag de dag is dit anders. Een nieuwe generatie kijkt met andere ogen. Zo zien we dat de kunstgeschiedenis, zoals die is overgeleverd, een wit en mannelijk verhaal vertellen. De invloed van deze witte mannen (en hun topstukken) is groot, maar we realiseren ons ook dat dit slechts een deel van het verhaal en een selectieve representatie van de kunstgeschiedenis is, waar nog veel gewonnen kan worden. Gelukkig wordt er veel herontdekt. Zo was Artemisia Gentileschi lang in vergetelheid tot het Rijksmuseum Twente een tentoonstelling aan haar wijdde. Als vrouw manifesteerde zij zich in een mannenwereld, zonder zich te conformeren. Het inspireert ons om verder te kijken en bij onze tentoonstellingen vragen te stellen vanuit bredere perspectieven. De verschillende perspectieven van de eerdergenoemde *storyline developers* zijn hiervoor essentieel. Deze perspectieven hebben als doel om kritische reflectie en meerstemmigheid in de tentoonstelling te bevorderen. Het is een voorbeeld van hoe we invulling geven aan de Code Diversiteit & Inclusie, die we van harte omarmen en inhoud geven. Ook de andere leidende codes in het culturele veld, Cultural Governance en Fair Practice, volgen we. De interne Commissie Diversiteit, Inclusie en Behoren buigt zich over de bevordering van inclusiviteit en diversiteit binnen het museum en bewaakt bovengenoemde ontwikkelingen. De eerdergenoemde nieuwe samenwerking met de *Shakespeare Club* of het navolgen van het initiatief van het Stedelijk Museum om een schrijfwijzer te ontwikkelen waarbij veilige, inclusieve en toegankelijke taal centraal staat in al onze uitingen, inclusief de randprogrammering en het educatieve aanbod zijn hier voorbeelden van.

DUURZAAMHEID EN HET BEHEER VAN EEN MONUMENT UIT 1682

Ons historische gebouw bood ooit plaats aan zo'n 400 à 500 ouderen. Vandaag de dag organiseren we activiteiten voor 400 à 500.000 bezoekers per jaar. Toen het monument eind vorige eeuw een museale bestemming kreeg, is er veel aandacht besteed aan duurzaamheid. Het thema heeft enkel aan belang gewonnen. Na innovatieve en spraakmakende initiatieven, zoals het zogeheten WKO-systeem (Warmte Koude Opslag), waarbij we de restwarmte uit ons gebouw 'overbrengen' naar de tropische kassen van de vlakbij gelegen Hortus Botanicus Amsterdam, was 2019 het jaar van de 316 zonnepanelen op ons dak. We waren enige tijd het enige Nederlands Rijksmonument met een zonnecellen-dak. Ze leveren nog steeds ca. 80.000 kwh per jaar op en dat staat gelijk aan het verbruik van ongeveer dertig huishoudens. Een derde belangrijke stap in het terugdringen van ons energieverbruik is het in gebruik nemen van DYSECO (Dynamic Setpoint Control) in onze tentoonstellingsruimtes geweest. Door deze techniek wordt de juiste temperatuur en luchtvochtigheid met speciale algoritmes fijnmazig en dus duurzaam ingeregeld. Al deze maatregelen samen hebben een jaarlijkse CO₂-reductie van ruim 239 ton opgeleverd. Ook 'kleinere' maatregelen dragen al bij aan een duurzamer gebouw. Ons afval wordt opgehaald door een elektrische afvalboot. De ouderwetse diesel-vuilniswagen komt bij ons allang niet meer langs.

Toch valt in praktische zin op ons energieverbruik nog winst te behalen, denk bijvoorbeeld aan het vervangen van alle lampen voor energiezuiniger



ledverlichting en het vervangen en/of beter isoleren van monumentaal enkel glas. Het streven is om de komende beleidsperiode onze BREEAM-NL-in-use-certificaat opnieuw te halen en om onze score te verbeteren. Dit certificaat is een wereldwijd erkend duurzaamheidskeurmerk voor het beoordelen van duurzaamheid van gebouwen. Onderdeel van ons duurzaamheidsbeleid is het opstellen van concrete handvatten voor het verder verduurzamen van ons gebouw. De keuzes en hieruit voortkomende werkzaamheden worden in een Duurzaam Meerjaren Onderhoudsplan (DMJOP) opgenomen. De werkzaamheden worden gekoppeld aan natuurlijke vervangmomenten, om de kosten zoveel mogelijk te spreiden. Het terugdringen van onze impact op de planeet omvat natuurlijk meer dan ons gas- en elektraverbruik. Om onze voetafdruk te verkleinen houden we onze gehele bedrijfsvoering tegen het licht. Denk daarbij bijvoorbeeld aan een kritische blik op ons watergebruik, ons inkoopbeleid, het maken van tentoonstellingen, het scheiden van afval of de keuze voor producten in het Grand Café en winkel. We richten een *Green Team* op, dat bij collega's en bezoekers draagvlak gaat creëren om mee te denken over initiatieven en maatregelen.

TOEGANKELIJKHEID

H'ART Museum streeft naar een moeiteloze toegang voor alle bezoekers, ongeacht hun (fysieke) beperkingen. Het gebouw is uitgerust met liften en hellingen evenals toiletten, parkeerplaatsen en toegang voor vervoer voor mensen met een (fysieke) beperking. Bovendien blijven we goed bereikbaar voor touringcars. Als medeoprichter van de Stichting MuseumPlusBus, die door het land reist en (vaak eenzame) senioren vervoert naar musea, participeren we actief in programma's voor kwetsbare senioren. Ter bevordering van toegankelijkheid integreert H'ART Museum nieuwe technologieën waar mogelijk. Bijvoorbeeld op onze vernieuwde website door deze meer toegankelijk te maken voor mensen met (kleuren)blindheid of gehoorproblemen. Een speciale commissie houdt toezicht op de wayfinding in het museum, terwijl de Commissie Diversiteit, Inclusie en Behoren ook de toegankelijkheid van onze organisatie bewaakt.

BEREIKBAARHEID

Voor bezoekers die per fiets komen, bieden we een eigen fietsenstalling aan de voor- en achterzijde van het gebouw. Op slechts 25 minuten loopafstand van het Centraal Station is het museum goed te bereiken. Bovendien zijn er verschillende tram- en bushaltes in de directe omgeving. De beste OV-bereikbaarheid wordt gerealiseerd door metrostation Waterlooplein. De in- en uitgang van deze metro ligt op minder dan 5 minuten lopen van onze entree. Voor de varende potentiële bezoeker participeren we in het nieuwe initiatief: de Cultuurferry. Deze boot zal ook H'ART Museum aandoen.



EDUCATIE

Al meer dan 15 jaar is educatie een pijler van ons museum. Met een brede educatieve visie biedt het museum een doorlopend educatiemenu aan voor bezoekers van 3–100 jaar. Elke leeftijdsgroep vindt mogelijkheden tot ontwikkeling en leren. Tentoonstellingen worden versterkt met podcasts, interactieve games, audiotours en familiegerichte activiteiten zoals speurtochten en familierondleidingen. Volwasseneneducatie focust op ‘verhaal op zaal’ presentaties, lezingen, rondleidingen en workshops op zaterdagen. Doorlopende educatieve activiteiten worden regelmatig uitgebreid en gedeeld op de website en sociale mediakanalen. Daarnaast heeft H’ART Museum een eigen gratis educatieprogramma voor het primair onderwijs (voorheen Hermitage voor Kinderen). Het talentenprogramma bieden we gratis aan en voor kinderen tot en met 18 jaar. Nieuw is het educatieve programma voor mbo studenten, ook gratis.

JONG@H’ART MUSEUM

Het jeugdeducatieprogramma bestaat uit het gratis scholenprogramma Jong@H’ART Museum, waarin we jaarlijks rond de 7.500 leerlingen uit het basisonderwijs via culturele- of kunstzinnige vaardigheden leren om 21ste-eeuwse vraagstukken vanuit verschillende perspectieven te kunnen benaderen. De scholen komen uit de Metropoolregio Amsterdam en soms, in het geval van scholen met veel gewichtenleerlingen, uit het hele land in een samenwerking met ABN AMRO Foundation. Het programma bestaat uit twee lessen op school, een bezoek aan de tentoonstelling én aan onze studio waar de leerlingen zelf aan de slag gaan.

TALENT@H’ART MUSEUM

Uit de groepen 6 die H’ART Museum bezoeken, worden kinderen met bovengemiddeld talent geselecteerd door onze museumdocenten. Aanmelden kan niet. Het talent is leidend en niet gebonden aan stadsdelen, sociale status of al dan niet gedreven ouders. De talenten krijgen van ons kosteloos een vierenhalfjarige opleiding aangeboden: Talent@H’ART Museum. Van het afstuderen maken we ieder jaar een feestje. We weten dat dit voor de talenten blikken heeft geopend naar creatieve en artistieke studies en loopbaanontwikkelingen. Want we houden contact. En we trekken het breder, want de talenten bezoeken meerdere musea in de stad.

STUDENT@H’ART MUSEUM

In een veranderende wereld blijven wij als maatschappelijk betrokken cultureel instituut kijken naar mogelijkheden om nog meer impact te maken. Daarom is er in 2023 besloten om op het stevige fundament van het basisschool- en talentenprogramma verder te bouwen. De succesvolle formule is doorontwikkeld voor een nieuwe doelgroep, namelijk studenten van het mbo. Naast regulier groepsbezoek aan de tentoonstellingen vanuit het vo, hbo en wo is er onder Student@H’ART Museum een nieuw en gratis programma voor studenten van het mbo gelanceerd dat aansluit bij het vak Burgerschap dat op alle mbo-opleidingen wordt onderwezen.



MARKETING EN COMMUNICATIE

H'ART Museum wil zo'n 400.000 bezoekers per jaar ontvangen. Voor de pandemie en de breuk door de oorlog in Oekraïne stonden we daarmee in de top 20 van best bezochte musea in Nederland. Het museum legt de nadruk op de gehele bezoekerservaring, van voorbereiding tot na het bezoek, met uitgebreid onderzoek naar bezoekersaantallen en -gedrag. We hebben daarbij drie heldere doelen voor ogen:

- Bezoekers weten dat er in H'ART Museum voor hen altijd een internationale toptentoonstelling te zien is, die hen persoonlijk relevante verhalen en randprogrammering biedt;
- Bezoekers voelen zich persoonlijk aangesproken door het huis, de tentoonstellingen en randprogrammering en herkennen het museum als een plek van meerstemmigheid;
- Na het museumbezoek hebben bezoekers aanvullende informatie over onze museale partner en het onderwerp opgezocht of hierover met anderen gepraat, en overwogen om vaker het museum te bezoeken.

Alhoewel in de *free publicity* de tentoonstellingen, artistieke keuzes (denk aan de *storyline developers*) en activiteiten van allerlei aard hun aandacht krijgen, legt de marketing en sales meer de nadruk op corporate communicatie, met doelen zoals het creëren van bewustzijn over internationale topexposities en het positioneren van het museum als een plek van meerstemmigheid. Het streven is een NPS-score van 8 of hoger, een plek in de top 20 van Nederlandse musea, groei in merkbekendheid en een toename in bezoekenintentie.

DOELGROEPEN

Doelgroepen zijn onderverdeeld in cultuurliefhebbers, beleveniszoekers en binnen- & buitenlandse reizigers. Het museum wil herhaalbezoek stimuleren door focus op bekendheid, museale partners en aankomende tentoonstellingen. De cultuurliefhebber kent het museum al als voorheen Hermitage Amsterdam en wordt getriggerd op een tentoonstelling of activiteit om weer terug te komen. De beleveniszoekers, voornamelijk jongvolwassenen, worden aangetrokken door de unieke verhaallijnen van onze *storyline developers* en combineren museumbezoek met andere activiteiten in Amsterdam. De binnen- & buitenlandse reizigers, gaan voornamelijk naar Amsterdam als hoofddoel voor een culturele (dag)trip en H'ART Museum biedt juist een *must-see* tentoonstelling binnen wandelbereik van culturele *landmarks* in Amsterdam.



PERS & PUBLICITEIT

H'ART Museum bedient de nationale en internationale pers en zorgt voor een zo groot en breed mogelijk bereik – via *free publicity* – van ons huis met onze museale partners en onze activiteiten in de traditionele en nieuwe (digitale) media. Van De Telegraaf, De Kunstmeisjes, Het Parool, LINDA en Radio 1 tot The New York Times, The Guardian en Marie Claire. H'ART Museum heeft een omvangrijk medianetwerk opgebouwd waarbij persoonlijke relaties met journalisten, columnisten, opinieleiders en programmamakers op hoog niveau worden onderhouden. De zichtbaarheid in de media wordt bewerkstelligd door nieuwswaardige, onderscheidende en creatieve pr-content.

De aankondiging van de naam H'ART Museum (in juni 2023) en de nieuwe museale partners heeft bijvoorbeeld geleid tot een potentieel wereldwijd mediabereik van 2,6 miljard mensen vanwege het onderscheidend vermogen van de content, de timing van het bericht en het relatienetwerk met de pers. H'ART Museum gaat nadrukkelijk een jonger en internationaler publiek bereiken. We geven een grotere rol aan online media met een eigentijdsere aanpak en we omarmen de maatschappelijke debatten waar de nieuwe generatie zich over buigt.

H'ART MUSEUM EEN NIEUW CULTUURMERK

De Kandinsky-tentoonstelling was de start van ons nieuwe museale leven. Een tentoonstelling die je absoluut niet mocht missen. Niet alleen voor kunstliefhebbers (topkunst en een uitzonderlijk, ongeëvenaard overzicht van het artistieke oeuvre van Kandinsky), maar ook beleveniszoekers (beleving, interactief) en cultuurtoeristen (internationaal bekende kunstenaar) vergapen zich aan deze tentoonstelling. Bij *Kandinsky* spelen de *storyline developers* een rol in het bereiken van onze nieuwe doelgroepen. Met de video toevoegingen van Van Vollenhoven bedienen we een jongere, *digital-minded* doelgroep en de Soundwalk evenementen van Siebel spreken de beleveniszoekers aan. De gedegen persbenadering heeft als doel maximale exposure te creëren voor H'ART Museum die samen met Centre Pompidou een spraakmakende tentoonstelling presenteert in Amsterdam over 's werelds bekendste kunstenaar in de abstracte kunst: Kandinsky.

VERNIEUWINGSSLAG MARKETING & SALES

De website, ticketsite en sociale mediakanalen krijgen een volledig nieuwe uitstraling, waarbij we de doelgroepen segmenteren op basis van motivatie en behoeften. We stellen de digitale relatie met al onze gebruikers en bezoekers centraal, waarbij marketing automation tools zoals die van Salesforce een cruciale rol spelen. De website fungeert als de plek waar we ons verleden, heden en toekomst presenteren.



ORGANISATIE EN FINANCIËN

Bij H'ART Museum stellen we ons ten doel dat processen, de mensen die de processen uitvoeren en de systemen die zij gebruiken om deze uit te voeren, zo goed mogelijk op elkaar aansluiten, zodat we samen de doelen van de organisatie kunnen behalen. Dat betekent dat we aandacht hebben voor de manier waarop wij ons werk uitvoeren: hoe maken wij onze tentoonstellingen? Maar ook: hoe betrekken we een divers palet aan financiers, en hoe houden we onze achterban goed geïnformeerd? Wat hebben we daarvoor nodig? Wie hebben we daarvoor nodig? We zetten onze ruime ervaring met het organiseren van tentoonstellingen met een internationale partner voort en breiden dat zoals eerder toegelicht uit met *storyline developers* die actuele thematiek een inherent onderdeel van de tentoonstellingen maken. We versterken onze development afdeling en hebben aandacht voor een brede financieringsmix. We zetten systemen zoals Salesforce in om onze achterban te informeren, maar ook om interne informatiestromen zoals bezoekersrapportages te verbeteren.

Sinds de opening van Hermitage Amsterdam in 2004, nu H'ART Museum, exploiteert de organisatie het museum met een diverse financieringsmix. Van de opbrengsten uit kaartverkoop, de vrienden, de sponsorbijdragen van de VriendenLoterij, Heineken, Aegon, ELJA Foundation en ABN AMRO en de verschillende fondsen zoals Fonds 21, het Cultuurfonds en het VSBfonds worden de projecten mogelijk gemaakt. Het gebouw, dat sinds jaar en dag eigendom is van H'ART Museum, zorgt ook voor inkomsten. Het is opgezet als een 'museum in museum' formule en we verhuren museale ruimtes aan musea die tijdelijk niet in hun eigen locatie kunnen programmeren. Bijvoorbeeld aan het Van Gogh Museum in het verleden en momenteel aan het Amsterdam Museum en het Museum van de Geest, de Amsterdamse locatie van het gelijknamige museum in Haarlem. Ook huisvesten wij de kantoren van het Prins Claus Fonds, de European Cultural Foundation, Cultural Emergency Response en Dutch Culture. Onder de naam Domo zijn ze bij ons een "home" voor internationale culturele samenwerking. Ons Grand Café wordt geëxploiteerd door een horecapartner.

H'ART Museum, Amsterdam, 2025 (oktober)
Wijzigingen voorbehouden

HART

MUSEUM

CONTACT

H'ART Museum
Nieuwe Keizersgracht 1
1018 DR Amsterdam

Postbus 11675
1001 GR Amsterdam

mail@hartmuseum.nl
+31 (0)20 530 87 55
www.hartmuseum.nl

