

Verbeelding Spreekt.

Ambities van het Fotomuseum aan het Vrijthof in het kader van de
Subsidieregeling meerjarig dynamiek professionele kunst Maastricht 2025-
2028.

Inhoudsopgave.

Samenvatting	3.
Ons gedachtengoed	5.
Deel 1	
Huidig Fotomuseum	6.
DNA	
Binnen en buiten de muren	
Met en voor jongeren	
Samenwerkingen	
Bezoekers	
Deel 2.	
Ambities 2024-2028	11.
Het eco systeem	
Versterking verbeeldingskracht	
Verbindingen in Maastricht	
Buurtfotografiemuseum	
Kamer 13	
Jongeren betrokkenheid	
Deel 3	
Organisatie	18.
Deel 4	
Tijdspad	23.

Samenvatting.

Het Fotomuseum aan het Vrijthof gaat als privaat museum al sinds 2012 door het leven. Het museum omarmt het cultureel ondernemerschap en zijn succesvolle projectmatige financieringsaanpak, waarmee bijdragen uit sponsoring en van landelijke cultuurfondsen naar het culturele veld van Maastricht worden gehaald. En, zo is de overtuiging, cultureel ondernemerschap zal bij culturele instellingen altijd een belangrijk DNA-kenmerk moeten blijven. Maar om als fotomuseum volledig privaat te opereren is niet langer toekomstbestendig. De littekens van de corona crises en de daaropvolgende inflatie zijn blijvend en noden tot het verzetten van de bakens. Op projectbasis is het fotomuseum de afgelopen jaren reeds bijna jaarlijks ondersteund door de Gemeente Maastricht. Het museum hoopt met dit beleidsplan te kunnen aantonen dat ons platform voor fotografie een plek verdient in de gemeentelijke meerjarenstructuur.

In 2023 werd het museum uitgenodigd voor een informatieavond waar aan de stad een nieuwe subsidieregelings structuur werd gepresenteerd. Hierin lagen mogelijkwits kansen voor het fotomuseum. Onderstaande ideeën en ambities, uitgewerkt in dit bijgevoegd plan, bleken goed aan te sluiten bij de wensen, criteria en gewenste output van de nieuwe subsidieregeling: Meerjarige dynamiek professionele kunst Maastricht 2025-2028. Voor het museum mogelijk een nieuw hoofdstuk.

Het fotomuseum ziet zichzelf als **cultureel podium** met de focus op exposities en activiteiten op het gebied van fotografie en beeldcultuur. Ook is zij regelmatig organisator of gastheer van andere culturele activiteiten zoals boekpresentaties, dansvoorstellingen, klassieke concerten, concerten van het conservatorium, optredens van zangkoren, modeshows, muziekoptredens en workshops. Daarnaast organiseert zij met regelmaat activiteiten op locaties in de stad.

De afgelopen jaren heeft het fotomuseum gewerkt aan haar reputatie met hedendaagse, spraakmakende exposities die gepaard gingen met veel nationale en internationale publiciteit voor het museum en de stad Maastricht. Nationale en internationale fotografen exposeren graag in het fotomuseum. Met uitzondering van de corona periode werd het museum bezocht door gemiddeld 40.000 bezoekers per jaar. Het DNA van het museum kenmerkt zich door fotografie, reflectie op de hedendaagse beeldcultuur, exposities met een twist, experimenten op locatie, betrokkenheid van en met **jongeren** al dan niet in schoolverband en verrassende samenwerkingen met partners in de stad.

Het realiseren van **maatschappelijke impact** is altijd een must. Vanaf de start is er speciale interesse in het **mbo**. In samenwerking met het VISTA college en het International Centre of Photopgraphy in New York is het fotomuseum een onderzoek naar samenwerking gestart, gedreven vanuit de gedachte: *“Een plek creëren waar jongeren kunnen laten zien wat hen bezighoudt”*. Dit speciale DNA, gecombineerd met de samenwerking met andere maatschappelijke en culturele partners geeft het museum een eigen en unieke positie in het **eco systeem** van cultuur in Maastricht en de regio.

De afgelopen jaren waren voor het museum behoorlijk volatiel. Na de succesvolle start werd het museum overvallen door de coronacrisis, gevolgd door hoge bezoekersaantallen. Er kwamen veel aanvragen voor rondleidingen, publiciteit, initiatieven tot samenwerking, schoolbezoeken etc. Er werd daarom in een hoog tempo ontwikkeld en uitgevonden. Vaak snel, en vaak op ad-hoc basis, bij wijze van experiment en de klant dienend. Na deze fase van snelle ontwikkeling is hierop voortbordurend **professionaliseren en borgen** de komende jaren het devies. Zo liggen er

talrijke verzoeken van scholen die nog onbeantwoord blijven en is er voorbereidend gewerkt aan verschillende formats die hun uitwerking verdienen.

We hebben de afgelopen jaren gewerkt aan ideeën en plannen voor fotografieprojecten die een andere verbinding met de **stad** moesten realiseren. Die het museum in contact brengt met nieuwe bewoners en doelgroepen. Die in het kader van het versterken van de **verbeeldingskracht** nieuwe verhalen opleveren. Die werden gevonden. Drie keer zelfs. In Kamer 13 bijvoorbeeld, de nieuwe expositieplek voor **talent** uit de stad. Of het Buurtfotografiemuseum dat in een regulier woonhuis in een wijk aan de rand van de stad zal starten. En we hebben gewerkt aan een basis voor de verdere ontwikkeling van **jongeren/educatie** programma's en aan de kansen om jongeren aan het museum te binden. Zo is er met verschillende mensen en organisaties gebouwd aan een fotografie community rond het museum waarbinnen professionals elkaar, in relatie tot het museum, ontmoeten.

Omdat ook de gemeentelijke focus de komende jaren ligt op projecten in de **stad**, het verstevigen en maken van **verbindingen** met makers en nieuwe doelgroepen in de stad, doet het fotomuseum een aanvraag voor 75.000,- per jaar om bovenstaande 3 ambities mede te realiseren.

De toekenning van de subsidie zou voor het fotomuseum een nieuwe, volgende, fase betekenen.

1. Inhoudelijk; de borging van bovengenoemde projecten wordt gegarandeerd. Hiermee kunnen we geconcentreerder en met grotere diepgang werken aan de verder ontwikkeling van het fotomuseum en verstevigen van zijn **artistieke relevantie**. Zo kan het zich nog verder onderscheiden, van dienst zijn voor de stad en een relevante bijdrage leveren aan het culturele klimaat van de stad.
2. Daarnaast is een vast partnerschap met de Gemeente Maastricht financieel van belang voor de realisatie van een toekomstbestendige exploitatie van het fotomuseum, het behoud van de erfgoed locatie op het Vrijthof en de verwerving van donaties van landelijke cultuurfondsen en mecenasen.

Erik de Jong

Directeur

Fotomuseum aan het Vrijthof

23 april 2024

Ons gedachtengoed.

Een rijke verbeelding of fantasie kan zorgen voor vreugde en creativiteit in het dagelijks leven en helpen bij de ontwikkeling van onze intellectuele gaven. Verbeelding stelt je in staat om op creatieve wijze nieuwe inzichten te genereren vanuit bestaande kennis. Verbeeldingskracht is het vermogen om ideeën en gevoelens op te roepen, zonder dat je dit daadwerkelijk waarneemt. Verbeeldingskracht stelt de mens in staat verhalen te ontwikkelen en te vertellen.

“Verbeeldingskracht is voor de overleving van de mens van enorm belang geweest. Het is dankzij ons unieke vermogen verhalen te maken, te vertellen en erin te geloven in dat we in staat bleken krachten te bundelen en saamhorigheid te creëren”

Yuval Noah Hariri, auteur van Homo Sapiens.

Onze missie

Het verbeelden van nieuwe verhalen en daarmee het versterken van verbeeldingskracht, in een maatschappij die doordrenkt is van beeldvorming en beeldcultuur.

Wanneer jezelf in staat bent te verbeelden ben je ook in staat om je in anderen in te beelden.

Deel 1: Huidig Fotomuseum

DNA

Binnen en buiten de muren staat het Fotomuseum aan het Vrijthof bekend om hedendaagse, originele en spraakmakende exposities die een ontmoetingsplek realiseren waar mensen met elkaar kunnen genieten, reflecteren, praten en discussiëren, over de aangesneden thema's die de exposities en parallelle events aandragen. De afgelopen jaren is hard gewerkt aan een eigen DNA-profiel dat succesvol is gebleken. Dit bestaat uit:

- Exposities
- Binnen en buiten de eigen muren
- Met en voor Jongeren
- Focus op MBO
- Samenwerkingen

Het museum voelt de urgentie om op basis van de ervaringen van afgelopen jaren zijn werken te continueren, verdiepen en verder te professionaliseren. Hieronder lichten we de elementen uit ons DNA profiel toe

Exposities.

Een autonome programmering wars van politiek. We hebben wee grote exposities per jaar waarbij fotografen of unieke fotografieprojecten met een bijzonder verhaal de basis vormen. Inspelend op de actualiteit met hedendaagse fotografie. We zijn op zoek naar thema's die onervaren en ervaren museumbezoekers verbinden. Thema's die nog niet behandeld zijn en kunnen worden toegelicht door de fotograaf met een bezoek aan Maastricht. Het creëren van maatschappelijke impact is een must. Een gevarieerd aanbod geschikt voor verschillende doelgroepen. Daarbij verrassen we bezoekers en denken we vaak buiten de kaders.

De afgelopen jaren zorgde het museum voor maatschappelijk geëngageerde, bijzondere en verrassende projecten. We laten ons graag adviseren door internationale curatoren, tentoonstellingsmakers en andere partners over bestaande en nieuwe projecten. Het museum bezoekt fotofestivals, fotobeurzen, praat met jonge fotografen en fotografiestudenten en realiseerde zijn eigen projecten zoals: Survivors of the Holocaust, God is DJ en Morgen gaat het Beter.

In de loop der jaren hebben we het onderstaande afwegingskader ontwikkeld om te beslissen of een fotografieproject past in onze programmering:

- Is de fotograaf, hun werk en het thema van een expositie actueel?
- Is de fotograaf en hun werk uniek voor Nederland?
- Zorgt de expositie voor maatschappelijke impact?
- Is er een verhaal mee te vertellen?
- Biedt de expositie hoop?
- Brengen we het onderliggende thema dichterbij de mensen?
- Is een verbinding te maken met jongeren?
- Is een verbinding te maken met specifieke andere doelgroepen?

Het toevoegen van belevingsaspecten (twists en interacties, ooit ingegeven door studentenpanels die aangaven: ‘*alleen naar plaatsjes kijken is niet genoeg; die kan ik ook op internet zien*’) aan de exposities is in de loop van de jaren een artistiek stijlkenmerk geworden. Deze belevingsaspecten staan altijd in relatie tot de getoonde foto's en aan sluiten bij het thema en dragen bij aan de versterking van zeggingskracht van het getoonde werk.

Bij de expositie van Ted Noten werd het museum ingericht als ziekenhuis. De eerste ruimte was de wachtkamer. Baliemedewerkers liepen in doktersjassen. Bezoekers mochten pas de expositie in als hun naam of nummertje werd opgeroepen. Voor de TASCHEN-expositie werd het museum heringericht als bibliotheek waar men alle boeken kon lezen. Bij de expositie van Jamel Shabazz konden bezoekers vinyl draaien op platenspelers. Op de vinyl platen was hiphop te horen uit dezelfde jaren als de foto's. Ook plaatsen we foto's op ongewone plekken, heel hoog of heel laag. Sommige ruimtes worden verduisterd zodat de foto's met een zaklamp moeten worden bekeken. Bij de expositie Survivors of the Holocaust werd een wensruimte voor de wereld ingericht. En bij de expositie This is my Church konden alle bezoekers hun favoriete festival selfie ophangen.

Sinds 2023 wordt er gewerkt met de Glide app. In deze app geeft de fotograaf toelichting op enkele werken of worden speciale films van de fotograaf getoond. Dit geeft de expositie een extra gelaaagdheid en maakt een bezoek persoonlijker.

De laatste jaren is op verschillende manieren gewerkt aan een podiumfunctie voor lokaal fotografie-talent. Geboren als galerie-pilot in de Bijenkorf en het Student Hotel in het kader van de Creatieve Maakindustrie. Dit heeft dit een permanent karakter gekregen in Kamer 13 Een podium voor Maastrichtse en regionale onbekende fotografen. Verspreid over 2 ruimtes van het museum worden 6-8 weken korte exposities getoond van 13 werken van een talentvolle regionale maker. De foto's mogen worden verkocht, waarbij de opbrengsten volledig ten goede komen van de fotograaf. Inmiddels hebben Indra Moonen, Andre Terlingen, Guy Houben, Laurent Stevens, Etienne van Sloun en Mitchel Giebels geëxposeerd.

De kracht van de artistieke relevantie van het fotomuseum schuilt vooral in de verbinding die wordt nagestreefd met maatschappelijke relevantie. De internationale programmering gecombineerd met de regionale touch. En het streven naar toegankelijkheid om ook onervaren kunstkenners als gast te verwelkomen.

Binnen en buiten de eigen muren.

De afgelopen jaren is veel ervaring opgedaan met het organiseren van activiteiten, buiten het museum, op locaties in en buiten Maastricht. De gedachte *hierachter is steeds geweest te experimenteren met het begrip toegankelijkheid*. “Kunnen we mensen interesseren voor een thema als het op een andere manier wordt aangereikt”. Daarnaast kleurt het museum graag buiten de lijntjes van de gevestigde museumnormen.

Er zijn concerten en rondleidingen georganiseerd in de Synagoge. Pop up exposities met scholen in winkelcentrum Entre Deux, Zorgcentrum de Beyart, de Lutherse Kerk, SAM atelier. Pop up exposities met basisscholen in Cuyk, Apeldoorn, Rotterdam, Heerlen, Amstelveen die plaatsvonden bij bedrijven en bibliotheken of in het stadhuis. Een openbaar ‘dance event’ in het museum en graffiti workshops op het Vrijthof en langs de Maas. Talkshows met fotografen en studenten op opleidingsinstituten in Maastricht en Heerlen. De realisatie van een mural in

Nazareth. De gelegenheids exposities van Maastrichtse fotografen in De Bijenkorf en het Student Hotel (voorloper van Kamer 13). En er waren reizende exposities langs zorg centra in Maastricht, Heerlen en Valkenburg. Deze ervaringen waren zinvol en droegen bij aan het aanwakken van interesse voor een thema, voor fotografie en het vergroten van de toegankelijkheid van het museum:

De ervaringen van de afgelopen jaren nemen we mee naar de toekomst en het werken buiten de muren van het museum zal een belangrijk kenmerk blijven van het museum. Voorbeelden daarvan in de nabije toekomst zijn het nieuwe Buurtfotografie museum dat in de toekomst door de wijken van Maastricht gaat toeren, de voortzetting van Kamer 13 dat met 3 gelegenheidsexposities van Maastrichtse fotografen op locatie gaat exposeren en het fotoproject met Joseph Rodriguez zal plaatsvinden de Penitenciaire Inrichting in Sittard.

Met en voor Jongeren.

Het zoeken naar exposities en activiteiten “*waar jongeren warm voor lopen*” is een belangrijke opdracht en niet te onderschatten permanente zoektocht. Door jongeren aan je museum te binden investeer je in de toekomst van het cultuurklimaat en de dynamiek in je museum. Bij de start van het fotografiemuseum hebben we met diverse studentenpanels gewerkt en hun de vraag voorgelegd: *Wat moet het museum doen zodat jullie het willen bezoeken?* Daar werden 3 belangrijke opmerkingen gemaakt. “*Waarom moet ik naar plaatjes kijken als ik ze al kan googelen?*” “*Als ik kom moet er iets meer te doen zijn.*” En “*Leer mij te kijken*”.

Als gevolg van de coronacrisis, met alle sluitingen en beperkingen die daarbij hoorden, hebben we ons onderzoek naar de aansluiting bij de belevingswereld van jongeren niet die diepgang kunnen geven die ons voorstond. Wel hebben we heel veel ad hoc ervaringen opgedaan met de doelgroep en hands-on gereageerd op de overweldigende aandacht van scholen, opleidingen en maatschappelijk partners.

Met onze programmering speelden we al wel in op de doelgroep jongeren. Zo waren er de exposities met Jamel Shabazz over het ontstaan van de hiphop. Rutger Geerling over de internationale EDM. En Soren Solkaer volgde wereldwijd graffiti artiesten. Het resultaat loonde: deze exposities trokken relatief meer jongeren dan andere exposities. Ook met omliggingsprogrammering en daarbij horende samenwerkingen hebben we geprobeerd om jongeren (meer) aan ons museum te binden. We lopen ze in het volgende deel na.

Basisonderwijs. Met leerkrachten is een raamwerk voor rondleidingen ontwikkeld en uitgevoerd voor schoolgroepen. Rondleidingen van een uur, met een kop en staart, die aansluiten bij de concentratieboog van leerlingen. In samenwerking met Kaleidoscoop is het programma ‘de Fotograaf’ ontwikkeld dat wordt aangeboden aan alle basisscholen. Op het gebied van educatieprojecten is veel samengewerkt met Organiseermeer, een bureau dat de leeromgeving van kinderen en jongeren helpt verrijken met vernieuwende projecten. Hiermee is een omvangrijk, landelijk educatie programma ontwikkeld voor bij de expositie ‘Morgen gaat het beter’ van Humberto Tan. Een belangrijk stijlkenmerk van al deze activiteiten is dat leerlingen leren een expositie te maken en te organiseren. Daarnaast is een netwerk opgebouwd met leerkrachten en scholen uit Maastricht en de regio en met de onderwijskoepels Mosa Lira, Kom Leren en INNOVO

Middelbaar onderwijs. De afgelopen jaren zijn er vooral bezoeken geweest van middelbare scholen uit de rest van Nederland en België. Dit vooral in het kader van een kennismakingsweek die plaatsvond in Limburg of een buitenland excursie. Incidenteel zijn er bezoeken geweest van middelbare scholen uit Maastricht en Limburg. Voor deze leeftijdsgroepen is een programma ontwikkeld met een zelfstandige opdracht en met een rondleiding

Beroepsonderwijs. Er is veel geïnvesteerd in de samenwerking met de fotografie opleidingen in de regio. De Pentagoon Academie in Tongeren, Luca school of Arts in Genk en Luik. Zuyd Hogeschool in Maastricht. Fotovakschool Eindhoven en VISTA college in Heerlen en Maastricht. Er werd een netwerk aangelegd met docenten en opleidingscoördinatoren. Studenten namen met elkaar deel aan workshops of bezochten elkaars afstudeer presentaties. Ze ontmoeten elkaar bij de exposities en gemeenschappelijke artist talks in het museum. We gaven stage opdrachten in de coronacrisis en het museum plaatste stagiaires. Daarnaast komen studenten van de foto opleidingen uit Den Haag, Rotterdam, Apeldoorn en Amsterdam als vast onderdeel van hun curriculum de exposities bezoeken.

Mbo-onderwijs. Sinds de oprichting heeft het museum uitgesproken zich expliciet te richten op het mbo-onderwijs. De belangrijkste motivatie daarbij is dat deze studenten de toekomstige bewoners van de regio zijn. Daarnaast levert het mbo-onderwijs de meeste studenten en naar onze mening ook de meest spannende studenten doelgroep op. Als gevolg van de coronapandemie hebben we die samenwerking pas eind 2022 vorm kunnen geven. Zo is er in samenwerking met de docenten Burgerschapskunde op verschillende manieren gewerkt aan thema's die bij de exposities hoorden in combinatie met een museumbezoek. Diverse opleidingen (VAVO, CIOS, Media, Fotograaf, Event producer, Hospitality) hebben een bezoek aan het museum gebracht. En er zijn drie ontmoetingen met fotografen geweest die met studenten in gesprek gingen over hun projecten.

Picture the World. In 2023 is een intentieverklaring getekend met het VISTA college (opleiding fotograaf) om een onderzoek te starten naar een nieuwe vorm van samenwerking geïnspireerd op het International Centre off Photography (ICP) in New York. Het ICP (www.icp.org) is een instituut dat als sinds 1975 de functies van opleiding en museum combineert. Het fotomuseum is in 2019 en 2022 op werkbezoek geweest en het ICP heeft enthousiast gereageerd op een mogelijke Europees partnerschap. Centraal in het onderzoek staat de vraag of je een museum en fotografie opleiding kunt starten vanuit door jongeren aangedragen thema's? Thema's die hen bezighouden uitwerken naar expositie concepten. Is er een plek te creëren waar jongeren kunnen laten zien wat hen bezighoudt? Hiermee worden grenzen tussen musea en fotografie opleidingen geslecht. Met het concept en het onderzoek 'Picture the World' sluiten we aan bij het motto van VISTA college: Wij zien je! (Het onderzoek is als aparte bijlage bij dit beleidsplan bijgevoegd).

Samenwerkingen.

We willen in contact komen met nieuwe doelgroepen om onderliggende thema's van exposities op een ander manier te onderzoeken en te presenteren. Of nieuwe thema's en activiteiten te verbinden aan het museum. Met deze nieuwe dwarsverbanden gaan we op zoek naar nieuwe invalshoeken voor bestaande en nieuwe projecten. Daarnaast investeert het museum in de samenwerking met fotografen uit de regio.

De afgelopen jaren is samengewerkt met culturele - en maatschappelijke partners. Op cultureel gebied is samengewerkt met festivals als de Nederlandse Dansdagen (voorstellingen en exposities). Met Fashionclash (expositie en performances). De Kunstacademie in Maastricht (expositie de Beyart) . Op cinematografische gebied is samengewerkt met het Royal Theater in Heerlen en Cinetree in Amsterdam. Op maatschappelijk gebied is samengewerkt met onder meer Sevagram, The Innbetween, Yad Vashem, Stichting Met je Hart, Health Foundation Limburg en Immens. Voor de toekomst staan samenwerkingen gepland met Natuurmonumenten en bureau Halt.

Samenwerkingen met anderen rondom een thema ziet het Fotomuseum als waardevol, inspirerend en soms als lastig maar het draagt bij aan het vergoten van de maatschappelijke impact van onze projecten. Bovendien daagt het de medewerkers van het museum en van de partners uit om met elkaar buiten de comfortzone te geraken. Niet voor niets is het Fotomuseum aan het Vrijthof samen met Marres, Huis voor Hedendaagse Cultuur de initiatiefnemer van Museumnacht Maastricht.

Bezoekers aan het museum

De bezoekers van het Fotomuseum komen uit Maastricht en de regio Parkstad. Een groot deel komt van buiten de Provincie Limburg (85%). Daarvan komt een klein gedeelte uit Duitsland en België. Ruim 90% van de bezoekers komt op eigen gelegenheid. 10% van de bezoekers komt in groepsverband (scholen, vriendenuitje, bedrijfsuitje, museumbezoek i.c.m. event). Hiervan wil 8% ook een rondleiding met een gids.

Bezoekersgroepen:

- | | |
|-------------------------------|-----|
| 1. Volwassenen | 40% |
| 2. Studenten/jongeren/scholen | 10% |
| 3. Museumjaarkaart | 50% |

Bezoekersaantallen

- | | | |
|--------|--------|---|
| • 2019 | 40.099 | |
| • 2020 | 25.797 | corona (4 maanden dicht, overige maanden restricties) |
| • 2021 | 8.137 | corona (6 maanden dicht, overige maanden restricties) |
| • 2022 | 14.799 | corona (4 maanden restricties) |
| • 2013 | 42.625 | |

Belangrijke trends

- Meer gezinnen bezoeken museum.
- Meer scholen bezoeken museum.
- Meer studenten bezoeken museum zelfstandig (expo Jamel Shabazz 23% jongeren)
- Toename Duitse bezoekers (regio Aken en Keulen)
- Meer herhaal bezoekers

Deel 2: Ambities 2024-2028

Het Fotomuseum binnen het eco systeem.

“Een eco systeem is een natuurlijk systeem, dat bestaat uit de biologische interacties tussen alle organismen die in een bepaald gebied voorkomen, en de wisselwerking tussen deze organismen en hun abiotische omgeving”.

Kenmerkend voor een goed functionerend cultureel eco systeem is de diversiteit van spelers en het vermogen elkaar lucht en daglicht te gunnen zodat iedereen naar behoren kan groeien en bloeien. Bovendien kent een ecosysteem geen gemeentelijke grenzen.

Tegen de achtergrond van bovenstaande typering geldt dat de meeste musea in de regio gericht zijn op historie (Maastricht Museum, Limburgs Museum, Thermenmuseum, Kasteel Hoensbroek, Mijnmuseum, Suermond Ludwig) of op hedendaagse c.q. contemporaine kunst (Bonrefanten, Marres, Bovary, Ludwig Forum, Schunck, Domijnen). Samen vormen ze een rijk landschap aan musea. In dat landschap neemt het fotomuseum een unieke plek in en zorgt het voor een aanvulling op en daardoor vergroting van die diversiteit.

Met zijn spraakmakende exposities en nationale- en internationale publiciteit zorgt het fotomuseum voor veel bezoekers aan Maastricht en draagt bij aan de naamsbekendheid van de stad. Van waarde zijn, waarde creëren en waarde toevoegen aan een divers cultuuraanbod is een mooie opdracht en van groot belang voor een stad om aantrekkelijk te zijn en te blijven voor inwoners en bezoekers. Binnen dit cultureel eco systeem kan het museum alleen groeien en van waarde zijn als zij voldoende zuurstof en zonlicht krijgt.

Bij het gestaag opbouwen van de fotografie community wordt het museum voortdurend geïnspireerd door de jonge en gevestigde fotografen die de regio rijk is. Regelmatig wordt het fotomuseum benaderd door bedrijven en instellingen om te bemiddelen in fotografen voor fotografieprojecten voor bedrijven en instellingen. Het fotomuseum zorgt ook voor ontmoetingen met fotografen onderlinge. De realisatie van Kamer 13, een laagdrempelige expositie plek waar jonge en nieuwe fotografen uit de stad en de regio zich kunnen presenteren is daar een voorbeeld van. Regelmatig ondersteunen we publicitair kleinschalige fotografie projecten van beginnende fotografen in de stad

Het museum beweegt zich op cultureel en maatschappelijk gebied met een open blik naar buiten op zoek naar samenwerkingen. Partnerships met makers, instellingen die gericht zijn op het vergoten van maatschappelijke impact.

Versterking verbeeldingskracht

De volgende twee thema's zijn voor ons van groot belang bij het verder vormgeven van onze missie de komende jaren. Te weten:

- **Verdere professionalisering**
- **Activiteiten organiseren en verbindingen maken in de Gemeente Maastricht.**

Hieronder lichten we dat ander toe

Professionalisering.

De komende jaren wordt ingezet op het verder professionaliseren van het museum op alle vlakken. De afgelopen jaren heeft het museum zich op de kaart gezet als fotografie plek. Gelukkig blijkt er groeiende animo te zijn voor onze exposities en de programmering voor het omljstingsfestival. Al deze processen beter stroomlijnen is noodzakelijk om als kleine organisatie de gewekte verwachtingen waar te kunnen maken en de groeiende vraag aan te kunnen. Denk daarbij o.a.:

- Denksessies t.b.v. de programmering
- Planning van projecten en subsidie aanvragen
- Administratieve verantwoordingen van projecten
- Ontwikkelen formats en leveringsvoorwaarden groepsaanvragen.
- Opleiden van gidsen
- Ontwikkelen formats voor aanvragen scholen
- Aanpassen website voor aanvragen en publiciteit
- Herijking formatie en functie medewerkers aan de hand ambities
- Verbeteren van online zichtbaarheid

Activiteiten organiseren en verbindingen maken in de Gemeente Maastricht.

Inhoudelijk zal het Fotomuseum zich de komende jaren expliciet gaan richten op het organiseren van activiteiten in Maastricht, met mensen uit Maastricht waarbij op zoek wordt gegaan naar de verbinding met nieuwe doelgroepen. Het museum gaat dit doen door zich te focussen op 3 zaken:

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 1. Het Buurtfotografiemuseum | (begroot op 35.000, -, zie bijlage) |
| 2. Kamer 13 | (begroot op 10.000, -, zie bijlage) |
| 3. Jongeren en educatie | (begroot op 30.000, -, zie bijlage) |

Het Buurtfotografiemuseum.

In een gewoon huis, achter gewone gordijnen, leven gewone mensen ogenschijnlijk een gewoon leven. Vaak bestaat dat gewone leven toch uit bijzondere gebeurtenissen en verhalen. Dat vastleggen, portretteren en tentoonstellen geeft een uniek, kleurrijk en indringend beeld van het leven van gewone mensen; dat vaak toch niet zo gewoon blijkt te zijn.

In september 2024 presenteert Fotomuseum aan het Vrijthof de eerste editie van het project *'Het gezicht van...de buurt'*. In de wijk Nazareth richten we een gewoon woonhuis als een **buurtfotografiemuseum**. In dat museum is het leven te zien van één van de wijkbewoners (echtpaar). Deze bewoners worden een week gevolgd door een professionele fotograaf. Ze worden gefotografeerd in hun werk, met hun familie, hun gezinsleven, tijdens het beoefenen van hun hobby's. Op hun verjaardagen, tijdens het boodschappen doen, hun ontmoetingen in de buurt en het omgaan met hun huisdier. Daarnaast worden enkele mensen in de omgeving geïnterviewd over de buurtbewoner.

Het resultaat is een intieme en persoonlijke foto expositie met een indringend en openhartig beeld van het leven van zomaar een bewoner in de wijk. Hun geluk, pijn, leven, ziekte en

dagelijkse beslommeringen. Met dit materiaal wordt een huis in de wijk ingericht en omgetoverd tot tijdelijk **buurtfotografiemuseum**. Nog even in het kort: Een pop-up museum in een regulier huis in een wijk, met foto's van één buurtbewoner. In- en rondom het tijdelijke museum zijn verschillende activiteiten voor de gemeenschap. De kwaliteit van foto's en de wijze waarop ze worden geëxposeerd zijn museumwaardig.

Waarom

Dit project past prima in de zoektocht van het Fotomuseum om het begrip museum te herijken naar een toekomstbestendige organisatie die meer hybride en flexibel opereert, produceert en programmeert. Omdat we ons betrokken voelen bij het heden en de toekomst van de stad, zouden we graag op een andere manier in contact komen met de stad en haar inwoners. Dit initiatief tot een **buurtfotografiemuseum** dat rouleert door de wijken van Maastricht moet ook onze eigen verbeeldingskracht vergroten en verder vormgeven aan het verbeteren van onze toegankelijkheid en gewenste laagdrempeligheid. Lukt het ons om met een dergelijk initiatief ontmoetingen tussen buurtbewoners te creëren?

Doelstellingen

Het project geeft het fotomuseum de mogelijkheid om op een andere manier invulling te geven aan onze missie: realisatie van maatschappelijk relevante projecten. De artistieke/fotografische waarde komen samen met maatschappelijke relevantie. Het project heeft de volgende doelen:

- We onderzoeken op welke manier we als museum meer voor de gemeenschap kunnen betekenen. Maatschappelijk relevant bezig zijn; verdieping hoe iemands leven eruitziet. Achter de gordijnen van de burens spelen zich vaak bijzondere dingen af. Buurtbewoners met elkaar in contact laten komen n.a.v. iets bijzonders in hun wijk. De foto's vertellen een bijzonder verhaal. Bezoekers van binnen (en buiten de buurt) worden verleid om het verhaal van hun buurtbewoner te zien (dichtbij, herkenbaar, nieuwsgierig en gluren bij de burens).
- Het moet gesprekken en ontmoetingen opleveren in de buurt. Het mag ook bezoekers genereren van buiten de buurt die wellicht ook wat besteden in de buurt.
- Mensen op een laagdrempelige en intieme manier laten kennismaken met kunst en cultuur. Andere manier, werkvorm uitproberen om fotografie onder de aandacht te brengen, fun, event-achtig karakter. Mensen die anders niet naar een museum of het centrum van de stad komen nu juist wel te trekken en de drempel naar 'het museum' verlagen.
- Genereren van betrokkenheid bij het Fotomuseum en nieuwe verhalen verbeelden.
- Fotografie als beeldtaal te exploreren om verhalen uit een buurt te ontdekken en te delen.
- Uiteindelijk hoop je natuurlijk dat de buurtbewoners en bezoekers van de expositie in hun eigen wijk ook nieuwsgierig zijn geworden om een bezoekje te brengen naar de expositie in een ander wijk. Bezoekers aan de expositie in Nazareth die nieuwsgierig zijn naar de expositie in Wittevrouwenveld. Mooi wanneer je zo een multiplieer effect creëert.

Activiteiten in het huis

De opening van de expositie en de eerste editie van het buurtfotografiemuseum waarin de gefotografeerde hoofdpersoon in de wijk centraal staat. Buurtbewoners en andere geïnteresseerden bezoeken de expositie die bestaat uit foto's en een ondersteunende video van een van de buurtbewoners.

Fotografiestudenten van VISTA-college fotografie bezoeken het buurtfotografiemuseum. In het huis ontvangen zij een masterclass fotografie van de professionele fotograaf die de expositie heeft verzorgd. Daarbij gaat het niet zozeer om de techniek maar om te leren kijken naar een straat of buurt. Wat is opvallend in de buurt? Hoe maak je contact met mensen om ze te fotograferen. Hoe verken je een buurt? Zij verkennen de buurt en fotograferen de typische kenmerken van deze wijk. Samen met de gefotografeerde hoofdpersoon, een wijkbewoner, de docent fotografie, en een medewerker van het Fotomuseum wordt een definitieve selectie van beelden gemaakt. De uiteindelijke selectie van de foto's worden gemonteerd in een digitale collage die een blik op de wijk geeft en op een monitor in het huis worden vertoond.

Samen met de basisschool in Nazareth (de Geluksvogel) wordt een fotografie opdracht uitgevoerd met leerlingen uit groep 8. Zij bezoeken het buurtfotografiemuseum en ontvangen van VISTA studenten fotografie een masterclass Fotografie. Met deze opgedane kennis fotograferen zij iemand die voor hen: Het gezicht van de wijk is. Ook moet ze deze persoon vragen stellen. In hun school, het wijkcentrum, of in het buurtfotografie museum (afhankelijk van praktische overwegingen) tonen zij in de vorm van een expositie het eindresultaat in school

Pilot

De eerste versie van het buurt fotografiemuseum zal in september 2024 plaatsvinden in de wijk Nazareth. We zien het als een onderzoek waarin de samenwerking met de wijk centraal staat. Plezier ook trouwens. Werken binnen in wijk community is voor ons nieuw. Hoe wordt dit initiatief ontvangen? Hoeveel bezoekers komen er? Wat is de waarde voor bezoekers? Welke waardering geeft men? We gaan communiceren op wijk- en stad niveau in plaats van op landelijk niveau. Lukt het om een kader te creëren om een wijk enthousiast te maken voor dit experiment? Kunnen we met suggesties en ervaringen van bezoekers het plan verbeteren? Allemaal punten waar we maar op 1 manier achter kunnen komen: werkenderwijs. De wijk is Nazareth. Een bewuste en persoonlijke keuze. Een vrijwilliger van het museum is hier gelukkig opgegroeid, een medewerker van het museum heeft hier jaren gewoond en een andere medewerker woont er nu. *“Voor die wijk gaan we als eerste wat doen”*

Samen met de beoogde projectleider (een expert met ervaring in het creëren van buurt-community), Woonpunt en het buurtcomité, is al geïnventariseerd welke communicatiemiddelen we daar kunnen gebruiken. Ook is al een samenwerking gerealiseerd met het projectteam Veerkrachtige wijken. Welke bijkomsten en informele buurtleiders we kunnen betrekken bij dit project.

Vervolg

- Het is de ambitie van het Fotomuseum dat het 'buurtfotografiemuseum' vast onderdeel wordt van de programmering. (Daarom is zij onderdeel van het activiteitenplan waarvoor een meerjarige subsidie wordt aangevraagd bij de Gemeente Maastricht voor de periode 2025-2029)

- Dit betekent dat de tweede editie zal plaatsvinden in het voorjaar van 2025 in de wijk Pottenberg of Wittevrouwenveld. Na twee edities zal het project worden geëvalueerd en het idee verder worden uitgewerkt en aangescherpt. Zo is er met diverse mensen en organisaties nu al een lijst opgesteld met activiteiten, die in de toekomst, vanuit het buurtfotografiemuseum met bewoners uit de buurt kunnen worden gerealiseerd.
- Het buurtfotografiemuseum zal dan in de jaren 2025 t/m 2028 ook plaatsvinden in de andere wijken van Maastricht. Voor deze fase zullen we ook aanvullende funding vragen bij maatschappelijke en culturele fondsen. De meerjarige gemeentelijke subsidie voor de periode 2025-2028 is belangrijk om deze aanvragen te kunnen matchen, het werkt dus als een vliegwieltje.
- Woonpunt heeft zich als founding partner enthousiast gecommitteerd. Zij hebben aangegeven het plan in de toekomst ook naar andere steden te willen exporteren.

Kamer 13.

Begonnen als kleinschalig experiment om makers en talent uit Maastricht, op het gebied van fotografie, een podium te geven. In Kamer 13 toont een fotograaf 13 werken uit eigen repertoire. De exposities duren 6-8 weken en op de opening mogen maar 13 mensen aanwezig zijn. Met 13 werken een signatuur van het eigen oeuvre laten zien is voor ervaren fotografen, maar onervaren exposanten, een hele klus. Terwijl voor onervaren fotografen, 13 goede werken te vinden weer een uitdaging vormt. De afgelopen periode hebben de Vrienden van het Fotomuseum dit initiatief ondersteund.

Juist die kleinschaligheid, de laagdrempeligheid in criteria en de hulp van andere fotografen bij het selecteren van werken blijkt een succes. De afgelopen periode hebben veel fotografen gebruik gemaakt van de mogelijkheid en met als prettige bijkomstigheid dat ook daadwerkelijk regelmatig werken zijn verkocht. Het initiatief spreekt zich rond met aanvragen van fotografen uit Maastricht, Heerlen, Aken en Luik. Op dit moment is er een wachtlijst wat duidelijk aangeeft dat er vraag naar dit project is. Zonder de kleinschaligheid en intimiteit te verliezen zal er de komende jaren wel in materialen, menskracht en publiciteit moeten worden geïnvesteerd om Kamer 13 verder te ontwikkelen. Voor de komende jaren zijn de volgende ambities

- Doorgaan met het organiseren van zes exposities per jaar van fotografen (amateur, talent, medior, senior) die nog nooit in een museum hebben geëxposeerd of nog nooit in een museum in Maastricht hebben geëxposeerd. Zo staan Danielle Petrovic, Mitch van Schijndel, Christophe Beaumont, Lorenzo Rietveld, Lonneke Maas en de afstudeerpresentatie van het VISTA college en Zuyd op het programma. Maar er zijn ook gesprekken gevoerd met de stads chroniqueurs Harry Heuts en Jean Pierre Geussens
- Het organiseren van Kamer 13 exposities op locatie in Maastricht. Eerder is dit gedaan bij De Bijenkorf en het The Student Hotel. In het voorjaar van 2025 start dit experiment met 1-2 exposities op locaties. Het museum is erg nieuwsgierig naar de impact en publieksreacties.
- Verbetering van de publiciteit. Kamer 13 zal veel meer een eigen identiteit moeten krijgen met eigen marketingbudget voor sociale mediakanalen

- In 2028, na 30 exposities, komen tot een modern fotografieboek met een overzicht van werken van fotografen uit de stad. Een boek dat een andere kant van de stad laat zien, de verbeeldingskracht van de huidige fotografen, dan de boeken die eerder over Maastricht zijn gemaakt.

Jongeren, betrokkenheid en educatie.

Visual Thinking Strategie.

In de zoektocht naar het vergroten van de betrokkenheid van jongeren bij het museum en het experimenteren met verschillende vormen van cultuureducatie rees veelvuldig de vraag: Wat beklijft er nou bij kinderen? Ook in de uitwisseling met leerkrachten en educatie ontwikkelaars en aanbieders kwam die vraag veelvuldig naar voren. Parallel hieraan was er van tijd tot tijd een uitwisseling met het FOMU in Antwerpen. Zij waren al een tijd bezig met een nieuwe invalshoek op het gebied van cultuureducatie, een nieuwe methode; The Visual Thinking Strategie.

Founding father Philip Yenawine legt in zijn boek 'Visual Thinking Strategie' (VTS) uit dat de essentie een 'permission to wonder' is. Hij vertelt over hoe VTS ten eerste een uiterst effectief antwoord vormde op een probleem dat hij in z'n functie als Hoofd Educatie aan het MoMa in New York tegenkwam. *Hoe kun je betere kunsteducatie verzorgen als blijkt dat alle inspanningen, mooie budgetten en grote klanttevredenheid ten spijt, er geen blijvend effect is op of ontwikkeling plaatsvindt in de kunstbeleving van kunstkijkers. ?'*

En hij laat zien dat VTS nog meer is: een denk-les in tijd en rust nemen om te kijken en te leren kijken: een aanpak die het zelf denken, het uitstellen van het oordeel, het empathisch luisteren en kritisch en creatief denken bij kinderen kan bevorderen. Een methode die goed aansluit bij onze bevindingen en gesprekken met leerkrachten. Veel educatie aanbieders proppen te veel opdrachten en educatiedoelstellingen in een uur. Door het fotomuseum vrijelijk vertaald: maak het leuk, maak contact, doe minder, neem de tijd en bouw het op.

Waarom

Het fotomuseum streeft ernaar om een dynamische omgeving te creëren waar kinderen en jongeren worden aangemoedigd om zich te verdiepen in de kunst van fotografie, beeldcultuur, maar ook waar zij hun creatieve potentieel kunnen ontdekken en ontwikkelen. Daarbij wil het museum zich de komende jaren nog meer verdiepen in de VTS-methode en zich hierop laten ondersteunen. Zij zal dit doen in samenwerking met Organiseermeer een bureau ter versterking van een rijke leeromgeving voor het basisonderwijs(www.organiseermeer.nu) en het instituut Visual Thinking Strategies Nederland (www.vtsnederland.org). Een belangrijke doelstelling is daarbij om op termijn ook het effect te kunnen meten. Daarnaast wil het fotomuseum zich de komende jaren inzetten op een gelaagde aanpak bij programma's die aansluiten bij exposities. Die gelaagde aanpak bestaat uit: kennismaking – talentontwikkeling – onderwijsontwikkeling. Daarbij zal als onderliggende motivatie altijd worden teruggesproken op de missie: *Wanneer jezelf in staat bent te verbeelden ben je ook in staat om je in anderen in te beelden.*

Kennismaking

Het Fotomuseum stelt kinderen en jongeren in staat om kennis te maken met fotografie als discipline binnen de kunsten. Dit wordt bereikt door een basis educatief aanbod te creëren, bestaande uit programma's rondom lopende tentoonstellingen. Er wordt hierin samengewerkt

met Kaleidoscoop cultuureducatie. Basisscholen kunnen intekenen voor rondleidingen, speurtochten, workshops en andere activiteiten die enerzijds aansluiten op lopende exposities in het museum en waar anderzijds de koppeling wordt gelegd naar onderwijsthema's. Het programma 'De Fotograaf' is een eerste uitwerking van deze laag en vormt een basis die we willen door ontwikkelen met behulp van de VTS-methode

Talentontwikkeling

Het fotografiemuseum hecht grote waarde aan de ontwikkeling van talenten voor de toekomst. We voelen hierin een maatschappelijke taak en vertalen deze naar een tweede educatie laag. Met vernieuwende pilots worden jongeren en studenten uitgedaagd om deel uit te maken van de community van het museum, waar creativiteit en talenten kunnen worden ontplooid en ontwikkeld. Denk hierbij aan fysieke ontmoetingen, experimenten, workshops, en het betrekken van jongeren bij de programmering als gastcurators. Samenwerkingen met onderwijsinstellingen zoals VISTA college, ICP in New York, Fotovakschool Nederland en Zuyd Hogeschool dragen bij aan het opbouwen van een jonge stedelijke en regionale fotografie community.

Zo gaven 2^e jaar studenten fotografie van het VISTA een workshop fotografie aan 10 basisscholen in het land. Ze gaven de workshop aan leerlingen van groepen 7 of 8 die deelnamen aan het educatie project; Morgen gaat het Beter. De eindresultaten werden geëxposeerd op school of in een bibliotheek en daarna gepubliceerd in een fotoboek. De studenten fotografie ontvingen eerst een workshop van fotograaf Humberto Tan.

Naast het realiseren van werklabs tijdens lopende exposities is een grote ambitie binnen deze laag het initiatief 'Picture the World' dat we in samenwerking met Vista college zijn gestart.

Onderwijsontwikkeling

Ten slotte zien we uitdaging om bij te dragen aan toekomstbestendig onderwijs in een veranderende wereld. We werken toe naar innovatieve projecten waarbinnen fotografie als werkvorm wordt geïntroduceerd, voor het aanpakken van burgerschapsvraagstukken en vraagstukken gericht op de ontwikkeling van 21-eeuwse vaardigheden bij kinderen. We werken toe naar een platform gericht op het verrijken van onderwijsactiviteiten met behulp van foto en film, waarbij fotografie wordt ingezet, producten worden geüpload, gedownload en gedeeld.

Uitwerking

In de praktijk komt het neer op een onderscheidend cultuuraanbod voor scholen dat bestaat uit:

- Een ontdekkoffer voor in de klas
- Een bezoek op locatie van het museum
- Een expert in de klas
- Toewerken naar een pop-up expositie (op locatie of op school)
- Het delen van inspiratie, ervaringen en producten

Sinds 2020 is met deze ingrediënten geëxperimenteerd uitgetest met deze formule. In de komende periode (2025-2028) wordt deze aanpak geprofessionaliseerd en verankerd in de organisatie. De meerjarige gemeentelijke subsidie voor de periode 2025-2028 is belangrijk om deze ambities te realiseren en te kunnen matchen met aanvragen richting landelijke culturele en maatschappelijke fondsen.

Deel 3: Organisatie en financiën

Fotomuseum als organisatie.

Het Fotomuseum aan het Vrijthof is een zelfstandige stichting zonder winstoogmerk. Sinds 2012 is het een geregistreerd museum en aangesloten bij de Museumvereniging.

- Registratie Kamer van Koophandel (41078765)
- ANBI status (RSIN 804240863).

Verder is het fotomuseum aangesloten bij het CJP, het CIM Maastricht, de Federatie Limburgse Musea Limburg en het Atelier Neerlandais in Parijs

Haar statutaire doelstellingen zijn

a. het beheren en ter bezichtiging openstellen van het Museum aan het Vrijthof te Maastricht, met name voor museale activiteiten.

b. het organiseren van tentoonstellingen, activiteiten en evenementen op het grensvlak van fotografie en beeldcultuur in de breedste zin van de betekenis en ook het aanvaarden van erfstellingen onder het voorrecht van boedelbeschrijving en voorts al hetgeen in de ruimste zin met één en ander verband houdt, daartoe behoort en/of daartoe bevorderlijk kan zijn

Presentatie instelling, museum of centrum?

Sinds 2012 is het museum een geregistreerd museum en aangesloten bij de Museumvereniging Nederland. Hoewel de definitie van het begrip museum niet is beschermd werd in 2023 door het International Council of Museum (ICOM), na jarenlange discussie, een nieuwe definitie afgegeven van het begrip museum. Deze definitie is door de Museumvereniging overgenomen en luid:

“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 “

Het fotomuseum herkent zich volledig in deze definitie. Deze sluit naadloos aan, bij de huidige praktijk, missie en gerealiseerde en toekomstige projecten.

Aansturing organisatie

Het Fotomuseum kent een bestuur/directie model met een directie reglement. De bestuursleden verrichten hun werkzaamheden onbezoldigd en hanteren daarbij de Governance Code Cultuur.

- 4 x per jaar komt het bestuur bij elkaar waarbij de bestuursvergaderingen worden voorbereid door de voorzitter, secretaris en directeur. De bestuursvergaderingen worden genotuleerd door een externe notuliste.
- 4 x per jaar bereiden de penningmeester en directeur de bestuursvergaderingen voor met een actuele liquiditeitsprognose en de presentatie en analyse van de kwartaalcijfers.

- 6 x per jaar ontvangt het bestuur een memo van de directeur over het dagelijkse reilen en zeilen van het museum.
- 1 x per jaar ontvangt het bestuur een bij het museum betrokken externe deskundige om zich op een ander manier te laten informeren.
- Uit het bestuur is mevrouw Margriet Schreuders benoemd tot vertrouwenspersoon voor medewerkers.
- 1 x per jaar wordt er een functioneringsgesprek gehouden met de directeur.
- 1 x per jaar verschijnt er een beknopt jaarverslag dat op de website wordt gepubliceerd

De huidige samenstelling van het bestuur is

- | | | |
|---------------|--------------|--|
| • Voorzitter | (juridisch) | D. Aertssen. Managing Partner Thuis & Partners |
| • Financiën | (financieel) | M. Vondenhoff. |
| • Secretaris | (ondernemer) | V. l'Ortye. Directeur L'Ortye zand en grindwinning |
| • Bestuurslid | (onderwijs) | M. Schreuders. Directeur Student Service Centre UM |
| • Bestuurslid | (personeel) | D. Wiertz-Buck. Founder Wiertz Company |
| | | |
| • Directeur | (museum) | E. de Jong. |

Personeelsbeleid

De huidige medewerkers hebben een arbeidsovereenkomst met daarin beschreven hun taken, uren en verlofregeling. Medewerkers ontvangen naast een basissalaris, vakantiegeld (8%) en een reiskostenvergoeding. Met ingang van 2024 is er een pensioenregeling ingevoerd in de vorm van een aanvullende bankpensioen-spaarregeling. De huidige medewerkers hebben een aanstelling voor onbepaalde tijd. Gelet op de beperkte personeelsformatie (3,2 fte) wordt geen CAO gevolgd.

Een maal per jaar voert de directeur een functioneringsgesprek met de medewerkers waarvan een schriftelijk verslag met evt. nieuwe werkafspraken wordt gemaakt. Dit verslag wordt toegevoegd aan het digitale personeelsdossier.

De vrijwilliger coördinator draagt zorg voor het vrijwilligersbeleid. Vrijwilligers ontvangen bij aanvang van hun werkzaamheden een vrijwilligers overeenkomst. Binnen de vrijwilligersgroep wordt onderscheid gemaakt in reguliere vrijwilligers en verantwoordelijke vrijwilligers. De verantwoordelijke vrijwilligers ontvangen een maandelijkse vrijwilligersvergoeding met een maximum van de wettelijke vergoeding.

Stagiaires afkomstig uit het MBO, HBO of van een Belgische opleiding ontvangen de reguliere stagevergoeding zoals die door de onderwijsinstelling is vastgelegd.

Voor werknemers, vrijwilligers en stagiaires zijn adequate verzekeringen afgesloten zoals een aansprakelijkheidsverzekering, een ARBO-verzekering en een ziekteverzekering. Er wordt door medewerkers en vrijwilligers ook gebruik gemaakt van de collectieve ziektekostenverzekering zoals die via Zilveren Kruis wordt aangeboden door de Museumvereniging.

De salarisadministratie is uitbesteed aan RSM.

Een prettige werksfeer is een verantwoordelijkheid van alle teamleden, directie, vrijwilligers en bestuur. De verantwoordelijkheid voor het bewaken van een prettige, open en veilige werksfeer ligt bij de directie. Het nemen van verantwoordelijkheid, inbrengen van ideeën, flexibele werktijden, elkaar aanspreken op toegezegde output en team meetings om elkaar geïnformeerd

te houden zijn belangrijke DNA kenmerken van de werksfeer. Ze zijn ook praktische vertalingen van het naleven van o.a. de code diversiteit en inclusie.

Het Fotomuseum kent een geschiedenis van weinig ziekteverzuim.

Namens het bestuur is, met ingang van 2024, mevrouw Margriet Schreuders benoemd tot vertrouwenspersoon

Huidige personeelsformatie

De personeelsformatie (3,4 fte) ziet er als volgt uit

• Directeur	1.0
• Projectcoördinator	0.6
• Officemanager/Vrijwilligers coördinator	0.6
• Projectmedewerker/Sociale media/Educatie	0.5
• Financiële administratie/	0.5
• Medewerker Projecten/ Fondsenwerving	extern
• Medewerker PR	extern
• Medewerker Facilitair	extern

Hoe verhoudt het Fotomuseum zich ten aanzien van de codes.

Governance Code Cultuur. We hebben een gestructureerd bestuur dat vier keer per jaar bij elkaar komt. Zij is verantwoordelijk voor het toezicht op ons beleid en de strategische richting van het museum. Ons bestuur bestaat uit diverse leden met toezichthoudende ervaring, verschillende achtergronden, expertisegebieden en netwerken. De bestuursfuncties zijn onbezoldigd en er wordt actief gewaakt voor belangenverstrengeling. Jaarlijks wordt ook een functioneringsgesprek met de directeur gevoerd. Dit zorgt voor een brede en inclusieve besluitvorming.

Fair Practice Code. We bieden goede arbeidsvoorwaarden aan onze medewerkers, vrijwilligers inclusief makers/fotografen, freelancers en personeel. We zorgen voor redelijke vergoedingen en het allerbelangrijkste: een veilige en respectvolle werkomgeving. "Men moet graag met ons willen werken". Ook stagiaires krijgen de reguliere stagevergoeding ook al is dat vanuit sommige opleidingen niet nodig of gewenst

Code Diversiteit & Inclusie. We erkennen het belang van diversiteit en inclusie in onze activiteiten en programmering. Dit vind je concreet terug in de samenstelling van bestuur, medewerkers en vrijwilligers waarin mensen van verschillende leeftijden met verschillende achtergronden samenwerken. Het algemene sterven om een inclusief museum te zijn komt terug in activiteiten die we binnen- en buitenshuis organiseren voor verschillende doelgroepen. Met name in de programmering en randprogrammering komen we steeds met nieuwe doelgroepen in contact.

Financieel beleid

Het fotomuseum ontvangt zijn inkomsten uit betalende bezoekers, projectdonaties, project-subsidies, merchandise, horeca, giften via de Stichting Vrienden van het Fotomuseum en de Stichting Vrijthofclub en zakelijke verhuur van het museum buiten openingstijden. Sinds drie jaar heeft het fotomuseum voor bezoekers een cashless beleid.

Het opstellen van de jaarrekening, de boekhouding en de daaruit voortkomende kwartaalrapportages en maandelijkse btw-aangiftes zijn volledig uit besteed aan Accountant en Administratiekantoor Haagmans en Seelen uit Heerlen (www.haagmansseelen.nl). Hierbij wordt gewerkt met het boekhoudprogramma Twinfield; met een rechtstreekse koppeling naar de banken en het kassa systeem van het Fotomuseum.

Bezoekers worden geregistreerd via het kassa systeem Ticket team. Dit biedt het museum elke dag inzicht in omvang en categorie van betalende bezoekers (volledig betalend, jeugd, kind, Museumjaarkaart, Student, CJP, Vriendenloterij, speciale acties) Dit kassa systeem is rechtstreeks gekoppeld met het datacentrum van museumjaarkaart. Aan het einde van maand ontvang het museum een overzicht van het aantal bezoekers met een museumjaarkaart en een voorschot van 55% op de entreprijs. Aan het einde van het jaar vindt een eindafrekening plaats waarin de vergoeding wordt aangevuld tot 65% in de vorm van een nabetaling.

Voor expositie projecten worden projectplannen ontwikkeld. Ter dekking van de financiën doen we aanvragen bij regionale en nationale fondsen. Zo zijn er in het verleden aanvragen gehonoreerd van het Cultuur Fonds Nederland, Landelijk Fonds voor de Vrede, Fonds 21, VSB Fonds, Vrienden Loterij, Stichting Sluyterman van Loo, Provincie Limburg, Gemeente Maastricht, Cultuurfonds Limburg, Stichting Kanunnik Salden. Ook is er op projectbasis samengewerkt aangegaan met bedrijven (CANON, APG, Bijenkorf, SOMFY, Lenco). Inhoudelijke en financiële verantwoordingen worden achteraf opgesteld door de directeur i.sm. de financieel medewerker

Jaarlijks worden er door de Vrijthofclub (Businessclub van het Fotomuseum) en de Vrienden van het Fotomuseum donaties aan het Fotomuseum geschonken

Binnengekomen facturen worden door de financieel medewerker gedateerd, voorzien van de juiste project – of boekhoud code en aan betrokken medewerker van het museum ter goedkeuring voorgelegd. Deze voorziet de factuur van een paraaf voor akkoord.

Uitgaande facturen (groepsbezoeken bedrijven & particulieren, CJP, scholen, onderwijsinstellingen, horeca-exploitant) worden voorbereid door de officemanager die belast is met groepen en zakelijke verhuringen van het Fotomuseum. De financieel medewerker stelt de facturen op en verstuurt deze.

Daarna worden alle facturen ter accordering aan directie voorgelegd en bij akkoord voorzien van paraaf. Dan worden de facturen digitaal gestuurd naar het administratiekantoor die de facturen in boeken.

Elke week vindt er financieel overleg plaats tussen de financieel medewerker en de directeur. Daarin worden algemene zaken besproken t.a.v. financiën (nieuwe contracten, deelbetalingen, aanhouden van betalingen, vooruitblik etc.). Ook wordt besproken welke facturen in deze week worden betaald. De daadwerkelijke betaling van facturen gebeurt door de financieel medewerker. De directeur heeft geen creditkaart, wel een bankpas, maar voert zelf geen betalingen uit. De enige betalingen die de directeur zelf uitvoert (i.v.m. privacy) zijn de salarisbetalingen.

Medewerkers en directie schieten eventuele reiskosten en andere uitgaven altijd voor en declareren achteraf onder overleg van een schriftelijk overzicht.

Bankprocuraties voor financieel medewerker, directeur en bestuurder zijn bij de banken vastgelegd alsmede de maximale betalingsbevoegdheid

Publiciteitsbeleid.

De algemene publiciteit voor Nederland en België is in 2019 uitbesteed aan het bureau Monsieur PR uit Amsterdam. Dit draagt zorg voor het opstellen en de verspreiding van persberichten, het meesturen van begeleidende publiciteit foto's en het nabellen en na mailen. Per project, per expositie bepalen zij welke media geschikt zijn en schatten de kansen op succes in. Zij maken daarin geen onderscheid tussen radio, televisie, kunstmagazines, glossy's, vakbladen en internetsites. Het gaat daarbij altijd om het genereren van 'free publicity'. Dat kan gaan om exclusief interview met de fotograaf een special, spread, een radio of televisie item of een agenda vermelding. De afgelopen jaren is het Fotomuseum hier succesvol in geweest met veel regionale en nationale publiciteit.

Het Fotomuseum is zelf actief op LinkedIn, Facebook en Instagram. Met ingang van 2022 is een van de medewerkers speciaal belast met sociale media. In het sociale media dashboard wordt per project een planning gemaakt en aan de hand daarvan worden items geproduceerd en gepost.

- Op Facebook wordt vooral aandacht gevraagd voor de lopende exposities, komende events, achtergrondinformatie bij de expositie en bijzondere voorvallen.
- Op LinkedIn worden meer de nieuwe exposities, mijlpalen en samenwerkingen met culturele- maatschappelijke organisaties gepost.
- Op Instagram worden foto's, fotografiebeurzen, festivals en fotografie community 's gevolgd. Er wordt actief gerepost. Ook wordt er specifieke Tiktok filmpjes geproduceerd en wordt er direct op de actualiteit gereageerd.
- Op X (Twitter) hier zijn we niet meer actief.

De publiciteit voor Duitsland (Regio Aken) en Duitstalig België is sinds in 2021 uitbesteed aan het bureau Kam3 uit Aken. Zij dragen zorg voor het opstellen en verspreiden van het Duitstalige persbericht, het meesturen van begeleidende publiciteit foto's en het nabellen en na mailen. Voor de Duitse pers organiseert zij persreizen naar Maastricht. Ook hierbij gaat het vooral om free publicity. Met name de WDR en de Aachener Zeitung zijn inmiddels vast euregionale pers.

Deel 4: Tijdspad

Gerealiseerde mijlpalen

In het in 2018 geformuleerde beleidsplan 'Op weg naar een internationale ontmoetingsplek voor fotografie' heeft het museum een aantal doelstellingen geformuleerd. In een aantal van die ontwikkelingen is het museum natuurlijk ernstig gehinderd door de coronacrisis die in 2020, 2021 en 2022 heeft plaatsgevonden. Desondanks zijn er toch een aantal gerealiseerd (=V)

Fase 1 (2020-2024)

- Start met realisatie fototentoonstellingen. V
- Start met realisatie fotografieprojecten. V
- Aanstellen internationale fotocurator. V
- Installeren redactie(inspiratie)raad. V
- Opstarten beeldeducatie met CC en FVN.
- Opstarten en realiseren euregionaal fotografiefestival. V
- Meer jongeren naar exposities V
- Met fotografiepartners invulling geven aan gemeenschappelijk marketing.
- Exploitatiebegroting naar € 600.000, -.
- Verwerven structurele subsidie, landelijke en euregionale funding.
- Exploitatie en personeelsformatie blijft dicht bij businessmodel MahV . V
- Vernieuwing van huidige horecafaciliteiten. V
- Uitbreiding museumoppervlakte.
- Evaluatie en doorontwikkeling naar de volgende fase. V
- Zoeken naar uitbreiding van de huidige locatie.
- Bezoekersaantal 30.000-35.000. V

Te realiseren mijlpalen

Ook voor de komende 4 jaren (en de jaren daarna) heeft het museum een aantal doelstellingen geformuleerd

Fase 2 (2024-2028)

- Realisatie van 2 grote foto exposities per jaar.
- Realisatie van 6 kleine foto exposities regionaal talent in het kader van kamer 13
- Expositie in het buitenland.
- Lancering van het Buurtfotografiemuseum
- Gemeentelijke en nationale funding voor verdere edities van het Buurtfotografiemuseum
- Gemeentelijke en nationale voor verdere professionalisering educatie en jongeren
- Continuering samenwerking met buitenlandse curator en tentoonstellingsmaker
- Mixed media beleving van het Vrijthof toevoegen aan historische beleving locatie.
- Structurele (periode 4 jaar) ondersteuning Gemeente Maastricht en Provincie Limburg
- Samenwerking met VISTA college en ICP op 2^e locatie van start. 15.000 bezoekers.
- Start verduurzaming huidige locatie.
- Deelname foto biënnale met Aken
- Uitbreiding met 1 fte t.b.v. educatie en projecten

- Begroting naar 650.000, -
- Vrienden Loterij als vaste partner
- Bezoekersaantallen tussen de 36.000- 46.000

Fase 3 (2028-2032)

- Realisatie van 3 grote foto exposities per jaar.
- Realisatie van fotografieprojecten van regionaal talent op locaties buiten museum.
Voortbordurende op de exposities in het kader van Kamer 13
- Het Buurtfotografiemuseum maakt landelijke start als franchise
- Professionalisering educatie en jongerenbeleving leidt tot 15.000 jongere bezoekers
- Mixed media beleving van het Vrijthof toevoegen aan historische beleving locatie.
- Structurele (periode 4 jaar) ondersteuning Gemeente Maastricht en Provincie Limburg
- Samenwerking met VISTA college en ICP op 2^e locatie succesvol in impact en met 35.000 bezoekers
- Verduurzaming huidige locatie gerealiseerd
- Begroting naar 850.000, -
- Bezoekersaantallen tussen de 50.000 – 55.000