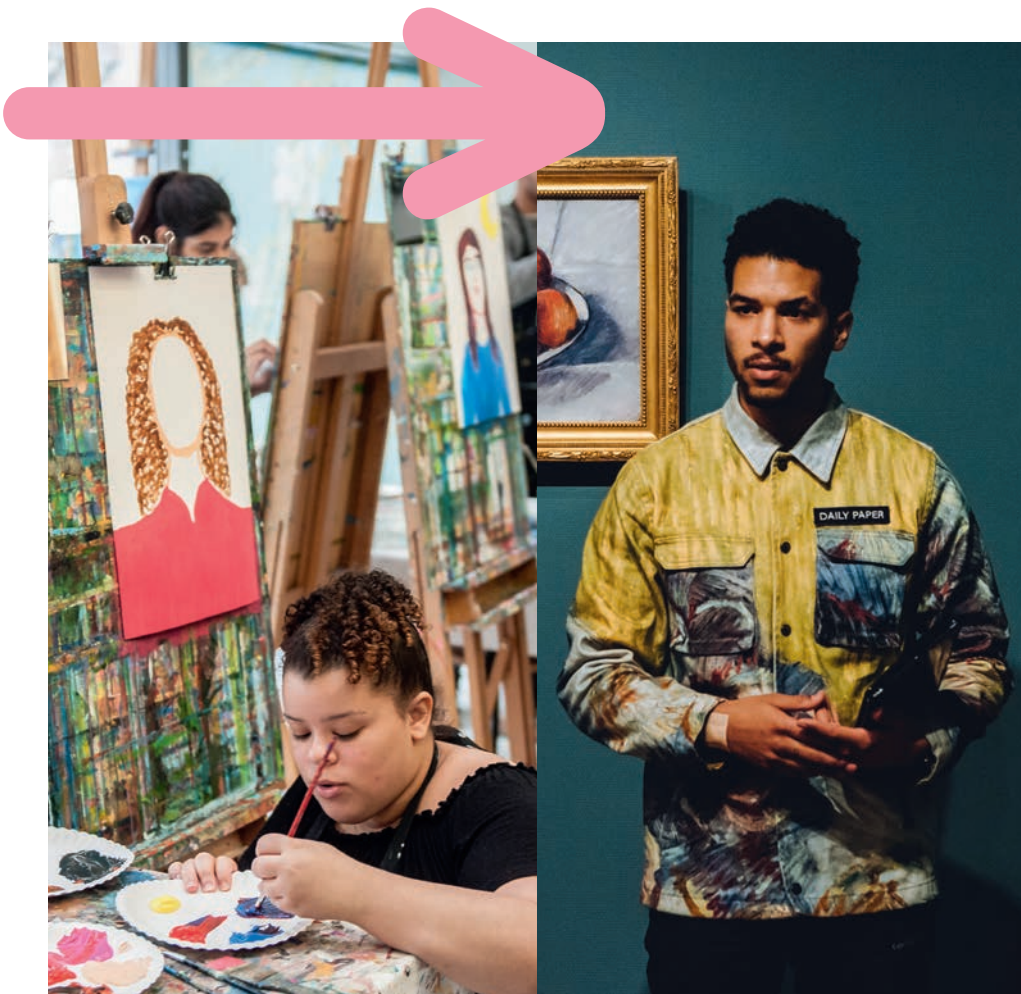


Zie jezelf in Van Gogh

4,5 jaar impactonderzoek *Van Gogh verbindt*



Van
Gogh
Museum
Amsterdam

FONDS21  Impact
Centre
Erasmus



Inhoud

- | | |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| 03 Woord vooraf | 64 Case 05 Amsterdam Fashion College |
| 04 Duo-interview Van Gogh Museum & Fonds 21 | 76 Case 06 Daily Paper |
| 08 Introductie Van Gogh verbindt | 88 Case 07 Vincent the other story |
| 12 Theory of Change | 98 Inclusief werkgeverschap |
| 14 Case 01 Jouw verhaal, mijn verhaal | 114 Tips aan de sector |
| 26 Case 02 Beeldbrekers | 116 Van Gogh verbindt: hoe nu verder |
| 40 Case 03 Verkeerd verbonden | 119 Colofon |
| 52 Case 04 Van Gogh ontspant inloopworkshops | 24, 38, 50, 62, 74 & 86
Ontmoet de Beeldbrekers |



Ik rijd naar huis na weer een Beeldbrekersbijeenkomst. Deze keer zijn we bij elkaar gekomen om panelgesprekken te houden en sommige Beeldbrekers hebben *spoken word* voorgedragen. Na afloop bleven we zeker nog twee uur lang doorpraten. Ik zit in de auto, kijk op de weg en denk bij mezelf 'wat voel ik me goed zeg'. Er valt me iets op. Ik kijk mijn zusje en mede-Beeldbreker Sara aan, die op de passagiersstoel zit. "Sara, ik voel me altijd zó goed wanneer ik met de Beeldbrekers ben geweest," zeg ik. Ze kijkt me aan en knikt instemmend: "Ja, ik ook." Het is waarschijnlijk niet alleen het gevoel dat ik, hopelijk, weer eens iets heb betekend voor de maatschappij, maar het is ook echt de sfeer en de goede *vibe* die er hangt. Iedereen is zo goed voor elkaar, iedereen begrijpt elkaar en we hebben altijd ontzettend gezellige, maar ook zeer leerzame gesprekken.

Mijn tijd bij de Beeldbrekers zie ik als iets zeer waardevols en vol betekenis. Als Beeldbrekers willen wij namelijk bestaande beelden doorbreken die onder biculturele jongeren heersen, dat ze bijvoorbeeld niet welkom zijn in musea. Daarvoor gaan we naar de jongeren toe of nodigen wij ze uit in het museum. Maar om dit beeld te kunnen breken, moet er ook het een en ander veranderen in het museum zelf. Daarvoor gaan we onder andere in gesprek met verschillende Verbinders die op kantoor werken. Zij vragen ons om hulp en adviezen. Zo hebben we bijvoorbeeld Beeldbrekerskaarten ontwikkeld die jongeren kunnen krijgen wanneer ze naar het museum komen. Ook helpen we mee bij het inrichten en invullen van programmeringen, zodat deze aantrekkelijk zijn voor biculturele jongeren.

Zelf heb ik rondleidingen gegeven op het Daily Paper lanceringsevent. Dit was een ontzettend mooie ervaring. Zeker iets om echt nooit te vergeten. Het was een avond vol diversiteit. Gezichten die je niet zo snel, ik wil bijna zeggen nooit, zou zien in zo'n 'wit' museum. En daar stond ik dan, de hele avond rondleidingen te geven. Toen ik naar huis wilde gaan, smeekte een groepje mij of ik ze toch nog kon rondleiden, want dat wilden ze heel graag. Natuurlijk deed ik dat, ik deel graag kennis over het leven van Van Gogh en ik ga daar graag met anderen over in gesprek. Hier doe ik het voor, voor die gesprekken, voor het delen, maar ook het opdoen van kennis. Het leven van Vincent van Gogh is zo bijzonder, wij kunnen er zoveel lessen uit halen en het is relevant voor iedereen. Door naar elkaar te luisteren, leer je ook weer wat van en over elkaar. Wat een mooie manier om elkaar te leren begrijpen en accepteren. Hier doe ik het voor!

Amina Aljić
Beeldbreker Van Gogh Museum sinds 2018

Met Van Gogh Museum en Fonds 21 aan tafel over Van Gogh verbindt

Kun je iets vertellen over de huidige missie van het Van Gogh Museum?

Emilie: “In 2019 hebben we onze missie herschreven. Het is een bewuste keuze dat die missie gaat over inclusie. Het Van Gogh Museum inspireert een divers publiek met het leven en werk van Vincent van Gogh en zijn tijd. Voorheen lag de nadruk vooral op groeien en zo veel mogelijk mensen bereiken. Dat is in de voorgaande periode ook prachtig gelukt. Voor mij gaat de huidige missie ook over wie wij niet bereiken. Groei is geweldig, maar impact is nog beter. Daarmee bedoel ik dat je duidelijk aangeeft wat je doelen zijn en dat je goed nadenkt over de producten, tentoonstellingen en activiteiten die je ontwikkelt. Dit houdt in dat je dus meer doelgericht bent en dat je nieuwe uitdagingen aangaat. Dat vertaalt zich goed naar inclusie.”

Hoe past Fonds 21 in dat plaatje?

Henk: “Kunst en cultuur zijn van en voor ons allemaal. Daarom vinden we dat ze voor iedereen in onze samenleving toegankelijk moeten zijn. Fonds 21 staat voor een inclusieve samenleving en daar hoort een inclusieve cultuur en cultuurbeleving bij. *Van Gogh verbindt* past dan ook goed bij ons. Binnen het project wordt met educatieve projecten onderzocht hoe het museum relevant kan worden voor jongeren met een biculturele achtergrond en wat kunst persoonlijk voor hen kan betekenen. Daarmee heeft het project raakvlakken met al onze drie pijlers: kunst & cultuur, jongeren & maatschappij en kunst & educatie.”

Waar staat inclusie wat jou betreft voor?

Henk: “Dat iedereen een gelijke toegang heeft

tot datgene wat geboden wordt. Neem een culturele instelling: die instelling moet zorgen dat zij voor iedereen toegankelijk is, ook voor de doelgroepen die nog niet worden bereikt. Dat kan alleen maar door ook aanbod te ontwikkelen dat aansluit op hun belevingswereld en je doelgroepen te betrekken in je organisatie.”

Emilie: “Het is best lastig. Diversiteit betekent al die verschillende schakeringen; je kunt het hebben over leeftijd, seksuele oriëntatie, culturele achtergrond of fysieke beperkingen. Er zijn allerlei dingen die ons als mensen onderscheiden. Stap een is de erkenning dat die verschillen er zijn, en dan is inclusie stap twee. Ervoor zorgen dat al die verschillende soorten mensen ook daadwerkelijk op hun gemak zijn, het gevoel hebben dat het museum er ook voor hen is. Een concept dat nu in Amerika vaak gebruikt wordt is ‘equity’, dat is nog niet zo gangbaar in Nederland, maar dat gaat meer over gelijkwaardige kansen. Ik verwacht dat het ook een gespreksonderwerp gaat worden in de komende tijd in Nederland.”

Hoe heeft de missie van het Van Gogh Museum enerzijds en de maatschappelijke ontwikkelingen anderzijds geleid tot een project als *Van Gogh verbindt*?

Emilie: “Dit project is specifiek bedoeld om het museum toegankelijker te maken voor jongeren met een biculturele achtergrond tussen de 18 en 30 jaar. Heel vooruitstrevend was het ontwikkelen van meetinstrumenten met Impact Centre Erasmus. In de non-profit sector hebben we ermee te maken dat fondsen willen weten wanneer een project een succes is. Hoe meet je die vooruitgang? Meer bezoekers halen, is te kort door de bocht. Je moet genuanceerdere vragen stellen,



Fotografie: Jelle Draper

ook bij de juiste mensen, om te weten of je de juiste doelstellingen hebt en die ook behaalt. Dat is hier denk ik heel goed opgezet. Halverwege *Van Gogh verbindt* ging ik zelf aan de slag bij het Van Gogh Museum en ik heb het project meteen omarmd. In alle eerlijkheid heb ik het naar mijzelf toegetrokken. Ik vond het belangrijk dat de directie hierbij betrokken is.”

Henk: “Ten opzichte van musea in Londen en de Verenigde Staten liep Nederland best wel achter op het vlak van ‘social inclusion’. Fonds 21 steunt al langer projecten die jongeren een stem geven in een organisatie. In het Van Gogh Museum hebben wij een partner die in staat is een verschil te maken en als voorbeeld kan dienen. Kennisdeling is dan ook een belangrijk onderdeel van het project. We vertrouwen erop dat het museum met dit project gebaseerd op ‘learning-by-doing’ als inspiratie kan dienen voor andere culturele instellingen. Er moet wel een olievlek gaan ontstaan.”

Welke rol speelt Fonds 21 in *Van Gogh verbindt*?

Henk: “Ik denk dat Fonds 21 steeds meer een gelijkwaardige partner is. We gaan met elkaar in gesprek en proberen er samen richting aan te geven. Daarnaast faciliteren we kennisdeling zodat andere instellingen er ook van kunnen leren. Je ziet bij instellingen steeds meer dat diversiteit en inclusie hoog op de agenda staat. Projecten als *Van Gogh verbindt* kun je dan goed als voorbeeld gebruiken.”

Wat heeft het partnerschap met Fonds 21 betekend ten aanzien van de doelstellingen van het Van Gogh Museum?

Emilie: “Zonder het partnerschap was dit nooit van de grond gekomen. Zo simpel is het. Deels financieel, maar het is ook een partnership waarbij je echt in gesprek gaat over de beide missies en hoe je elkaar aanvult en van elkaar kunt leren. Dat is heel belangrijk geweest in dit

Emilie Gordenker is sinds 2020 directeur van het Van Gogh Museum. Van 2008 tot 2020 was Emilie directeur van het Mauritshuis in Den Haag. Daarvoor was ze onder meer senior conservator Nederlandse en Vlaamse schilderkunst bij de National Gallery of Scotland.

Henk Christophersen is algemeen directeur van Fonds 21, een fonds dat projecten en initiatieven ondersteunt op het gebied van kunst & cultuur, jongeren & maatschappij en kunst & educatie. Fonds 21 is sinds 2017 hoofdpartner van *Van Gogh verbindt*.



traject. Wij zien ook dat Fonds 21 essentieel is voor het voortzetten van dit traject, wat we hierna en hiermee doen. Het museum is blij dat we de komende vier jaar dit partnership voortzetten om dit verder te ontwikkelen.”

En wat heeft het andersom voor Fonds 21 betekend?

Henk: “Wij zijn een landelijk fonds en we willen ook landelijk de ondersteuning bieden. De kennis die wij opdoen in de samenwerking met het Van Gogh Museum delen we ook met andere aanvragers. Wij leren ervan, brengen de kennis over naar onze aanvragers en we geven ook weer onze observaties terug aan het Van Gogh Museum. Binnen het fonds komt veel kennis samen, die wij weer kunnen delen.”

Emilie: “Wij merken dat ook. Kennisdeling is hierin heel belangrijk. *Van Musea bekennen kleur* tot allerlei symposia en gelegenheden waarvoor we worden uitgenodigd; voormalig *Van Gogh verbindt*-programmamanager Martin van Engel is veel op stap geweest met zijn verhalen. Dat is ook een rol die wij graag willen spelen.”

Welke Van Gogh verbindt pilots zijn er voor jullie uitgesprongen?

Henk: “De Beeldbrekers (zie pagina 26) zijn een heel goed voorbeeld. Je moet niet alleen tot die doelgroep spreken, maar ook die jongeren zelf een stem geven.”

Emilie: “Absoluut. Toen Black Lives Matter op gang kwam, kreeg ik er echt van onze Beeldbrekers van langs die vonden dat we hierin niet (goed) genoeg onze stem lieten horen. Wat doe je dan als directeur? Dan kun je in de verdediging schieten, of je zegt ‘jullie hebben gelijk, hoe gaan we dit aanpakken voor de toekomst?’. We hebben samen een goed protocol uitgewerkt. Zo helpen de Beeldbrekers ons hoe wij in de toekomst op de juiste manier kunnen

reageren. Dat protocol ligt er nu en daarmee is het ook niet opgelost, dat is echt

een belangrijke les. Het is nooit af, dit traject. Je moet durven om met vallen en opstaan te willen leren. We hebben veertig pilots opgezet, hartstikke veel! Niet alles is gelukt, maar het gaat juist om die lering die we eruit krijgen.”

En hoe zit het met pilots buiten de museummuren?

Emilie: “*Vincent the other story* (zie pagina 88) was ook een geslaagde pilot, waarbij jongeren aan de slag gingen met schilderen en *spoken word*. Dat was ook echt iets relevants buiten de muren van het museum. Wat voor ons wel heel interessant was, is dat het verhaal van Vincent zo aanslaat. Wij zijn heel erg bezig met die kunstobjecten, maar voor deze doelgroep is voornamelijk het verhaal een toegang. Daar leren we dus heel veel van.”

Henk: “De outreach-programma’s spreken mij erg aan, en dan vooral die met het mbo (*Jouw verhaal, mijn verhaal*, red. Zie pagina 14). Voor Fonds 21 zijn mbo-studenten een belangrijke doelgroep, zij worden vaak vergeten, zeker als het gaat over cultuureducatie. Er moet voor deze groep echt meer aanbod worden ontwikkeld. Bij mbo’ers is de drempel naar het museum wel erg hoog.” Fonds 21 stimuleert culturele instellingen daarom om kwalitatief en toegankelijk aanbod te ontwikkelen voor jongeren die een mbo-opleiding volgen.

Zijn er in het museum als organisatie concrete veranderingen merkbaar, vergeleken met vier jaar geleden?

Emilie: “We hebben natuurlijk ook te maken met personeel. Daar zijn wij met *Inclusief werkgemeenschap* (zie pag 98) ook heel actief mee aan de slag gegaan. Het werven van personeel, maar ook wat we met de Beeldbrekers doen. Wat is hun positie binnen ons museum? Daar hebben we veel gesprekken over, waar we ook

+ ‘Je moet niet alleen tot die doelgroep spreken, maar ook die jongeren zelf een stem geven’

het huidige personeel in meenemen. Met aanvullende fondsen van Fonds 21 EXTRA hebben we bovendien drie posities kunnen creëren. Dat is wel belangrijk in deze moeilijke tijden, qua bezetting zijn we toch wat kleiner dan voor de crisis. Voor die posities wilden we mensen met een andere achtergrond aantrekken. Zo hebben we nu een conservator aangenomen die niet de traditionele kunstgeschiedenis achtergrond heeft, maar die *on-the-job* wordt opgeleid. Een andere les is dat het niet alleen dit project is, maar ook dat dit ingebed moet worden binnen de organisatie. Het moet structureel onderdeel worden van de organisatie. *Van Gogh verbindt* wordt onderdeel van een bredere beweging, ook intern. Daar is veel ondersteuning voor.”

Henk: “Het museum heeft een mooie ontwikkeling doorgemaakt van ‘onbewust onbekwaam’, naar ‘bewust onbekwaam’ waarbij het uiteindelijke doel is om ‘bewust bekwaam’ te worden. In die hele transitie zijn binnen de organisatie de ‘verbinders’ (zie pagina 112) heel belangrijk.”

Zijn er in de komende vier jaar Van Gogh verbindt nog speciale aandachtspunten?

Emilie: “Leerpunten én groeipunten. We begonnen als een concreet project, maar we willen het de komende vier jaar echt zonder eindpunt in onze organisatie inbedden. Daarnaast is het streven een beetje breder te kijken naar al die vier P’s (zie pagina 117). Verder is dit project specifiek gericht op jongeren van 18 tot 30 jaar, maar het museum richt zich ook op jeugd, mensen met een fysieke beperking en kwetsbare ouderen. De lering die wij nu opdoen bij jongvolwassenen kunnen we ook



toepassen op een andere doelgroep. Een belangrijke factor voor het Van Gogh Museum is leren om op deze wijze te werken: met pilots, fouten durven maken, kwetsbaar durven zijn en risico’s durven nemen. Anders ga je het niet redden. Voor een museum is dit toch wel een verandering in de manier van denken. Dat moeten wij durven doen.”

Henk: “De polarisatie is ook in ons land aan de gang, het is mooi dat kunst een goed middel kan zijn om op een neutrale manier meerstemmigheid aan de orde te brengen. Daarom is het nog belangrijker dat *Van Gogh verbindt* wordt gesteund. In de volgende fase is ‘pricing’, vooral voor deze specifieke doelgroep. Hier staat al een pilot voor gepland.”

Wat zou je andere organisaties meegeven in hun streven naar inclusie en diversiteit?

Henk: “Dat je heel goed moet beseffen met welke taal je spreekt. Hoe spreek je nieuwe doelgroepen aan? Het is verstandig om partners te zoeken die deze taal al spreken. Dan kun je slagen maken om die groep te bereiken. Het is dus vooral belangrijk om die groepen een stem te geven in dat traject.”

Emilie: “Het is nooit af. Wees je bewust van het feit dat je een traject begint. Ga niet proberen om aan het einde een kant-en-klaar product te hebben. Als je ervoor openstaat, ga je een waanzinnig avontuur in en dat moet je durven doen. Dat durven houdt natuurlijk ook in dat je daarin durft toe te geven dat je iets niet goed hebt gedaan. Durf die kwetsbaarheid te hebben. Anders zal je geen vooruitgang boeken. Wees oprecht en eerlijk.”

Hoe Van Gogh ging verbinden

Het Van Gogh Museum inspireert een divers publiek met het leven en werk van Vincent van Gogh en zijn tijd. Het museum heeft daarbij continu oog voor de wereld om zich heen. Ook binnen de stad Amsterdam zoekt het Van Gogh Museum naar relevantie voor alle bewoners.

Fotografie workshop: Jaasir Linger - portretten: Tomek Whitfield



Jongvolwassen Amsterdammers vormen de grootste leeftijdsgroep in de stad. Onder hen bevindt zich een grote groep jongvolwassenen met een biculturele achtergrond. Het museum zag in bezoekers een ondervetegenwoordiging van biculturele jongeren. Om de interesses en behoeften van deze groep beter te leren kennen, startte het Van Gogh Museum in 2017 het vierjarige leertraject *Van Gogh verbindt*, met als doel: een inclusiever Van Gogh Museum.

Gedreven vanuit de missie om een inclusief museum te zijn, vroeg het museum zich af wat ervoor nodig is om wel relevant te zijn voor biculturele jongeren. Samen met Fonds 21 en Impact Centre Erasmus is *Van Gogh verbindt* opgezet om het museum met deze specifieke groep te verbinden.

Vincent van Gogh als gedeeld erfgoed
Amsterdam is een van de meest multiculturele steden ter wereld. Van de ongeveer 200.000 18- tot 30-jarigen, hebben 70.000 een biculturele achtergrond die niet of nauwelijks het museum bezoeken. Met *Van Gogh verbindt* wil het museum een toegankelijke plek zijn voor alle 200.000 jongvolwassenen. Iets dat gezien de stedelijke context van het museum echt nodig is. Zo is in het onderzoek *Kwesties*

voor *Kiezen* (SCP 2017) te lezen dat 40% van de Turkse en Marokkaanse Nederlanders zich niet thuis voelt in dit land. Met name jongeren en tweede generatie migranten zijn bezorgd over hun kansen en het maatschappelijk klimaat in Nederland.

Het gevoel van uitsluiting, ook wel sociale exclusie, draagt het risico in zich dat groepen zich in toenemende mate voor elkaar afsluiten. Vincent van Gogh is ook erfgoed van biculturele Nederlanders, sterker nog: hij kan iedereen inspireren! Het zou fantastisch zijn als ook al die 70.000 jongeren wél het museum bezoeken en met inspiratie weggaan. *Van Gogh verbindt* zet extra stappen om dat te realiseren.

Tijd, toewijding en wetenschap

De aanpak van *Van Gogh verbindt* is om meerdere redenen bijzonder te noemen. In de eerste plaats is binnen de organisatie voor langere tijd een *dedicated* team samengesteld, dat op iteratieve wijze met dit vraagstuk bezig is. Dit geeft vrijheid en focus om met *Van Gogh verbindt* aan de slag te gaan en blijven. Daarnaast werkt het Van Gogh Museum in dit traject samen met Impact Centre Erasmus. Aan de hand van (systematisch wetenschappelijk)

+ 'Maar de belangrijkste impact is het cultureel diverse netwerk dat is opgebouwd'



impactonderzoek, wordt per activiteit gemeten of het bijdraagt aan relevantie voor die groep van 70.000 biculturele jongeren. De activiteiten die aantonen bij te dragen zijn, ook vanuit wetenschappelijke onderbouwing, interessant om het museumaanbod mee te verrijken.

Het publiek van de toekomst

De maatschappij verandert constant en in een razend tempo. Wanneer je relevant wil blijven moet je als organisatie in contact blijven met je omgeving en doelgroepen. Het aantal Nederlandse biculturele jongeren groeit, het is het publiek van de toekomst. Bedrijfseconomisch gezien is het een logische stap om de connectie met deze doelgroep hoog op de agenda te zetten. Bovendien maakt hun biculturaliteit ze tot cultuurmakers; deze jongvolwassenen halen creativiteit uit verschillende bronnen en maken dit land vooral cultureel rijker. Daar kan een culturele instelling als het Van Gogh Museum veel van leren.

Meer diversiteit en inclusie
Diversiteit kan een organisatie een competitief voordeel geven. Wanneer er een grote variatie aan mensen werkt, die van elkaar verschillen qua leeftijd, gender, culturele achtergrond en opleidingsniveau - dan kan dat een unieke set aan skills met zich meebrengen.

Inclusie gaat om het benutten van die skills om dat voordeel te verzilveren. Een voorwaarde is dat iedereen zich een volwaardig lid voelt binnen een groep. In de praktijk een stuk lastiger dan diversiteit.

Biculturele jongeren zijn jongeren die roots hebben in twee of meerdere gevarieerde culturen, tradities en gewoonten.

Interview



Martin van Engel

Martin is opgeleid als marketeer en houdt zich in zijn werk veel bezig met cultuur, diversiteit en participatie. Dit zijn wat hem betreft heel interessante én belangrijke onderwerpen. Van 2017 tot en met begin 2022 was Martin programmamanager *Van Gogh verbindt*, waarin hij met zijn team onderzoek deed naar meer *visitor diversity* rondom biculturele jongvolwassenen in Amsterdam.

Kun je vertellen wat jouw rol als programmamanager inhield?

"Ik was de 'connector' tussen de doelgroep en het museum. Met het team organiseerde ik 40 pilots gericht op deze doelgroep. Stapsgewijs - en gevoed met wetenschappelijke inzichten (zie pagina 110) - hebben we een basis gezet voor meer diversiteit en inclusie in het Van Gogh Museum."

Wat is in jouw ogen de impact geweest van *Van Gogh verbindt*?

"Ik denk dat het museum voor een groep biculturele jongeren een positiever imago heeft. Dat heeft alleen al te maken met het feit dat er onderzoek is gedaan hoe het museum een toegankelijke plek kan worden. Collega's hebben meer interetnisch contact gehad door de Beeldbrekers. Dit onderwerp is dichterbij gekomen, waardoor het draagvlak is toegenomen voor diversiteit en inclusie. Maar de belangrijkste impact is het cultureel diverse netwerk dat is opgebouwd. Van mbo- en hbo-studenten, social media influencers, biculturele kunstenaars tot *spoken word* artiesten; allemaal hebben ze gehoord van of meegewerkt aan een activiteit. Die groeiende olievlek is echt impact."

Als je moet kiezen: wat is je favoriete pilot?

"Het mbo-programma *Jouw verhaal, mijn verhaal*. Ik heb zelf een mbo-achtergrond en ik zag hierbij mijn jongere ik in het museum. Ik herinner me nog goed dat de studenten met *spoken word* aan de slag gingen. Ze deelden persoonlijke verhalen over *struggles*, gezinsproblemen en

acceptatie in de maatschappij. Dat was echt bijzonder; ze stelden zich kwetsbaar op, wat toch best eng kan zijn op die leeftijd. Het viel me op dat het levensverhaal van Vincent jongeren zo aansprak. Hij is een inspirator voor ze; doe gewoon je ding, *no matter what!*"

Welke balans kun je na ruim vier jaar *Van Gogh verbindt* opmaken?

"Ik kijk met een goed gevoel terug, ook omdat Fonds 21 partner blijft in het project. Dat zegt twee dingen; er moet nog veel gebeuren, want het museum is er nog niet. Diversiteit en inclusie doe je ook niet in vier jaar. Maar er spreekt ook vertrouwen uit, omdat er toch al mooie resultaten zijn geboekt. Een concrete verandering zijn de Beeldbrekers en de Verbinders. Collega's die heel bewust nadenken over hun inclusieve acties. Zelfreflectie noem ik het. En de komende tijd gaat het team verder met diverse succesvolle pilots."

Welke kansen zie je nog voor de toekomst?

"Nu ligt de focus op Amsterdam, maar dat kan ook G4 worden. De Beeldbrekers zijn zeer talentvol en hebben potentie om collega's te worden. Onderwijs biedt qua bereik ook veel kansen, er is ontzettend veel culturele diversiteit binnen het mbo en hbo. Maar de grootste kans is iets nieuws: het leven van Vincent als een soort levensprogramma doceren. Iets waardoor jongeren leren zich te uiten en daarmee zich persoonlijk ontwikkelen. Dat zou mooi zijn. Want als je er mag zijn, dan voel je je thuis."

Theory of Change

Het denken, meten en managen van sociale impact wordt steeds belangrijker voor de museale en culturele sector. De vraag naar transparantie neemt toe, en de urgentie van musea en andere culturele instellingen om hun legitimiteit aan te tonen daarmee ook. Het Van Gogh Museum is van mening dat impactstudies dit doel kunnen dienen. Ook is de overtuiging dat impactstudies organisaties kunnen helpen hun prestaties te verbeteren. Leren van impactmetingen vindt het Van Gogh Museum dan ook noodzakelijk.

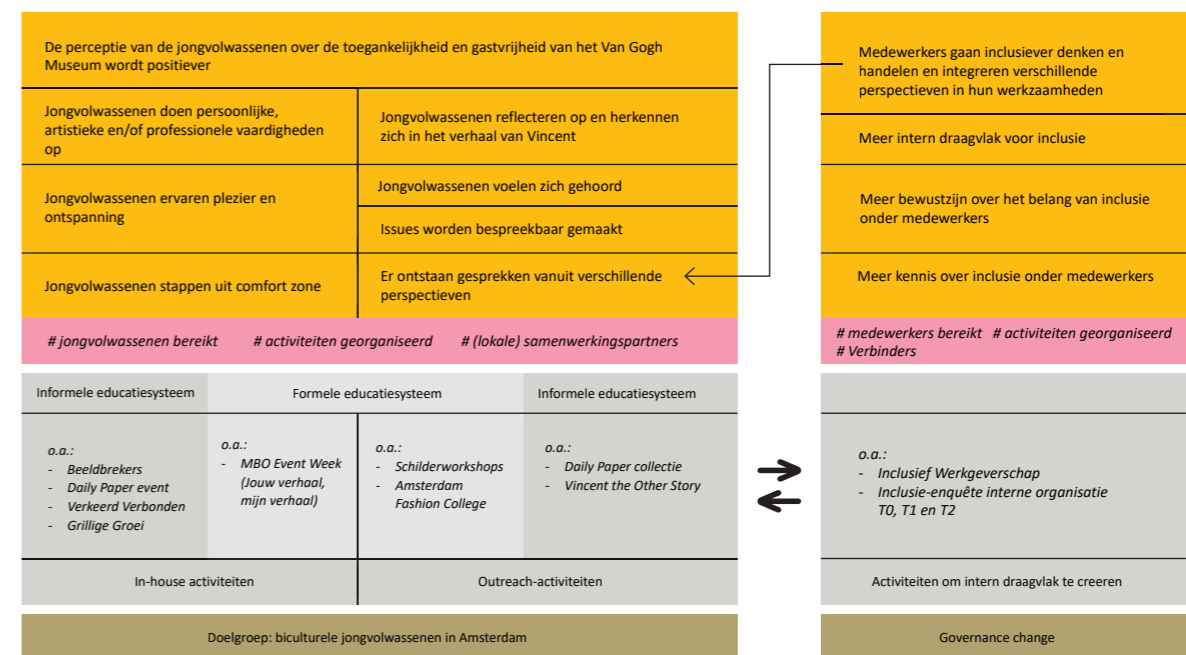
Hoe kunnen organisaties het proces van impactonderzoek starten? Een handig hulpmiddel is een Theory of Change (ToC): een visuele weergave van de verandering die een organisatie nastreeft en beoogt. Het laat niet alleen zien welke lange termijneffecten moeten worden bereikt, maar ook de keten van veranderingen die daartoe leiden. Eigenlijk toont een Theory of Change daarmee je veranderstrategie aan, en kun je aan de hand van deze gevisualiseerde strategie interne beslissingen nemen.

In 2017 was de Theory of Change van Van Gogh Museum nog blanco. Het museum had een missie, maar had nog geen inzicht in de activiteiten en in de effecten die moesten optreden om daar te komen. De afgelopen jaren met *Van Gogh verbindt* waren dan ook een iteratief proces. In dit proces onderzochten we wat het museum kan doen, welke effecten moeten optreden om het doel van *Van Gogh verbindt* te halen en of de pilots bijdragen aan deze effecten.

Een Theory of Change bestaat altijd uit de volgende onderdelen:

- 1 **Input:**
welke middelen gebruik je om je activiteiten goed te kunnen uitvoeren?
- 2 **Activiteiten:**
welke activiteiten onderneem je?
- 3 **Outputs:**
wat zijn de directe resultaten van je activiteiten?
- 4 **Directe effecten:**
wat zijn de veranderingen die volgen uit de outputs? (ook wel *outcome* genoemd)
- 5 **Indirecte effecten:**
hoe werken de directe effecten door in indirecte effecten (op de langere termijn)?
→ Dit is vaak de impact die je hoopt te bereiken.

Theory of Change *Van Gogh verbindt*



Lees deze figuur van beneden naar boven.

■ grijs = activiteiten ■ roze = outputs ■ geel = outcomes

Bovenstaande figuur toont de Theory of Change van het programma *Van Gogh verbindt*. Alle geleerde lessen zijn hierin verwerkt, je kunt het ook wel zien als de strategie van het museum. Het laat aan de hand van de metingen zien wat je doet, wie je bent en waar je naartoe beweegt. Hierin staan de activiteiten die zijn uitgevoerd, de beoogde impact en de effecten die bereikt moeten worden. Het is vormgegeven aan de hand van de evaluaties van alle pilots die gedurende de periode 2017-2021 hebben plaatsgevonden. Bewezen effectieve interventies en gevonden effecten zijn hierin opgenomen. De ToC toont dan ook aan wat van Gogh Museum beoogt met het programma *Van Gogh verbindt*, welke activiteiten zijn uitgevoerd, wat de directe resultaten zijn, en hoe de effecten van de activiteiten binnen *Van Gogh verbindt* bijdragen aan de strategische doelstellingen.

Deze Theory of Change lees je van beneden naar boven. Onderaan staan de activiteiten binnen het programma, in te delen in in-house en outreach-activiteiten binnen het formele en informele educatiesysteem. Deze activiteiten lopen op naar de effecten bovenin. De genoemde effecten zijn gemeten gedurende het vierjarige

traject. Nu het Van Gogh Museum indicaties heeft dat de activiteiten bijdragen aan deze effecten, gaat het museum in de komende vier jaar verder voortbouwen op deze activiteiten en de activiteiten duurzaam borgen in de organisatie.

In de figuur is te zien hoe het streven naar een inclusieve organisatie voor biculturele jongvolwassenen, hand in hand gaat met interne *governance change*. De Theory of Change laat zodoende ook twee 'doelgroepen' zien, met ieder een eigen veranderpad. Wel zie je dat de twee veranderpaden aan elkaar linken. Voortdurende kennisuitwisseling en dialogen leiden ertoe dat beide veranderpaden elkaar hebben kunnen versterken. De ToC toont ook aan dat een inclusievere interne organisatie, de effecten van het programma *Van Gogh verbindt* versterkt.

Deze methode gaat overigens uit van een werkdocument. Wanneer uit de dagelijkse praktijk blijkt dat er andere belangrijke effecten worden gevonden (positief of negatief, direct of indirect), of dat relaties anders lopen dan in het schema ingetekend, dan kan de Theory of Change worden aangepast.

Case

01

Fotografie workshop: Jaasir Linger - Portret Hendrik-Jan: Isaac Owusu

Jouw verhaal, mijn verhaal

Om het mbo, waarop relatief veel jongeren met een biculturele achtergrond zitten, te bereiken is het Van Gogh Museum eind 2017 een pilot gestart waaraan 9 klassen deelnamen. Doel was om de culturele voorkeuren van deze doelgroep in beeld te krijgen en met hen een relevant programma te ontwikkelen. Van 2018 tot 2021 zijn er nog 3 pilots geweest. Deze hebben uiteindelijk geleid tot het programma 'Jouw verhaal, mijn verhaal'.



Doel

Met het mbo-programma *Jouw verhaal, mijn verhaal* wilde het Van Gogh Museum antwoord vinden op de vraag:

Wat zijn de culturele voorkeuren van mbo'ers en hoe kan het Van Gogh Museum aansluiten op hun belevingswereld om hen te inspireren?

Het doel van de pilot was om:

1. inzicht te krijgen in de culturele voorkeuren van mbo'ers (onder wie relatief veel jongeren met een biculturele achtergrond).
2. te onderzoeken of deze jongeren met het museumbezoek verrijkt en geïnspireerd konden worden.
3. uit te vinden hoe het Van Gogh Museum deze doelgroep kan aantrekken en inspireren.

+ ‘Ik heb iets gedaan wat ik nooit zelf zou doen, dat vind ik wel leuk’

Eind 2017 zijn 9 mbo-klassen uitgenodigd voor een rondleiding of een multimediatour in het Van Gogh Museum. Voor en na het museumbezoek hebben de studenten een vragenlijst beantwoord. Zo konden wij hun culturele voorkeuren in kaart brengen en de effecten van het museumbezoek inzichtelijk maken.

De resultaten toonden onder meer aan dat biculturele jongeren minder participeerden in het bekijken of ervaren van cultuur, zoals het bezoeken van een museum, theater, of ballet, dan jongeren zonder biculturele achtergrond. Daarentegen toonde de studie aan dat biculturele jongeren in de afgelopen twaalf maanden vaker participeerden in actieve culturele activiteiten (Vermeulen et al., 2019). Zowel jongeren met als zonder biculturele achtergrond gaven aan barrières te ervaren om een museum vaker te bezoeken. De belangrijkste barrière voor beide groepen was het gebrek aan interesse. 35.7% van de studenten was geïnspireerd door hun bezoek aan het museum, maar opmerkelijk was dat de studenten die de multimediatour hadden gevolgd meer geïnspireerd waren dan degenen die de traditionele rondleiding hadden gevolgd. Een verklaring die hiervoor werd gevonden, was dat de multimediatour meer gericht was op het persoonlijke leven van Vincent van Gogh en minder op de schilderkunst. Uit dezelfde analyse bleek dat juist dit persoonlijke leven – en de herkenning van de worstelingen in zijn leven – het aspect was dat het meest interessant werd bevonden door de studenten (Vermeulen et al., 2019).



Het Van Gogh Museum heeft deze bevindingen gebruikt om zijn relevantie voor de doelgroep te vergroten. Het eenmalige museumbezoek is als gevolg van de resultaten doorontwikkeld tot een *Jouw verhaal, mijn verhaal* event week. In deze week is de rondleiding aangepast aan de behoeften van de doelgroep en zijn er actieve activiteiten zoals schilder- en *spoken word*-workshops toegevoegd. Ook is er door middel van opdrachten voor studenten ruimte gecreëerd om op hun eigen leven te reflecteren middels het leven van Vincent van Gogh. Door elke *Jouw verhaal, mijn verhaal* event week te analyseren was het museum in staat de programmering nog meer aan te laten sluiten op de behoeften van de doelgroep. Het programma, bestaande uit een rondleiding en een workshop, is inmiddels geïntegreerd in het vaste aanbod van het museum.



Observaties kernteam

Het *Van Gogh verbindt*-kernteam was tijdens de workshops aanwezig. Hierdoor konden zij zien hoe de studenten op de activiteiten reageerden. Het viel op dat de studenten via *spoken word* echt persoonlijke verhalen deelden, bijvoorbeeld over scheidingen, problematische familierelaties en discriminatie. Er werd gehuild en getroost, maar ook gelachen. Dit greep niet alleen het kernteam maar ook de docenten aan; er kwam echt iets los. De veilige setting, gecreëerd door de workshopbegeleiders Anouar Ennali, Rachel Rumai, Esra Dede en Gershwin Bonevacía, heeft hier zeker een grote rol in gespeeld. Kunstenaars Dina Abadir, Iriée Zamblé en Fana Richters (AiRich) gaven schilderworkshops en een workshop *mixed media*.

Aanpak

In zijn rol als programmamanager bezocht Martin van Engel de betrokken ROC-scholen om te vertellen over het onderzoek en programma *Van Gogh verbindt*. De studenten vulden ter plekke de vragenlijst voorafgaand aan het museumbezoek (TO/nulmeting) in. Hierna konden zij hun keuze opgeven voor een workshop *spoken word*, schilderen of *mixed media*.

Ter voorbereiding op het programma hebben extern aangetrokken workshopbegeleiders met een educator persoonlijke verbindingen gezocht met het leven en werk van Vincent van Gogh. Dit zodat zij in de rondleiding hun eigen verhaal naast dat van Vincent konden leggen en zo ook voor de studenten de verbinding konden maken. Na de rondleiding stonden de workshops op het programma. Een paar dagen na de workshop vulden de studenten nogmaals een vragenlijst (T1/nameting) in.



HendrikJan Stenhuis
HendrikJan was werkzaam bij het ROC van Amsterdam College Centrum, specifiek bij de opleiding Toerisme en Horeca. Daar gaf hij lessen Economie en was hij mentor van de leerlingen uit niveau 3 en 4. Op deze ROC-vestiging zitten leerlingen met een diverse, culturele achtergrond.

Kun je vertellen in welk verband jij te maken hebt gehad met *Van Gogh verbindt*?

“Het vraagstuk bij Van Gogh was ‘hoe kunnen wij jongeren met een biculturele achtergrond mobiliseren om toch naar het museum te gaan?’. Je ziet dat de cultuurparticipatie enorm achterblijft bij die groep. Na contact met Martin van Engel is een van mijn collega’s met haar studenten naar het Van Gogh Museum geweest. Wij kwamen snel tot de conclusie dat sommige studenten het wel leuk vonden, maar dat het weinig impact had als je ernaartoe gaat. Het is vrij makkelijk voor een school om met een hele groep studenten daar naartoe te gaan, maar de impact is beperkt doordat er geen aansluiting is bij de belevingswereld van die studenten. Ze zijn er niet mee opgegroeid. Er ontbreekt dus affiniteit.”

“Daarnaast zaten we met het probleem dat de studenten een *struggle* hebben met identiteit. We kunnen daar qua onderwijs wel theoretische lessen aan wijden, maar het onderzoeken wie je bent kan je als student natuurlijk beter zelf doen. Het viel ons ook op dat deze jongeren hoge eisen aan zichzelf stellen. Wie of wat ze willen zijn, wat ze moeten kunnen van zichzelf. Daarmee voldoen ze vaak niet aan hun eigen verwachtingen. Ze focussen zich vooral op wat niet lukt. Daar zagen we mooie verbinding met het verhaal van Van Gogh. Door het stuk identiteit, ‘wie ben ik in relatie tot succes en falen’, in de context van het verhaal van Van Gogh te plaatsen, zagen wij mogelijke aansluiting met die studenten. Zodat ze misschien een klein beetje geïnspireerd worden om eens een kijkje te nemen binnen zo’n museum. En dat ze aan de andere kant ook kunnen nadenken over wie ze zijn en wat ze belangrijk vinden.

+ ‘Als je blijft werken zoals je altijd al deed, dan zal je die groep nooit bereiken’

Waarmee zij handvatten krijgen zich meer te richten op het succes dat je hebt in plaats van de focus op falen.”

Hoe liet zich dat naar de praktijk vertalen?

“Vanuit het ROC hebben wij toen gezegd: alle eerstejaars gaan meedoen aan dit project. We wilden het groots aanpakken, net als Martin. Zodat er ook meer inzichten en bruikbare resultaten uit de pilot zouden rollen. We hebben een hele event week in het teken van Van Gogh georganiseerd, die deels in het museum en deels bij ons op school plaatsvond. Deze week bestond uit lessen over bijvoorbeeld creativiteit en kleurgebruik door Van Gogh, debatten en workshops, laatstgenoemde gegeven door artiesten die affiniteit hadden met onze doelgroep en in wie onze doelgroep zich ook zou herkennen.”

Hoe kijk je terug op de week en de activiteiten in het bijzonder?

“Het was echt een geweldig project. Maar het was ook heftiger dan vooraf verwacht. Als het over falen gaat, dan raak je mensen echt diep in hun ziel. Zo was er een debat waarbij twee mensen met stoelen in de lucht tegenover elkaar stonden, omdat ze het zo oneens waren over iets. Dat is heel goed, want het maakt zoveel los. Hetzelfde gold voor de *spoken word* workshops. Daar kwamen zulke diepgaande gedichten uit. Er vloeiden veel tranen. Daarnaast had ik het gevoel dat sommige van hen door het programma inzagen dat een succesmoment ook kon zitten in dat ze op tijd op school waren. Het hoeft niet altijd heel groots te zijn. Dit gaf een positieve sfeer.”

Zelfreflectie stond centraal; je kijkt naar hoe jij bent?

“Absoluut. Dat was ook heel belangrijk, we wilden emotie losmaken waardoor je de verbinding kunt zoeken. De studenten gaven

ook aan dat ze door het verhaal van Van Gogh verbinding voelden met het museum. Zij waren niet gewend om naar culturele evenementen of activiteiten te gaan, maar het verhaal sprak hen aan en daardoor was een grote groep studenten geboeid. Maar zo waren er ook genoeg die na afloop van de event week zeiden: ‘meneer, het was best een leuke week, maar ik heb weer genoeg musea gezien voor de komende jaren!’. Dat is ook niet erg; school is om te leren en te onderzoeken wie je bent en uit te zoeken wat bij je past.”

Waarom is een dergelijk programma volgens jou zo belangrijk?

“De maatschappij verhardt en het is de polarisatie waar ik mij enorm aan stoort. Mensen begrijpen elkaar niet meer, sluiten elkaar uit en dat vind ik verschrikkelijk. We leven met verschillende culturen in één land en dat moeten we samendoen. Dat is voor mij het diepste, achterliggende doel van dit project. Daarnaast wilde ik de studenten iets meegeven over zichzelf, dat ze zichzelf beter leren kennen. Zodat de studenten zich staande kunnen houden in de maatschappij.”

Wat is de belangrijkste les uit deze pilot?

“De kennis bij de musea en mensen die daar werken, staan zo ver af van het mbo en een grote groep van de jongeren die in de regio Amsterdam wonen. Door het inclusiviteit vraagstuk proberen steeds meer organisaties het op te pakken. Maar er is wel een gat. Als je blijft werken zoals je altijd al deed, dan zal je die groep nooit bereiken. Het is niet erg als iemand aan een projectweek meedoet en daarna denkt: dit is niks voor mij. Maar het is wel belangrijk dat ze er mee in aanraking zijn gekomen. Bovendien is dus ook gebleken dat je voor het bereiken van deze jongeren meer in moet zetten op het verhaal achter de kunst, in plaats van de kunst zelf.”

Er zijn meerdere *Jouw verhaal, mijn verhaal* event weken georganiseerd en uitgevoerd. Voorafgaand aan de event week kregen alle deelnemers een vragenlijst (nulmeting). Na afloop werd de deelnemers weer gevraagd de vragenlijst in te vullen. De antwoorden die werden gegeven op de twee momenten maakten het mogelijk om verandering over tijd in kaart te brengen. De nulmeting was tevens een belangrijk moment om in kaart te brengen waar de voorkeuren van de doelgroep lag, en hoe hun cultuurparticipatie er uitzag.

Een van de pilot impactstudies richtte zich op de event weeks die in het najaar van 2017 zijn uitgevoerd. Met een dataset van 124 respondenten kregen we inzicht in de culturele voorkeuren van de deelnemers.

De gegevens toonden aan dat:

- jongeren met een biculturele achtergrond minder participeren in receptieve cultuurparticipatie (het bezoeken van een museum of het luisteren naar een muziek concert) dan jongeren zonder biculturele achtergrond;
- jongeren met een biculturele achtergrond vaker participeren in actieve cultuurparticipatie (zoals zelf muziek maken of dansen);
- de jongeren het leven van Vincent van Gogh als interessant ervaren (meer dan zijn kunstwerken), de aansluiting bij de doelgroep kan gemaakt worden door de link te leggen tussen het leven van Vincent van Gogh en de doelgroep;
- de jongeren de multimediatour meer waardeerden dan de algemene kunstgerichte rondleiding met een begeleider.

Andere bevindingen die opvielen:

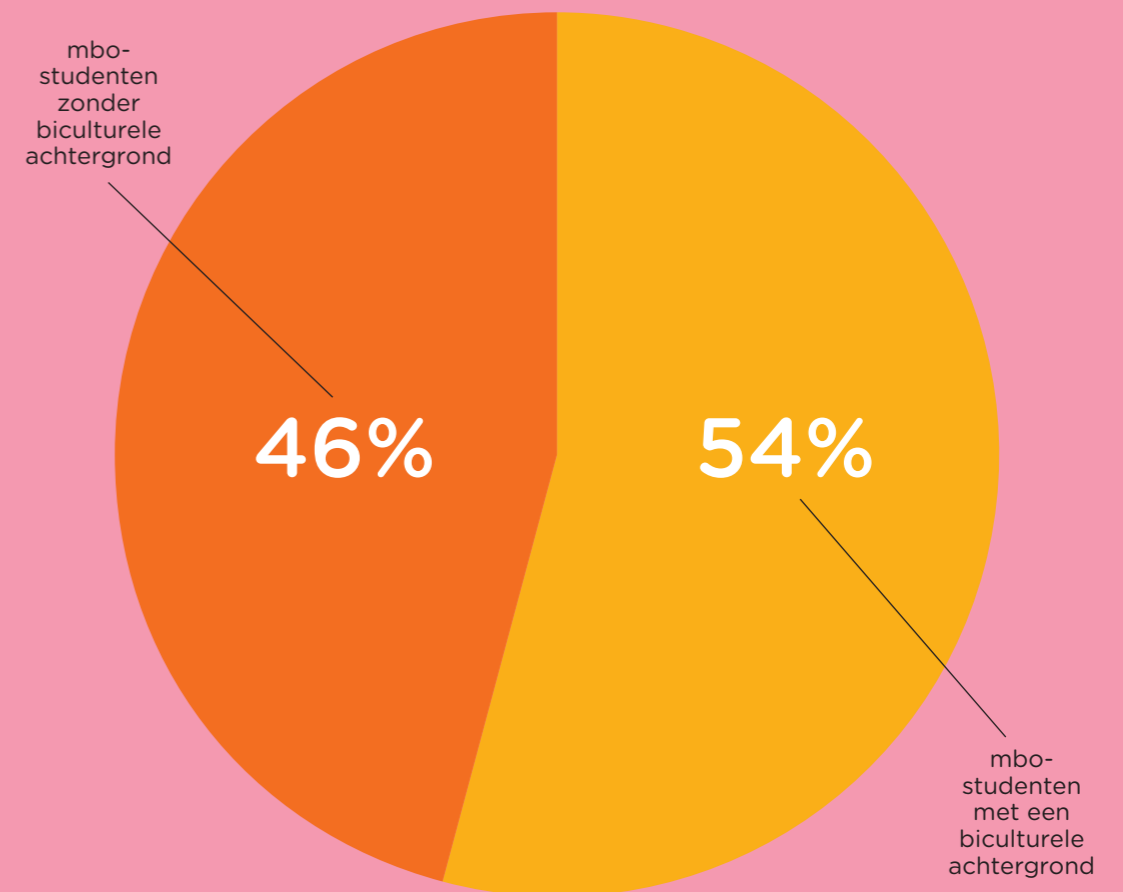
In de meting na de event week wilde een hoger percentage van de deelnemers wel vaker een museum bezoeken (van 20.2% voor het event, naar 28.7% na het event). De belangrijkste redenen hiervoor waren dat ze iets nieuws willen leren, dat ze er even uit willen zijn, dat ze iets nieuws willen proberen, en dat ze kennis willen opdoen over een specifiek onderwerp.

Een groot deel van de deelnemers (43%) had plezier tijdens de event week en was geïnspireerd (35.7%). De studenten die geïnspireerd zijn geraakt gaven aan dat het museumbezoek interessant was, dat ze veel hebben geleerd (o.a. over andere culturen), en dat ze waren geïnspireerd door de verschillende stijlen en kleuren die Van Gogh gebruikte in zijn schilderijen. De studenten die niet waren geïnspireerd door het museumbezoek, gaven aan dat ze de sfeer in het museum niet leuk vonden, dat ze het saai en onaantrekkelijk vonden, en dat ze liever iets actiefs deden in plaats van iets passiefs zoals het kijken naar schilderijen. Het Van Gogh Museum heeft dit meegenomen in de doorontwikkeling van de event week en andere activiteiten.

Studenten die deelnamen aan een event week waarin museumbezoek werd gecombineerd met actieve kunstvormen, zoals *spoken word* of schilderworkshops, zijn positiever over de gastvrijheid van het museum dan deelnemers van een eenmalig museumbezoek van 2017. Dit is een indicatie dat investeren in de relatie met de jongeren meer vruchten afwerpt dan de jongeren eenmalig te benaderen.

De meeste studenten vonden de actieve workshops het leukst.

Biculturele achtergrond Amsterdamse studenten op het middelbaar beroepsonderwijs (mbo)



In het collegejaar 2017/2018 had 54% van de Amsterdamse studenten op het middelbaar beroepsonderwijs (mbo) een biculturele achtergrond (CBS, 2021).



Fotografie: Tomek Whitfield

Douaa Benzine

‘Vanuit mijn rol als Beeldbreker wil ik graag jongeren in contact brengen met kunst. En het Van Gogh Museum in contact brengen met jongeren voor wie een museumbezoek en kunst niet vanzelfsprekend zijn.’

Favoriete moment in Van Gogh Museum: De leuke workshops waar we aan mee mogen doen en de bijdrage die we hebben geleverd tijdens museumnacht. Ook is het supertof om te kunnen helpen om het Van Gogh Museum toegankelijker te maken voor de jongeren uit Amsterdam.

“Als klein meisje maakte ik volgens mijn moeder de mooiste tekeningen en schilderijen. Creatief zijn is voor mij een uitlaatklep; mijn frustratie en teleurstellingen uit ik door te schilderen. Door de gesprekken met mijn moeder weet ik dat mijn oom ook een creatieveling was. Hij is helaas veel te jong gestorven en zijn creatieve geest werd niet altijd gewaardeerd.

Ik zie daarin wel een verband met het leven van Vincent van Gogh.”

“Vanuit mijn rol als Beeldbreker wil ik graag jongeren in contact brengen met kunst. En het Van Gogh Museum in contact brengen met jongeren voor wie een museumbezoek en kunst niet vanzelfsprekend zijn. Verder hoop ik zelf ook veel te leren over de schilderijen die in het museum hangen en er inspiratie uit te halen voor mijn eigen werk.”

Douaa is Beeldbreker sinds september 2021 en maakte voor museumnacht een schets voor citatenkaarten die werden uitgedeeld. Momenteel werkt zij aan de multimediatour voor de tentoonstelling over kunstenares Etel Adnan.

Case

02

Beeld- brekers

Een belangrijk onderdeel binnen de opzet van *Van Gogh verbindt* is samenwerken met de doelgroep. Participatie met de doelgroep doen verschillende musea al, zoals het Stedelijk Museum (Blikopeners). *Van Gogh verbindt* zag in Beeldbrekers de kans om te onderzoeken op welke manier participatie met de doelgroep werkt. Welke ruimte kregen de jongvolwassenen? Wat kan het museum betekenen voor hun persoonlijke ontwikkeling? En zou de groep uit alleen biculturele jongvolwassenen moeten bestaan of is het een mix?



Doel

Met de Beeldbrekers wilde het Van Gogh Museum een antwoord vinden op de vraag:

Op welke manier moeten we samenwerken met de doelgroep om relevant te zijn voor biculturele jongvolwassenen?

Het doel van de pilot was om inzicht te krijgen in:

1. wat de beste manier voor co-creatie is voor het Van Gogh Museum en deze groep.
2. hoe het Van Gogh Museum een inspirerende leeromgeving voor de groep kan zijn en wat dit hen oplevert.
3. hoe dit onderdeel kan worden in het algehele werkproces van het Van Gogh Museum.

+ ‘Voor mij staat diversiteit en inclusie voor: elkaar de ruimte geven, verbinden ondanks onze verschillen, accepteren dat iedereen blinde vlekken heeft’

Na drie jaar experimenteren met de ‘Denktank’ (de werktitel van deze groep ambassadeurs), startte in 2020 de eerste officiële lichting Beeldbrekers. De Beeldbrekers hebben de volgende werkzaamheden:

1. Advies en werksessies - De Beeldbrekers zijn beschikbaar voor alle afdelingen als het gaat om input, (ongevraagd) advies, brainstorms en inspiratiesessies. Het doel is dat alle collega's zoveel mogelijk gebruik maken van de kennis en expertise van de Beeldbrekers.

2. Co-creatie en samenwerking - De Beeldbrekers helpen mee met het ontwikkelen, programmeren en organiseren van een aantal activiteiten, zoals museumnacht, tentoonstellingen, randprogrammeringen (wanneer mogelijk), rondleidingen en *Vincent op Vrijdag*-avonden.

3. Kennisdeling - De Beeldbrekers delen graag hun visie over diversiteit en inclusie en zijn beschikbaar voor interviews en andere communicatiedoeleinden.

Aanpak

In november 2017 nodigde programmamanager Martin van Engel de eerste jongeren uit zijn netwerk uit voor een gesprek in het museum. Later heeft Van Gogh Museum jongeren gewor-



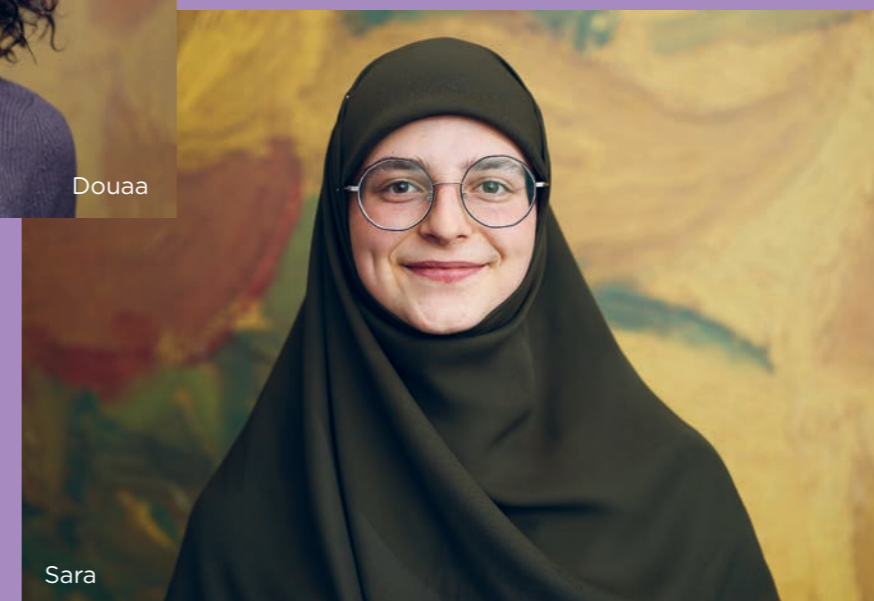
Ahmed

ven via een oproep op Facebook, focusgroepen, rondleidingen voor mbo-studenten, gastcolleges op bijvoorbeeld Reinwardt Academie en vrijdagmiddagborrel *Verkeerd verbonden* (zie ook pagina 40).

De ‘Denktank’ groeide uit tot een toegewijde groep jongvolwassenen met een biculturele achtergrond, die die zich tien uur per maand inzetten om na te denken over marketing, HR, hospitality, educatie en andere vraagstukken. Dit zijn bijvoorbeeld kwesties als: hoe bereiken we een divers publiek voor onze tentoonstellingen, welke influencers kan het museum inzetten voor inclusieve communicatie, welke (rand) programmering is nodig, welke netwerken missen we? De groep heeft zelf samen de naam Beeldbrekers bedacht, vanuit de gedachte ‘We breken bestaande beelden af, om nieuwe op te bouwen.’



Douaa



Sara



Carmène



Anni

+ ‘De Beeldbrekers willen vooral aan jongvolwassenen laten zien dat het Van Gogh Museum ook een plek voor hen is’

Interview



Ghyslaine Tromp
Ghyslaine begon bij *Van Gogh verbindt* met een werkervaringstraject, waar zij zich bezighield met verschillende pilots zoals de Denktank. Daarna bleef zij zich inzetten om de doelgroep een vaste plek binnen de organisatie te geven. Inmiddels werkt Ghyslaine zo'n 3,5 jaar voor het Van Gogh Museum en is zij binnen *Van Gogh verbindt* de coördinator van de Beeldbrekers.

Waar staat inclusie en diversiteit voor jou voor?

"Elkaar de ruimte geven, verbinden ondanks onze verschillen, accepteren dat iedereen blinde vlekken heeft."

Hoe kunnen de Beeldbrekers hier een rol in spelen?

"Het doel van deze groep is om het museum te helpen inclusiever te worden voor de doelgroep jongvolwassenen met een biculturele achtergrond. Door onder andere te helpen met (rand)programmeringen, tentoonstellingen en veel gesprekken te voeren met collega's, kan het museum relevanter en aantrekkelijker worden voor die doelgroep. De Beeldbrekers willen vooral aan jongvolwassenen laten zien dat het Van Gogh Museum ook een plek voor hen is."

Waarom is deze aanpak zo bijzonder?

"Omdat we de afgelopen jaren veel ruimte hadden om te experimenteren met pilots en verschillende onderzoeken, hebben we geleerd wat wel en niet werkt. Er was geen vaste structuur en daarom was het soms misschien een beetje chaotisch. Maar het werkt. We hebben ook veel geluisterd naar wat de Beeldbrekers zelf willen en denken dat nodig is. Zo hebben we bijvoorbeeld veel gesprekken gehad over de samenstelling van de groep; moeten de Beeldbrekers 'exclusief' voor biculturele jongvolwassenen blijven? Dat is natuurlijk niet inclusief! Er zijn hier verschillende meningen over, maar dan ga ik ook graag in gesprek. Ooit willen we wel een gemixte groep hebben - een echte afspiegeling van Amsterdam - maar daar zijn we nog niet. Er is nog werk aan de winkel."

Hoe groot is de groep op dit moment?

"De huidige groep Beeldbrekers bestaat uit 14 jongvolwas-

+ 'Het emotioneerde mij om samen met de Beeldbrekers het eindresultaat te zien'

senen tussen 18-30 jaar, afkomstig uit verschillende steden en dorpen in Nederland. Er zijn kunstliefhebbers en kunstenaars binnen de groep, maar ook jongeren die niet per se iets met kunst hebben. Al die verschillende perspectieven vinden we heel belangrijk. De huidige groep is in september gestart, en heeft onder andere geholpen met de programmering van Museumnacht, het opzetten van een online event en is druk bezig met de komende Etel Adnan tentoonstelling *Kleur als Taal*. Daarnaast hebben ze achter de schermen ook werksessies gehad met verschillende afdelingen."

Waarom moet het museum meer de connectie aangaan met biculturele jongeren?

"Het is belangrijk dat het museum de moeite doet om verschillende doelgroepen te bereiken. Maar ook dat het museum iets te bieden heeft aan de verschillende doelgroepen. De wereld verandert, en om relevant te blijven, moet je ook mee veranderen - vooral in een diverse stad als Amsterdam. En er is zo veel mogelijk! Het verhaal van Vincent is bijvoorbeeld heel inspirerend en veel dingen die hij heeft meegemaakt zijn herkenbaar. Ik ben zelf daardoor zijn kunst veel meer gaan waarderen en uit gesprekken is gebleken dat hetzelfde ook voor veel jongvolwassenen geldt."

Welke geslaagde pilots zijn er met medewerking van Beeldbrekers tot stand gekomen?

"Het realiseren van de collectiepresentatie *Grillige groei* (zie pagina 36), dat was heel mooi om mee te maken. Voor het eerst hebben enkele Beeldbrekers samen met collega's van het museum zoiets gemaakt. Dit was ook een belangrijk leermoment; de Beeldbrekers hebben

geleerd hoe je een presentatie opzet en wat er allemaal bij komt kijken. En collega's hebben hun manier van werken moeten aanpassen. Maar samen hebben ze iets heel moois en indrukwekkend neergezet. Het emotioneerde mij om samen met de Beeldbrekers het eindresultaat te zien. Ze waren heel trots om hun persoonlijke verhalen op de wand te zien met hun naam en foto eronder."

Hoe ervaar jij het werken met de Beeldbrekers?

"Ik vind het heel inspirerend. Er gaat vaak een wereld voor hen open, maar voor mij geldt hetzelfde. Zij leren mij om anders te kijken naar bepaalde dingen."

Welke balans kun je na een aantal jaar Beeldbrekers opmaken?

"De Beeldbrekers worden steeds meer een vast onderdeel van de organisatie. Het is vanzelfsprekender om een Beeldbreker voor advies en input te vragen. Ze worden ook zichtbaarder, en daar spelen collega's een belangrijke rol in. Zoiets gebeurt niet zomaar en het kost tijd. En ik ben trots op het feit dat de Beeldbrekers een mooi uurloon krijgen."

Welke kansen zie je nog voor de Beeldbrekers voor de toekomst?

"De Beeldbrekers zullen dit jaar vaker zichtbaar zijn voor het publiek. Ook als ze niet fysiek in het museum aanwezig zijn. We willen meer interactie tussen de Beeldbrekers en het publiek; dat kan zijn door een fysieke rondleiding of workshop. Maar ook met een verhaal in de audiotour, op een tekstbordje of door Beeldbrekerskaarten met denk- en doe-opdrachten in het museum."

Uitkomsten

Er is op twee manieren onderzoek gedaan bij de Beeldbrekers pilot.

→ **Onderzoek Gatool Katawazi**

In het kader van haar werkervaringstraject in kernteam *Van Gogh verbindt*, interviewde Gatool Katawazi de Beeldbrekers. Zij onderscheidde drie categorieën binnen deze Beeldbrekers:

1

Jongeren die al in de culturele sector werken en dit als een kans zien voor hun cv. Zij vergroten hun netwerk door deelname en vinden dat een samenwerking met het Van Gogh Museum positief op hun cv staat.

2

Jongeren die affiniteit hebben met kunst en cultuur en via deze weg de kans krijgen om met kunst en cultuur bezig te zijn.

3

Jongeren die zich graag bezighouden met de onderwerpen diversiteit en inclusie, en via deze weg de kans grijpen om terug te geven aan hun eigen gemeenschap.

Verder observeerde zij het volgende:

- Het traject heeft invloed op het zelfvertrouwen van sommige Beeldbrekers. Zo gaf een van de Beeldbrekers aan dat zij niet snel in de groep durft te praten. Dit was iets dat zij altijd heeft, omdat ze onzeker is over haar taalgebruik. Door dit bespreekbaar te maken veranderde dit. Zij meldde zich na het eerste gesprek vaker aan voor bijeenkomsten en durft vaker haar mening te geven in de groep.
- Veel Beeldbrekers komen met mensen in contact waar ze normaal niet mee in aanraking komen. Het gaat dan vooral over het contact met de andere Beeldbrekers. De jongeren gaven aan dat zij hierdoor andere gebruiken, normen, waarden en visies leren kennen.
- Beeldbrekers vertelden dat zij nu meer weten over Vincent van Gogh en over schildertechnieken. Ze lieten weten meer waardering te hebben voor musea en dat ze hebben geleerd dat de verhalen achter kunstwerken heel boeiend kunnen zijn.
- Beeldbrekers gaven aan dat ze het contact met de *Van Gogh verbindt*-collega's, programmamanager Martin van Engel en Beeldbrekerscoördinator Ghyslaine Tromp, heel fijn vinden. Sommigen vertelden hen als rolmodellen te zien.
- Enkele Beeldbrekers gaven aan meer gemotiveerd te zijn om kunst ook uit te leggen aan hun omgeving en hen de waarde van kunst in te laten zien.

‘Beeldbrekers hebben een positieve invloed op de perceptie van hun directe omgeving’

→ **Onderzoek masterstudenten Erasmus Universiteit**

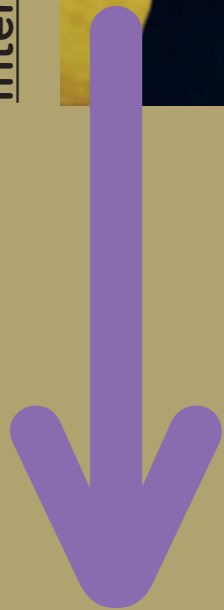
Masterstudenten van het vak *Assessing the Impact of Culture and Creativity in Society* aan de Erasmus School of History, Culture & Communication onderzochten in opdracht van het kernteam wat de impact van de Beeldbrekers is op hun directe omgeving*.

*Onder ‘directe omgeving’ wordt verstaan: vrienden, familie et cetera. Zo is er gekeken naar het idee van ‘gastvrijheid’ (het museum is een gastvrije plek) en ‘identificatie’ (met het verhaal van Vincent).

Uit de 40 ingevulde vragenlijsten en 9 interviews bleek dat:

- Beeldbrekers een positieve invloed hebben op de perceptie van hun directe omgeving op het museum.
- De directe omgeving het Van Gogh Museum als een gastvrije plek ziet door de Beeldbrekers.
- De rol van ‘nabijheid/proximity’ een belangrijke variabele was: hoe bekender iemand is met de Beeldbreker(s), hoe relevanter het Van Gogh Museum ook is voor die persoon. Daarnaast is de rol van nabijheid bepalend voor in hoeverre die persoon zich kan identificeren met het leven en werk van Vincent van Gogh.

Interview



Jaouad Chentouf
Jaouad combineert zijn passie voor kunst met zijn liefde voor installatietechniek en technisch tekenen. Hij wilde anderen ook de kracht van kunst en creativiteit laten ervaren en kon als Beeldbreker veel van zijn ideeën uitwerken. In 2020 heeft Jaouad bijgedragen aan de *Grillige groei* collectiepresentatie.

Het *Van Gogh verbindt*-kernteam wilde de Beeldbrekers, als officieel onderdeel van het museum, zo zichtbaar mogelijk maken. Binnen de organisatie én het museum zelf. Met *Grillige groei* maakten senior conservator Maite van Dijk en senior educator Jolein van Kregten samen met Beeldbrekers een presentatie in het museum.

Hoe kwam *Grillige groei* tot stand?

“We moesten een kunstwerk van het Van Gogh Museum kiezen dat een stukje uit ons eigen leven weerspiegelde. Ik wist meteen dat dit *De pastorie te Nuenen* moest zijn. Dit schilderde Van Gogh toen hij weer tijdelijk bij zijn ouders woonde en het niet zo goed met hem ging, iets wat ik ook heb meegemaakt. Daarna moesten we de teksten bepalen die erbij moesten staan. Het verhaal achter mijn keuze, wat herkende ik in dit schilderij uit mijn eigen leven? Dat was het minst leuke aan het project, ik snapte niet dat we zo lang over elke punt of komma moesten discussiëren. Vanuit mijn werklogica duurde dat veel te lang. In de bouw bespreek je een kwestie vijf minuten; het is ‘ja’ of ‘nee’ en je gaat door. Maar uiteindelijk begreep ik dat je als museum te maken hebt met veel verschillende personen die deze teksten straks allemaal moeten begrijpen.”

Jullie kropen als Beeldbrekers echt in de huid van curator?

“Ja, er kwam nog het technische aspect bij kijken. De belichting, hoe hoog het schilderij moest hangen, maar ook de kleur van de wand en het patroon om het schilderij bijvoorbeeld. Vooral de hele organisatie was mooi om te doen. Ik had vroeger nooit een beeld van wat daarbij komt kijken. Nu



+ ‘Door de Beeldbrekers wordt je wereld groter en je visie breder’

heb ik dat wel. Het hele proces vond ik echt geweldig.”

Hoe vond je het dat je deze rol kreeg?

“Het heeft mij hartstikke trots gemaakt. Ik heb meteen mijn oma in Marokko en schoonouders gebeld. Die trots zat vooral in dat het als een soort beloning voelde voor de drie jaar die ik toen al bij het Van Gogh zat. Een verering aan de wand in het museum, dat had ik niet gedacht. Mijn familie en vrienden waren eerst wel in shock, want ‘jij zat toch in de techniek en niet in de cultuur?’. Ze waren er allemaal blij mee, zijn ook langsgegaan en hebben foto’s gemaakt. Ik ben zelfs door mensen op straat herkend. “Zat jij niet in het Van Gogh Museum? Vet man! Dat was echt leuk.”

Waren er alleen maar positieve reacties?

“Ook wel haatreacties. Mensen die het raar vinden dat jij daar staat. Ik heb wel eens naar mijn hoofd gekregen: ‘ze hebben jou daar alleen maar neergezet, omdat je Marokkaans bent’. Dat is 100% haat. Maar ik denk dan altijd: ‘jij weet niet wat ik die drie jaar daarvoor heb gedaan met het museum’. Die mensen laat ik gewoon praten.”

**Wat heb jij persoonlijk aan *Grillige groei* en je rol als Beeldbreker overgehouden?**

“Ik ben er zeker door veranderd. Eerst was ik best een stille jongen. Ik durfde niet zo snel uit te spreken wat ik vond, omdat ik dan vaak bang was voor de reacties van anderen. Bij de Beeldbrekers heb ik mijzelf een beetje in het diepe kunnen gooien. Tijdens de brainstorms werd nadrukkelijk gevraagd wat ik ervan vond. Ze trokken dan echt het antwoord uit je. Op een gegeven moment was het resultaat dat ik steeds gebekter werd en mezelf durfde te zijn. Ik ben sterker in mijn schoenen gaan staan. Hierdoor heb ik vandaag de dag een betere baan. Ik ben nu verwarming-ingenieur en ontwerp verwarmingssystemen voor duurzame woningen en kantoorpanden.”

Is *Grillige groei* wat jou betreft voor herhaling vatbaar?

“Het lijkt mij mooi als anderen daar ook de kans voor krijgen. Heel veel jongeren hebben een verhaal, of je nu rijk of arm bent en uit welke buurt je ook komt. Iedereen heeft dingen in zijn leven meegemaakt, waarin je toch een soort van bevestiging zoekt. Ben ik nu echt die persoon die ik denk dat ik ben? Daar ga je hier mee aan de slag. Het geeft veel zelfvertrouwen, maar ook een goed beeld van hoe een museum in elkaar steekt. Bovendien gun ik iedereen dat gevoel van vreugde en trots als je terug kunt kijken op het resultaat.”

En hoe zie je de toekomst van de Beeldbrekers?

“Ik hoop dat ze dit voortzetten. Het opent deuren naar kennis en een netwerk. Tegelijkertijd biedt het een duwtje in de rug, om verder te kijken dan dat wat je nu doet. Als je ziet waar we zijn begonnen, welke functie wij in de maatschappij vervulden en hoe dat er nu uitziet... Dat is een enorme stap. Daar heeft de kennis die we hebben opgedaan bij het Van Gogh bij geholpen. Door de Beeldbrekers wordt je wereld groter en je visie breder.”

Andere Beeldbrekers die aan *Grillige groei* hebben bijgedragen zijn Carmène Margarita, Sara Aljić en Emmanuela Afriyie.



Fotografie: Tomek Whitfield

Anni Zhu

‘Hoe kan het Van Gogh Museum een betere aansluiting vinden bij ons? Een meer divers en inclusief team, tentoonstellingen en programmering kunnen al de eerste stap zijn.’

Favoriete werk in het Van Gogh Museum: *De Amandelbloesem!* Het staat voor mij voor inspiratie en een nieuw begin.

“In mijn kunst probeer ik constant manieren te vinden om aan de buitenwereld te laten zien hoeveel moois er in ons schuilt en hoe prachtig het is om een persoon met een biculturele achtergrond te zijn. Ik probeer in beeld te brengen wat voor worsteling het kan zijn om op te groeien in een samenleving zoals die van ons, maar ook wat een verrijking wij zijn voor de Nederlandse cultuur.”

“Als Beeldbreker wil ik mijn visie doorgeven aan jongeren zoals ik. Tegelijkertijd ben ik kritisch over de huidige museumcultuur. Hoe kan het Van Gogh Museum een betere aansluiting vinden bij ons? Een meer divers en inclusief team, tentoonstellingen en programmering kunnen al de eerste stap zijn.”

Anni is Beeldbreker sinds september 2021 en heeft voor museumnacht een illustratie gemaakt voor citatenkaarten, die ook werd geprojecteerd in de Rietveldhal van het museum. Anni is momenteel bezig met het ontwikkelen van workshops voor de tentoonstelling over kunstenares Etel Adnan.

Case

03

Verkeerd verbonden

Verkeerd verbonden was randprogrammering bij de tentoonstelling *Gauguin & Laval op Martinique* die in het najaar van 2018 te zien was in het museum. In drie inhoudelijke vrijdagmiddagborrels gingen jongvolwassenen met elkaar in gesprek over de thema's kolonialisme, taal & kleur en representatie.



Doel

Na afloop van een *Verkeerd verbonden* event, deelden Beeldbrekers vragenlijsten uit aan het publiek. Met deze pilot wilde het Van Gogh Museum een antwoord vinden op de vraag:

Op welke manier kunnen onze reguliere tentoonstellingen bijdragen om relevant te worden voor biculturele jongvolwassenen?

Het doel van de pilot was om inzicht te krijgen in:

- 1. hoe de doelgroep het bespreekbaar maken van maatschappelijke vraagstukken waardeert.
- 2. of de doelgroep door *Verkeerd verbonden* anders naar het museum kijkt.
- 3. of zij hierdoor vaker willen komen.



+ ‘Pas als de input van deze avonden zichtbaar wordt ga ik er anders naar kijken’

De tentoonstelling *Gauguin & Laval op Martinique* laat zien welke impact het eiland had op de artistieke ontwikkeling van de twee kunstenaarsvrienden. Maar er is meer dan de kunst-historische blik alleen. Met *Verkeerd verbonden* grepen we de tentoonstelling aan om kritisch na te denken over thema's zoals kolonialisme, taal & kleur en beeldvorming.

Met welk idee vertrokken Gauguin en Laval in 1887 naar Martinique? Welke invloed had de Europese, koloniale blik van de twee witte kunstenaars op het werk dat ze maakten? Hoe verbeeldden zij de plaatselijke bewoners en de natuur in hun schilderijen? Samen met het publiek ging het Van Gogh Museum in *Verkeerd verbonden* aan de slag met deze en andere vragen. Tijdens deze inhoudelijke vrijdagmiddagborrel nam het publiek zelf deel aan discussies, ook met de curatoren bijvoorbeeld, en volgden ze interactieve workshops. Daarnaast gaven de deelnemers nieuwe namen aan kunstwerken en werden audiotours herschreven.

Aanpak

Voorafgaand aan *Verkeerd verbonden* vond een brainstorm plaats met curatoren, educatoren en Beeldbrekers. Al vrij snel werd duidelijk dat de kunstwerken vragen oproepen over kolonialisme. De tentoonstelling gaf aanleiding om dit verder uit te diepen. *Verkeerd verbonden* was de eerste pilot die werd opgezet met Beeldbrekers.

In brainstorms met de Beeldbrekers, als vertegenwoordigers van de biculturele jongeren, is besloten om met de doelgroep in gesprek te gaan over de context van de werken. Om het



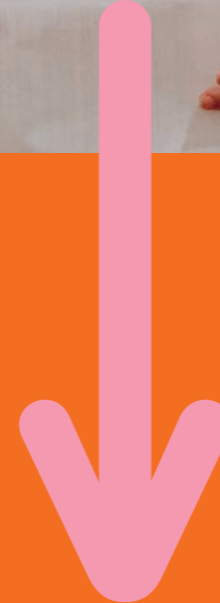
gesprek te stimuleren werden er interactieve workshops aangeboden. De presentatie van de drie zogenaamde vrijdagmiddagborrels was in handen van Beeldbreker Yahmani Blackman. Soort Kill (SMIB-collectief), Atta de Tolk (woordkunstenaar), Untold en theatergroep Joshbro's maakten het programma compleet.

De promotie van *Verkeerd verbonden* vond plaats via een radiospot op radiozender FunX. Ook publiceerde het museum drie korte promo's op YouTube, waarin Beeldbreker Shaneequa Vrede op straat mensen interviewde over kolonialisme, taal & kleur en representatie.

Uiteindelijk bezochten 120 jongvolwassenen verspreid over 3 avonden *Verkeerd verbonden* in het auditorium van het museum.



Interview



Carmène Margarita

Op uitnodiging van haar nicht ging Carmène mee naar *Verkeerd verbonden*. Ruim drie jaar later is zij een vaste waarde van de Beeldbrekers. In deze rol hoopt ze jongeren zoals zij een plek en een stem te geven in het Van Gogh Museum, zodat zij de waarde en het belang van kunst en musea kunnen ervaren op een manier die bij hen past. Het belangrijkste hieraan? Dat ze van zich kan laten horen.

Kun je iets vertellen over de *Verkeerd verbonden* editie waar jij destijds was?

“Het thema was ‘Gauguin & Laval op Martinique’, want dat waren tijdsgenoten van Vincent van Gogh. Het event ging over hoe een museum als instituut zo'n tentoonstelling neerzet, en hoe de koloniale blik en het erfgoed zichtbaar worden in het museum. Hoe je anders gaat kijken naar werken als je de geschiedenis weet. Vaak bekijk je de historie van het werk, wie de schilder is, wat voor materialen ze gebruiken en welke intentie ze hadden. Vaak kijkt men niet naar wie er wordt afgebeeld. Waarom waren zij belangrijk en de anderen niet? Daar draaide het tijdens *Verkeerd verbonden* om.”

Wat is jou bijgebleven van die avond?

“Dat er veel werken waren waarin zwarte mensen waren afgebeeld, maar niet veel bekend was over hun leven of cultuur. Ze waren er meer om het schilderij spannender te maken, er was heel weinig identiteit aan deze personen gegeven. Normaal vraag je je niet echt af als je een schilderij bekijkt waarom sommige mensen wel een identiteit krijgen en andere mensen niet. Maar die avond wel.”

Hoe verliep het event zelf?

“Je kreeg de opdracht om in groepjes van drie de zaal op te gaan, met mensen die je niet kende. Dat was het fijne ervan, je kijkt er met onbekenden toch anders naar. Hier kwamen interessante gesprekken uit voort. Zo wist iemand dat de kleur van de hoofddoeken en de kleding die de vrouwen droegen speciale betekenissen hadden. Gauguin veranderde in zijn werk ook heel vaak de kleuren, en daarmee veranderde de kunstenaar dus ook de betekenis van zo'n hoofddoek of gewaad. Hij had zelf niet door dat hij

+ ‘Ik denk dat het belangrijk is om jongeren zoals ik een stem te geven in instituten waar we meestal geen stem hebben’

daarmee de geschiedenis aan het herschrijven was. Ik leerde nieuwe dingen en sprak mensen die wat meer kennis over het onderwerp hadden.”

Heb je zelf iets overgehouden aan *Verkeerd verbonden*?

“De Beeldbrekers! Ik was helemaal niet naar die avond gegaan met het idee dat ik in deze denktank zou aansluiten. Toen was ik heel erg bezig om uit mijn comfortzone te stappen, persoonlijke groei en mijn blik verruimen. Tijdens het event raakte ik in gesprek over wie het georganiseerd had en wat het nut van dit soort dingen was. Vanaf dat moment ben ik Beeldbreker geworden en dat is een van de leukste dingen die ik in mijn leven heb meegemaakt.”

Ben je na het event anders over Van Gogh Museum gaan denken?

“Ik vind het heel erg dapper en sterk, omdat het museum mensen uitnodigde om kritiek te geven op de tentoonstelling en hun museum. Daar heb ik veel respect voor. De onderzoeker van de tentoonstelling was tijdens *Verkeerd verbonden* aanwezig, je kon met hem in gesprek over waarom ze bepaalde informatie niet tonen en hoe ze bepaalde beslissingen nemen. Hij stond ook open voor kritiek, dat vond ik heel sterk.”

Het museum blijkt minder aansluiting te vinden bij jongeren met een biculturele achtergrond. Hoe zie jij dat?

“Dat is een van mijn grote motivaties, om hier als Beeldbreker over mee te denken en hier wat aan te veranderen. Toen ik me bij het Van Gogh Museum aansloot, was ik ook al meer bezig met mijn positie als zwarte vrouw in

Nederland. Ik focus me hierbij niet zozeer op diversiteit, maar op hoe we dingen wat meer ‘ik voel me hier ook thuis’ maken. Met de focus op jongeren met een biculturele achtergrond.”

Waarom is een project als *Van Gogh verbindt* zo belangrijk?

“Ik denk dat het belangrijk is om jongeren zoals ik een stem te geven in instituten waar we meestal geen stem hebben.”

Zouden meer culturele instellingen de connectie met biculturele jongeren moeten aangaan?

“Ja. Vooral omdat wij nu nergens heen gaan. Voorheen waren onze ouders immigranten, maar wij zijn Nederlanders en hier geboren. Onze samenleving is aan het veranderen en de instituten moeten mee veranderen. Je kunt niet vast blijven houden aan oude, gedateerde waarden en normen. Je ziet het ook op social media: dat heeft geen plek meer, mensen zijn er klaar mee. De samenleving is zo divers, dat het perspectief van de dominante cultuur hierin mee moet gaan. Je ziet dit wel in de cultuur om je heen, maar in de musea lopen ze een stapje achter. Ik denk dat wij daarom belangrijk zijn, wij moedigen ze aan.”

Op welke manier?

“Vanuit het museum heb ik ervaren dat ze weten dat er iets moet veranderen, maar dat ze bang zijn voor de reacties op grote veranderingen. Als een instituut inclusiever wil worden, dan is er altijd een groep die een tegengeluid geeft. Of het niet ‘te’ of ‘te overdreven’ is. Ik denk dat ze bang zijn voor deze reacties. Biculturele jongeren vormen een kleine doelgroep, maar kunnen wel bijdragen aan het museum. Kijk eens naar de traditionele bezoekers van een



Fotografie: Jelle Draper

museum; dan denk je niet aan biculturele jongeren maar aan oudere, witte Nederlanders. En zij hebben vaak ook het sterkste tegengeluid als het aankomt op inclusie en diversiteit. Maar we willen helemaal geen strijd, we willen dat alle kanten van het verhaal verteld worden. En dat er ruimte voor ons is. Dit neemt geen ruimte weg van anderen. Zorg ervoor dat iedereen zich welkom voelt en dat het een afspiegeling van de samenleving is.”

Verkeerd verbonden draait om maatschappelijke vraagstukken met kunst verbinden. Is dat in jouw ogen een goede manier om met elkaar in gesprek te gaan?

“Ja en nee. Ja, omdat ik geweldige gesprekken heb gehad. Maar het trekt ook bepaalde personen aan, omdat het vrijwillig is. Er komen mensen op af die al geïnteresseerd zijn in zowel kunst als diversiteit. Je spreekt daardoor dus mensen die al openstaan voor het gesprek. Op de lange termijn denk ik niet dat het heel veel verandert. Het is toch een beetje ons kent ons, we zitten in dezelfde kringen. Dan blijven

die ideeën in die kringen. Als je de verbinding wil maken, moet je het zo breed mogelijk kunnen verspreiden. Je moet ook mensen bereiken die niet naar zo’n event komen. Ik wil niemand ergens van overtuigen, daar ben ik niet in geïnteresseerd. Maar ik wil wel gehoord worden én ik wil wel horen waarom mensen er zo tegen zijn.”

Hoe zou je biculturele jongeren beter kunnen bereiken?

“Dat is een hele grote uitdaging. Scholen zijn een goede plek om mensen te bereiken, omdat daar veel mensen met verschillende achtergronden komen. Het is bovendien een instituut waar je wil leren en waar je blootgesteld wordt aan andere ideeën. Jongeren staan hier wat meer open om andere ideeën te horen. Met events in musea, zoals *Verkeerd verbonden*, is het gewoon moeilijk. Je bent dan gebonden aan mensen die normaal gesproken al zelf naar een museum gaan, en in dit geval ook nog op bijvoorbeeld een vrije avond naar een museum willen gaan. Dat zijn flink wat drempels.”

Uitkomsten

Er is zowel kwantitatief als kwalitatief onderzoek gedaan onder de bezoekers van *Verkeerd verbonden*. Hieruit bleek dat de deelnemers van de inhoudelijke vrijdagmiddagborrels zich niet gerepresenteerd voelden in het museum. De programmering heeft er wel toe geleid dat de deelnemers zich gehoord en gewaardeerd voelden. De meerderheid van de deelnemers geeft aan anders naar het Van Gogh Museum te kijken. Ook droeg deze programmering bij aan de bewustwording dat er verschillende manieren zijn om naar kunst en de wereld te kijken, en zijn deelnemers overwegend positief over hun intentie om vaker naar het museum te willen komen door de *Verkeerd verbonden* events.

Uit de resultaten van de afgenomen vragenlijst blijkt dat 61% van de bezoekers na deze avond anders is gaan kijken naar het museum. Wel is te zien dat respondenten zonder biculturele achtergrond in hogere mate anders zijn gaan kijken naar het museum (64%) dan bezoekers met een biculturele achtergrond (47%). Mensen met een biculturele migratieachtergrond lijken dus minder positief. Betekent dit dat de beeldvorming van het museum door het event bij mensen zonder biculturele achtergrond dus beter geworden is, dan bij mensen met

biculturele achtergrond? Dit is aanleiding voor het Van Gogh Museum om de zoektocht naar relevantie van het museum voor de doelgroep voort te zetten en verder te ontwikkelen. Niet vóór de doelgroep, maar echt mét de doelgroep.

De respondenten die aangeven anders naar het museum te zijn gaan kijken, laten weten dat dit komt omdat het museum inhoudelijker is geworden en omdat het museum een andere kant van zich heeft laten zien. Respondenten vinden het fijn dat het museum open staat voor gesprek, en dat het goed is dat het op deze wijze een platform voor debat is.

Toch was niet iedereen positief. Van de respondenten die aangeven dat ze door *Verkeerd verbonden* niet anders naar het museum zijn gaan kijken of dit echt niet weten (18% van de ondervraagden, en 27% van de mensen met een biculturele achtergrond), blijkt dat het vertrouwen in daadwerkelijke verandering nog niet diepgeworteld is. Mensen vonden het mooie avonden, maar zijn niet overtuigd van duurzame verandering van het museum. Zo geeft een respondent aan alleen vaker naar het museum te willen komen als diversiteit ook daadwerkelijk terugkomt in de representatie van het museum.

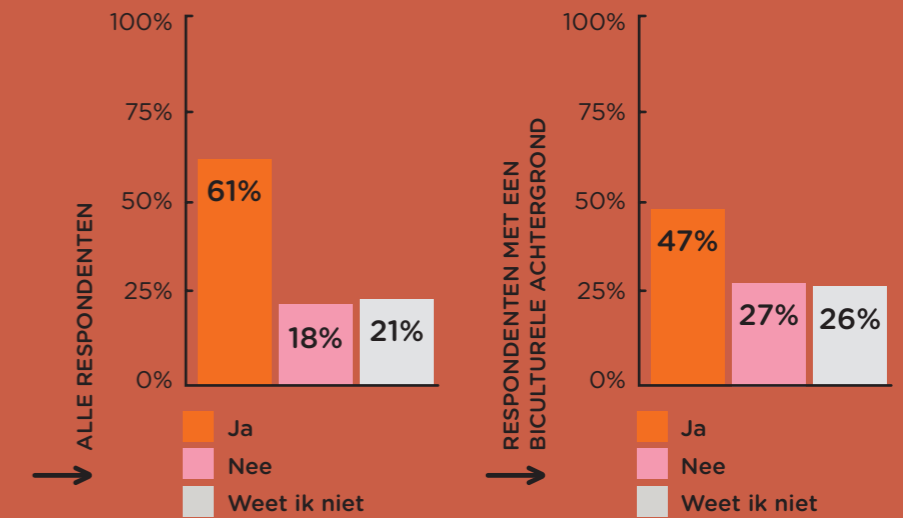
Algemene bevinding:

- het bespreken van maatschappelijke vraagstukken wordt gewaardeerd
- alle respondenten vinden dat het Van Gogh Museum zulke dingen vaker moet organiseren

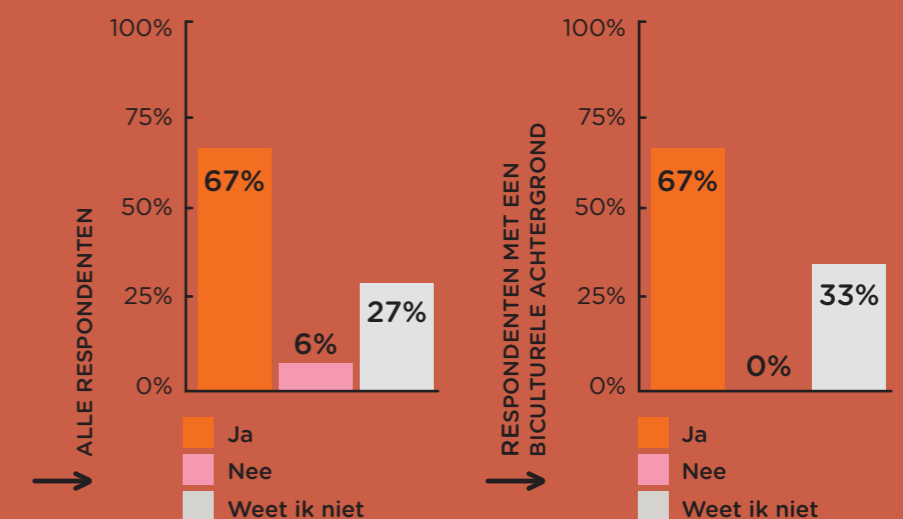
De respondenten lieten verder weten dat:

- het museum goed bezig is met verandering
- het museum naar een kritische dialoog streeft
- het museum relevant is in het hedendaagse debat

Kijk je na *Verkeerd verbonden* anders naar het Van Gogh Museum?



Wil je na *Verkeerd verbonden* vaker naar het Van Gogh Museum?



Er is een verschil te zien in de antwoorden tussen mensen met en zonder biculturele achtergrond. Dit is aanleiding voor het Van Gogh Museum om de zoektocht naar relevantie van het museum voor de doelgroep voort te zetten en verder te ontwikkelen.

+ ‘Maatschappelijk debat over de onderwerpen kolonialisme, taal en representatie is aardig, maar het museum heeft daadwerkelijk een muur afgebroken en is een brug aan het bouwen’



Niet alle deelnemers waren positief. Van de respondenten die aangeven dat ze door *Verkeerd verbonden* niet anders naar het museum zijn gaan kijken, reageren enkelen als volgt:

- “Super avond maar ik ben niet overtuigd dat het museum zelf verandert.”
- “Pas als de input van deze avonden zichtbaar wordt, ga ik er anders naar kijken.”



Fotografie: Tomek Whitfield

Ahmed Emin Batman

‘Verschillende culturen hebben mij altijd gefascineerd, waarbij ik de overeenkomsten tussen die culturen net zo belangrijk en waardevol vind als de verschillen.’

Favoriete werk in het

Van Gogh Museum: Vincent maakte *Amandelbloesem* als cadeau voor zijn broer Theo na de geboorte van zijn zoon: Vincent Willem. De amandelboom symboliseert een nieuw leven. Het werk weet mij elke keer weer op te vrolijken. In de brief waarin Theo het heugelijke nieuws meedeelde, schreef hij: ‘Zoals we je hebben gezegd, vernoemen we hem naar jou en ik spreek de wens uit dat hij even vasthoudend en even moedig wordt als jij.’ Ik neem deze boodschap ook aan en hoop even vasthoudend en moedig te zijn met mijn werken als Vincent dat ooit was.

“Bicultureel zijn is het beste wat mij is overkomen. Verschillende culturen hebben mij altijd gefascineerd, waarbij ik de overeenkomsten tussen die culturen net zo belangrijk en waardevol vind als de verschillen. Daarom

probeer ik al ruim vier jaar in mijn werkzaamheden en functie binnen het educatieteam bij het Stedelijk Museum diversiteit en inclusie hoog in het vaandel te houden. En nu ook in het Van Gogh Museum!”

“Ik ben derdejaars bouwkundestudent aan de TU Delft en heb een eigen YouTube-kanaal waar ik cultuur gerelateerde content op deel. Hoe Van Gogh vastberaden was om met zijn kunst vooruit te komen en mensen te raken, hoop ik met mijn architectonische en online creaties en kunstwerken mensen te inspireren en te raken!”

Ahmed is Beeldbreker sinds september 2021 en heeft voor museumnacht een illustratie gemaakt voor citatenkaarten, die ook werd geprojecteerd in de Rietveldhal van het museum. Ahmed is momenteel bezig met het ontwikkelen van workshops voor de tentoonstelling over kunstenares Etel Adnan.

Case

04

Van Gogh ontspant inloop- workshops

In 2017 en 2018 zijn in het Van Gogh Museum verschillende focusgroepen gehouden waarin biculturele jongvolwassenen nadachten over relevante programmering. Dit leverde maar liefst zestig leeropbrengsten op. Enkele daarvan betroffen het uitvoeren en programmeren van activiteiten buiten het museum. De doelgroep gaf aan dat het Van Gogh Museum veel meer 'op locatie' aanwezig moet zijn, omdat het museum voor sommige jongeren nog niet uitnodigend genoeg is.



Doel

Met de schilderworkshops in het hoger beroepsonderwijs wilde Van Gogh Museum een antwoord vinden op de vraag:

Hoe kunnen outreach-schilderworkshops bijdragen aan de relevantie en gastvrijheid van het Van Gogh Museum die door biculturele jongvolwassenen wordt ervaren?

Het doel van de pilot was om inzicht te krijgen in:

1. de ervaringen van de deelnemers
Ondanks het feit dat het museum zich ervan bewust is dat een schilderworkshop niet direct tot grote veranderingen leidt, geeft het inzicht in succesfactoren om de doelgroep te bereiken.
2. de perceptie van deelnemers met betrekking tot het ervaren van gastvrijheid van het Van Gogh Museum
Dit kan het museum helpen andere outreach- en inhouse-activiteiten aan te scherpen.

+ ‘Ik vond het eigenlijk best een rustgevend proces, om na een tentamen jezelf helemaal te geven in een schilderij’

N

a de mbo-pilot in het museum kwamen, mede gevoed door de focusgroepen over relevante programmering, twee vragen op:

1. Hoe kunnen we relevant zijn voor biculturele jongeren als zij niet naar het museum komen?
2. Hoe kunnen we relevant zijn voor een ander segment biculturele jongvolwassenen?

Het kernteam van *Van Gogh verbindt* onderzocht welke samenwerkingen er met het onderwijs mogelijk waren voor pilots buiten het museum. Met deze outreach-activiteiten wil het museum de toegankelijkheid vergroten, om zo meer uitnodigend te zijn voor de doelgroep. Het Van Gogh Museum besloot zijn focus te vergroten naar het hoger beroepsonderwijs (hbo), omdat het aantal biculturele studenten op hogescholen dermate interessant is om gerichte pilots op te zetten. Ter illustratie; in het collegejaar 2020/2021 had 41.6% van de Amsterdamse hbo-studenten een niet-westerse biculturele achtergrond (CBS, 2021).

Deze trend was aanleiding voor het museum om de samenwerking aan te gaan met het



hoger beroepsonderwijs. In samenwerking met studenten van hogeschool InHolland Diemen – met studies als communicatie, eventmanagement en bedrijfskunde – is een pilot ontwikkeld. Uit eerder onderzoek is gebleken dat jongeren met een biculturele achtergrond een voorkeur hebben voor actieve cultuurparticipatie en vaker meedoen aan actieve cultuurvormen. Daarom is ervoor gekozen om een pilot te organiseren waarin studenten geprikkeld worden om actief met kunst aan de slag te gaan. In deze pilot werden de studenten op school benaderd en uitgenodigd om hun eigen kunstwerk te maken.



Aanpak

Via flyers en communicatiekanalen is vooraf een aankondiging gedaan van de inloopworkshops. Het doel van *Van Gogh ontspant* was relevantie te creëren voor de doelgroep. Enerzijds door kunstparticipatie toegankelijk te maken, anderzijds door ontspanning tussen de colleges aan te bieden. De gratis schilderworkshops vonden plaats in de aula's, waar met ezels, verf, kwasten en schorten pop-up ateliers waren gecreëerd. Ter plekke werden geïnteresseerden ontvangen door workshopsbegeleiders met een biculturele achtergrond, waaronder kunstenaars Iriée Zamblé en Dion Rosina, die speciaal voor *Van Gogh verbindt* zijn aangetrokken. Beeldend kunstenaar, en

vaste workshopdocent voor het Van Gogh Museum, Tyas Leeuwerink was hier namens het museum bij aanwezig om de workshopbegeleiders bij te staan.

Onder begeleiding van deze workshopbegeleiders maken de studenten op basis van een Van Gogh-werk, zoals *De aardappeleters*, een eigen kunstwerk die zij mee naar huis mogen nemen. De schilderworkshops zijn in 2019 uitgevoerd. In 2020 zouden de schilderworkshops plaatsvinden bij de Hogeschool van Amsterdam, maar als gevolg van de coronacrisis is dit nog niet gebeurd.

Interview



Tyas Leeuwerink
Beeldend kunstenaar Tyas Leeuwerink geeft als workshopdocent onder meer les bij het Van Gogh Museum en het Rijksmuseum. Bij het Van Gogh Museum leidt hij ook groepen rond en geeft hij beeldende lessen. Voor *Van Gogh verbindt* heeft Tyas diverse *Van Gogh ontspant* inloopworkshops ondersteund.

Van Gogh ontspant inloopworkshops en hogescholen; was het direct een match?

“Op InHolland in Diemen sloeg het die keren dat we er waren zeker aan. De setting voor de workshops was een open ruimte, dus dat is voor mensen toch raar. Je moet de studenten ter plekke wel aanspreken, uitleggen wie en waarom wij hier zijn, dat het gratis is en ze vooral uitnodigen om mee te doen. Er liepen omdat het tentamenweek was regelmatig groepjes gespannen studenten rond, zij vonden het leuk om ineens totaal iets anders te doen dan waar zij normaal mee in aanraking komen.”

Wat is het verschil met een workshop in het museum zelf?

“Bij het Van Gogh Museum vinden workshops plaats in een speciaal atelier en zijn de mensen al met kunst bezig, omdat ze een museum zijn binnengestapt. Bij de hogeschool is het meer een open atelier gevoel, waar je spontaan binnen loopt. Het was wel heel vrijblijvend; voor ieder niveau en iedere leeftijd. In een korte introductieles van zo’n vijf minuten vertellen we studenten wie we zijn, wat je gaat doen en dat de begeleider je kan helpen in het proces. Ik kan me wel voorstellen dat ze het als een leuke afleiding zagen. Zo bracht de school ook de workshop onder de aandacht bij studenten: even je hoofd legen en iets totaal anders doen, voordat je weer met je neus in de boeken duikt.”

Hoe werkte het in de praktijk?

“Sommigen hadden geen tijd, maar er waren genoeg studenten die wel mee wilden doen. Het was een schilderworkshop zelfportret, een klassiek thema met voorbeelden van Van Gogh. Aan de hand van prints en posters geef je als docent

Fotografie: Lilian van Rooij

+ ‘Zodra je klaar bent met de middelbare school komen jongeren eigenlijk nog weinig in aanraking met kunst’

uitleg en verwijst je naar Vincent zijn werk. Het gaat echter ook snel over welke basiskleuren je gebruikt, hoe je die mengt en of je bijvoorbeeld voor je echte huidskleur gaat of dat je het vooral los en zo vrij mogelijk laat. Dat deed Vincent ten slotte ook. In de korte uitleg kwam de basis van een zelfportret aan bod, zoals de vorm van je gezicht. Voor de verhoudingen in het gezicht was er een schema om dat te verduidelijken. Maar de studenten kregen ook basisstappen mee als ‘zet het groot op het doek’ of ‘gooi je canvas eerst even vol met een kleur’. Er zat een redelijke vaart in; een paar minuten praten en daarna gingen de studenten aan het werk. We legden ze ook een beetje in de watten, de studenten hoefden de verf niet zelf te pakken omdat wij dat voor ze maakten. Alles om ze ook een beetje op hun gemak te stellen; voor veel van hen was het überhaupt al spannend om te gaan schilderen. Hoe oud je ook bent, heel veel mensen hebben dat niet meer gedaan sinds de kunstlessen op de basis- of middelbare school.”

Wat viel je op aan de studenten die met de workshop in aanraking kwamen?

“Op deze hogeschool zaten veel managementachtige en economische studies, waar studenten vaak weinig tot geen ervaring met kunst hadden. De paar die dat wél hadden sloten snel aan. Zij vonden het geweldig. Maar ook die andere groep, die van huis uit niet (voldoende) in aanraking is geweest met kunst om zelf naar een museum te gaan, vond het prachtig om mee te doen. Ik merkte ook hoe goed het werkte dat er tijdens de inloopworkshop jonge mensen, en mensen van kleur, voor de groep staan. Zelf pas ik niet helemaal in dat plaatje, maar in mijn geval was het duidelijk merkbaar dat studenten met mij een makkelijke klik voelden

vanwege mijn jonge leeftijd. Bij mede-kunstdocenten Iriée en Dion zag je dat hun biculturele afkomst een connectie eenvoudiger maakte; het aanspreken van jongeren met een soortgelijke achtergrond werkte heel goed. Wanneer er iemand op je afstapt op wie je lijkt of in wie je je herkent, voelt dat snel vertrouwelijker. Dat is natuurlijk *Van Gogh verbindt* in de kern.”

Denk je dat jongeren na deze workshops meer openstaan voor kunst?

“Ik hoop natuurlijk van wel. Er zal altijd iets veranderen, want je hebt sowieso een ervaring met kunst gehad. Eén meisje was echt fan. Zij is meerdere dagen teruggekomen en ik heb haar uiteindelijk zelfs ook nog in een workshop in het museum gezien. Je merkte bij deelnemers, ook al deden ze maar twintig minuten mee, dat er iets opleefde. Ik hoop dat dat omgezet wordt naar ‘ik ga een keer naar het museum’ of ‘ik zoek thuis eens wat op’. Voor de groep jongvolwassenen is er namelijk weinig kunstonderwijs in Nederland in het algemeen. Zodra je klaar bent met de middelbare school komen jongeren eigenlijk nog weinig in aanraking met kunst. Het is dus niet zo gek dat zij de drempel naar het museum hoog vinden.”

Geldt dit in jouw ogen alleen voor biculturele jongeren?

“Nee, ik denk dat dit breder opgaat maar wel met een close-up op de groepen die moeilijker te bereiken zijn. Ik kom uit Osdorp, Amsterdam Nieuw-West, en ik weet dat de jongens uit die wijken waar ik ben opgegroeid kunst als iets heel ver van hun bed zien. Alsof het niet voor hen bedoeld is. De musea hebben de capaciteit en de mogelijkheid om die mensen naar binnen te halen.”

Uitkomsten



mdat de schilderworkshop een eenmalige en laagdrempelige manier moest zijn om contact met de doelgroep te leggen, én omdat het Van Gogh Museum vooraf niet wist welke personen

deel zouden nemen, lag het uitvoeren van een onderzoek met een vragenlijst afname voor en na de workshop niet voor de hand. Daarom is er gekozen voor een gemixte benadering, waarbij de studenten bij aanvang van de schilderworkshop werden gevraagd om na afloop een korte vragenlijst in te vullen. Studenten waren voor deelname aan de schilderworkshop geïnformeerd over de onderzoeksdoel-einden die gepaard gingen met de pilot. Deze vragenlijst bevat zowel kwantitatieve als kwalitatieve vragen en werd direct na afloop van de schilderworkshop digitaal afgenomen door medewerkers van het museum.

In totaal hebben 72 studenten de vragenlijst ingevuld, 65.2% van hen had een biculturele achtergrond. De resultaten tonen aan dat de workshop als zeer positief is ontvangen door de studenten. 92.6% van de deelnemers geeft

aan plezier te hebben gehad in de workshop. Ondanks dat iedereen de workshop positief waardeerde, zien we toch een verschil in waardering door jongeren met en zonder biculturele achtergrond. Studenten *met* een biculturele achtergrond blijken positief te zijn over de schilderworkshop (met een 4.6 op de schaal van 1 tot 5*). Studenten *zonder* biculturele achtergrond waardeerden hun plezier tijdens de schilderworkshop echter nog wat hoger, met een gemiddelde van 4.9.

De schilderworkshop heeft in positieve zin bijgedragen aan het gevoel van ontspanning van de studenten. De workshop werd door studenten 'rustgevend' genoemd. Eveneens geven de studenten aan dat het heeft gezorgd voor verrijking en inspiratie. Ook heeft de workshop bijgedragen aan het vermogen te observeren. Op deze manier kan het Van Gogh Museum dus relevant zijn voor de doelgroep. "Het is een training voor de ziel," lichtte een student de schilderworkshop toe.

Gastvrijheid

De mate van het ervaren van gastvrijheid is gemeten aan de hand van de Experience of Hospitality Scale (EH-Schaal), waarmee je de

uitnodigende en open uitstraling van een organisatie kunt meten. Uit de resultaten blijkt dat studenten na deelname positief zijn over de uitnodigende uitstraling van het Van Gogh Museum. De resultaten tonen aan dat meerdere respondenten nog niet in het museum zijn geweest. Enkele respondenten geven aan zich niet aangetrokken te voelen, anderen willen er in de toekomst graag heen.

Stof tot nadenken

Ondanks deze positieve resultaten, geven de onderzoeksresultaten toch stof tot nadenken. Zo zijn er namelijk verschillen in antwoorden te zien van studenten met en zonder biculturele achtergrond. Zo waarderen studenten

zonder biculturele achtergrond het museum en de schilderworkshop meer, dan studenten met biculturele achtergrond. Ook vinden studenten zonder biculturele achtergrond het museum significant meer relevant en heeft de workshop bij hen meer bijgedragen aan ontspanning, vergeleken met studenten met biculturele achtergrond. Tot slot zijn studenten zonder biculturele achtergrond positiever over de uitnodigende uitstraling van het museum.

Deze resultaten tonen aan dat er nog ruimte voor verbetering is en het museum moet blijven investeren in relevantie en toegankelijkheid voor een grote diversiteit aan doelgroepen.

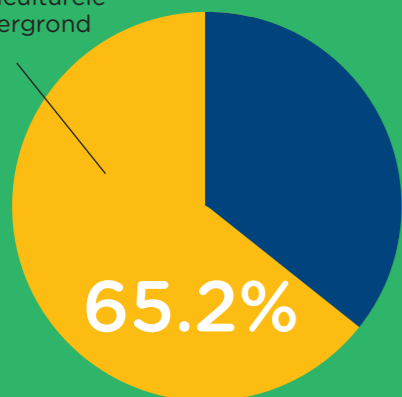
In hoeverre heeft deze schilderworkshop bijgedragen aan jouw...

	Gemiddelde score (1-5*)	Geen biculturele achtergrond	Biculturele achtergrond
Vermogen te reflecteren	3.57	2.92	3.93
Vermogen te observeren	4.04	4.04	4.05
Vermogen te evalueren	3.66	3.58	3.70
Begrip van kunst	3.76	4.21	3.51
Ontspanning	4.43	4.92	4.16
Inspiratie	4.22	4.54	4.14
Verrijking	4.04	4.00	4.07

Deelnemers kregen stellingen voorgelegd waarvan ze konden aangeven in welke mate ze het hiermee eens waren (schaal 1-5), waarbij 1 staat voor 'helemaal niet mee eens' en 5 'heel erg mee eens'. Bij de stellingen die een * bevatten, is het verschil tussen de gemiddelde scores statistisch significant.

+ 'Ik houd niet enorm van kunst, maar dit soort kunst inspireert mij'

Studenten met een biculturele achtergrond



De waardering van de open uitstraling van het Van Gogh Museum

4.09

(op een schaal van 1-5)

*Op een Likert schaal van 1 tot 5, waarbij 1 staat voor 'helemaal niet leuk' en 5 voor 'heel erg leuk'.



Fotografie: Tomek Whitfield

Firoza Mulahella

‘Ik heb gemerkt dat je andere mensen nodig hebt om te kunnen groeien. Als ik het zelf niet zie, kunnen zij aanwijzen waar ik vastloop en me helpen om altijd één stap verder te zetten.’

Favoriete werk Vincent van Gogh: *De postbode*. Omdat hij verkleurd is, lijkt het net alsof hij uit een Wes Anderson film is komen lopen. Misschien is het een belediging naar hoe het schilderij bedoeld is... Maar ik vind dat hij juist daardoor zo afsteekt bij de rest van de werken van Van Gogh.

“Ik probeer mezelf uit te dagen en te herontdekken waar dat kan. Als *recording artist* bij hiphoplabeel Burning Fik heb ik gemerkt dat je andere mensen nodig hebt om te kunnen groeien. Als ik het zelf niet zie, kunnen zij aanwijzen waar ik vastloop en me helpen om altijd één stap verder te zetten.”

“Als Beeldbreker vind ik het leuk om mijn Reinwardt Academie-museumkennis te combineren met de trendgevoeligheid en fashion-insteek van mijn tijd op de modeschool. In het museale veld wil ik een bijdrage leveren aan inclusie. Niet alleen telt de diversiteit onder bezoekers, ook in de programmering en in tentoonstellingen is dat belangrijk.”

Firoza was Beeldbreker van 2019 - 2021 en heeft onder andere tijdens de lockdown in 2020 de Van Gogh Museum boekenclub gehost. Ook was ze onderdeel van het social media team, waar ze eigenzinnige content heeft gemaakt.

→ Lees op pagina 74 het verhaal van **BEELDBREKER Kadigia Farah**

Case

05

Amsterdam Fashion College x Van Gogh Museum

In gesprekken met de doelgroep merkte het *Van Gogh verbindt*-kernteam dat deze jongeren een ondernemersambitie hebben. Ook van mbo-docenten kregen we mee dat veel jongvolwassenen een eigen bedrijf willen beginnen. Dit gaf aanleiding tot de samenwerking met Fatima Essahsah, die het museum benaderde voor Amsterdam Fashion College. Intern leidde dit tot de vraag: op welke manier kunnen de commerciële activiteiten van het Van Gogh Museum bijdragen om relevant te worden voor biculturele jongvolwassenen?

Fotografie: Jasmijn de Lange - Portret Fatima Essahsah: Sanne Sanders



Doel

Met de pilot *Amsterdam Fashion College x Van Gogh Museum* wilde het Van Gogh Museum een antwoord vinden op de vraag:

Op welke manier kunnen de commerciële activiteiten van het Van Gogh Museum bijdragen om relevant te worden voor biculturele jongvolwassenen?

Het doel van de pilot was om inzicht te krijgen in:

1. Relevantie: is de pilot relevant voor de doelgroep? Zo ja, op welke manier?
2. Hoe de pilot bijdraagt aan de toegankelijkheid van het museum; voelt de doelgroep zich meer thuis?
3. Of het bijdraagt aan de persoonlijke ontwikkeling en ondernemersvaardigheden?
4. Feedback op het programma:
 - wat vinden ze wel/niet leuk?
 - wat heeft het de deelnemers gebracht?

+ ‘Ik heb niet alleen nieuwe competenties geleerd, maar ik heb er meer zelfvertrouwen door gekregen’

Het Amsterdam Fashion College (AFC) is een alternatief onderwijsprogramma voor Amsterdamse biculturele jongvolwassenen die willen ondernemen in de mode. Talentontwikkeling, ondernemerschap en *personal branding* vormen een belangrijk onderdeel van deze leergang. De kunstdiscipline mode wordt tijdens het AFC-programma als middel gebruikt om (persoonlijke) doelen te halen.

Bureau YAN heeft dit unieke modeprogramma ontwikkeld. Dit bureau, de samenwerkingspartner in deze pilot, versterkt jonge talenten en startende ondernemers in hun ambitie om zich op creatief gebied verder te ontwikkelen. Daarnaast biedt Bureau YAN carrièrekansen aan deze doelgroep door ze werkervaring en een deskundig netwerk aan te bieden.

Aanpak

In oktober en november 2019 startten 24 deelnemers aan de pilot. In acht weken tijd werden de deelnemers intensief klaargestoomd door professionele gastdocenten uit het beroepenveld. Dit gebeurde in de vorm van masterclasses op de zondagmiddag in het Van Gogh Museum. Na de masterclasses kregen alle deelnemers dezelfde fictieve praktijkopdracht, gekoppeld aan het leven en werkwijze van Vincent van Gogh:

→ **Bedenk een duurzaam en conceptueel product voor jongvolwassenen, dat kan worden verkocht in de verkoopkanalen van het Van Gogh Museum.**

Pitch en jury

De deelnemers gaven een pitch van het (conceptueel) product aan een deskundige jury. De pitch werd vakkundig beoordeeld door de jury, bestaande uit Laila Abid (directeur Communicatie en PR van Viacom Benelux), Ricardo van Dam (voormalig directeur Van Gogh Museum Enterprises B.V.), Thijs Adriaas (mode-onderzoeker) en Beeldbreker Narjiss Ben Ali.



Vanwege het succes van de eerste editie en vanuit de behoefte om meer respondenten te betrekken bij het impactonderzoek is er in oktober en november 2021 nog een pilot opgestart. Er waren 23 deelnemers en de locatie was vanwege corona ditmaal Denim City, De Hallen.

Interview

**Fatima Essahsah**

Fatima is oprichter van advies- en concept-bureau YAN. Voor opdrachtgevers als Gemeente Amsterdam en musea organiseert YAN conceptuele projecten in Amsterdam, waarbij talentontwikkeling, zelfredzaamheid en ondernemerschap centraal staan. Amsterdam Fashion College is hier onderdeel van; een project ontstaan op verzoek van de gemeente om iets te organiseren voor jongeren die in de modebranche willen ondernemen, maar hier niet de juiste stappen voor kunnen nemen.

Amsterdam Fashion College is gericht op jongeren met een biculturele achtergrond en het ondernemerschap. Wat valt op als je naar die combinatie kijkt?

“Heel erg kenmerkend aan de groep bij Amsterdam Fashion College (AFC) is dat zij de stoute schoenen hebben aantrokken. Elke editie horen wij weer dat deze jongvolwassenen, vaak afkomstig uit sociaaleconomische achterstandswijken, niet gemotiveerd worden in hun eigen kring. Want waarom zou je in godsnaam voor het ondernemerschap kiezen? Het feit dat zij die stap hebben genomen voelt al best als een overwinning. Dat is een gezamenlijk gevoel wat ze bij elkaar herkennen. Bovendien hoor je ook veel dat zij het gevoel hebben buiten de boot te vallen. Dat ze als zij gaan solliciteren heel vaak ‘nee’ te horen hebben gekregen. Het ondernemerschap kan hen weer mogelijkheden bieden, vanuit de gedachte ‘ik heb het nu in eigen handen.’”

“Een andere gemeenschappelijke factor is het denken dat je geen kansen of netwerk hebt. Je leeft binnen de grenzen die je hebt, hierdoor blijf je binnen je eigen comfortzone. Ik ben zelf iemand in die doelgroep geweest, omdat ik ook die onzekerheid in mij had. Ik was 22 toen ik ondernemer werd en ik ben ook opgegroeid in Bos en Lommer. Toen had ik ook zo graag een deskundig netwerk om mij heen gewild. Had ik graag iemand gehad die mij binnentrok bij een culturele organisatie, voor een stage of bijbaan. Dat heb ik allemaal zelfstandig moeten doen, met vallen en opstaan.”

Wat is de impact van een programma als Amsterdam Fashion College x Van Gogh Museum?

“Allereerst geeft het vooral hoop. Het is een doelgroep die een museum als een ver-van-mijn-bed-show ziet. ‘Het is een plek

+ ‘Elke editie horen wij weer dat deze jongvolwassenen niet gemotiveerd worden in hun eigen kring’

waar ik niet tot bijna nooit kom. Laat staan dat ik daar een programma zou mogen volgen.’ Het programma is in de eerste plaats dus erg hoopvol en het biedt perspectief. Daar komt dan nog beleving en het gevoel dat zij daarbij krijgen bij. Dat is bijna grensoverschrijdend.”

Op welke manier?

“Een van de deelnemers vertelde dit heel mooi in haar eindpresentatie. Vincent had haar gesterkt in het gevoel van het niet opgeven, het geloven in jezelf, ondanks wat een ander daarvan vindt. Wat ik zo bijzonder vind, is dat Vincent als mens hen heeft geraakt. We zoomden in het lesprogramma in op Vincent van Gogh zelf, niet alleen zijn werken maar ook zijn manier van denken kwam aan bod. Nooit de handdoek in de ring gooien, altijd doorgaan. Het geeft een mooi signaal af dat zijn gedachtegoed hen als groep ook het meest is bijgebleven. Met het AFC-programma in het algemeen raken we jongeren vooral op menselijk niveau. Wat betreft onzekerheid, niet weten wat je wil, geen draagvlak hebben en het buiten je comfortzone treden. En dit komt echt terug vanuit de groep zelf.”

Hoe komt dit tot uiting?

“In alle edities werden de deelnemers emotioneel. Dit komt doordat zij altijd het gevoel hebben gehad dat ze niet gezien werden. Tijdens het programma worden ze gezien en krijgen ze complimenten, die ze normaal niet horen. Je moet je voorstellen: zij worden niet gezien in het bedrijf waar ze werken of tijdens hun opleiding. Sterker nog, ze worden van huis uit altijd gestimuleerd een veilige baan te kiezen. Dan kom je ineens bij deze club, waar heel veel kan en altijd ruimte is voor alternatieve keuzes. En dan word je ook als persoon nog eens in een ander licht gezet. Dat is voor velen best confronterend. Ze schrikken en uiten dat vaak met tranen. Het gezien worden en het beeld dat ze wel degelijk goed zijn en meer kwaliteiten hebben dan die veilige baan... Dat doet heel veel met ze.”

Er zijn tot nu toe twee edities van deze pilot geweest. Welk concept sprong er voor jou uit?

“De uiteindelijke winnares van de eerste editie: Hajar. Zij bedacht het idee een mode-event binnen het museum te organiseren, waarbij een bekende, gesluierde make-upartiest live zou opmaken. Deze influencer kon ook samen met het museum een oogschaduw ontwerpen. Een heel leuk concept met een prachtige link met Van Gogh. Hajar is altijd in ons vizier gebleven, ze heeft meegedaan aan onze andere trainingen en was zelfs jurylid tijdens de tweede editie. Intussen is Hajar ook ondernemer geworden, ze heeft haar duurzame hoofddoekenlijn gelanceerd.”

Een doel van het programma is dat deze ‘nieuwe makers’ voet aan de grond kunnen krijgen in de culturele sector. Lukt dit?

“Absoluut. Na het programma kunnen deelnemers geselecteerd worden voor de AFC-alumni community. Op basis van motivatie en potentie wordt bekeken wie we hierin verder kunnen helpen. Zo hebben we alumni aan opdrachten of zelfs banen kunnen helpen, bij onder meer de gemeente of het Amsterdam Museum. We hebben dit opgericht, om niet na het programma onze handen weer van ze af te trekken. *Practice what you preach*; wij kunnen niet ‘doei, het was leuk je gesproken te hebben’. We staan voor wat we in het programma hebben gepredikt. Doe je best, dan kun je daarna misschien een opdracht krijgen.”

Hoe zie jij de toekomst van de samenwerking met het Van Gogh Museum voor je?

“Het streven is om inhoudelijk steeds weer sterker te zijn. We hebben bewezen dat die inhoudelijke samenwerking werkt. Het gedachtegoed van Vincent is echt ingebed in het programma, daar willen we op doorgaan. Bijvoorbeeld met een community club, waarin de community samenkomt met de Beeldbrekers.”

Uitkomsten

De resultaten tonen aan dat deelname aan het AFC-programma in het museum ertoe leidt dat deelnemers het Van Gogh Museum over het geheel genomen gastvrijder gaan vinden.

Gastvrijheid	Score (1-5)
Voor deelname	3.75
Na deelname	4.13

Deelnemers geven na afloop significant meer aan dat ze een gevoel van vrijheid ervaren in het museum, dan ze voor deelname aan het AFC-programma hadden. Alhoewel de verschillen tussen de antwoorden voor en na deelname niet significant zijn, zijn deelnemers gemiddeld genomen positiever over de open uitstraling van het museum.

Open uitstraling	Score (1-5)
Voor deelname	3.88
Na deelname	4.25

Daarentegen concludeerden we ook dat, hoewel de deelnemers het museum iets relevanter zijn gaan vinden, hier nog wel ruimte voor verbetering is.

Relevantie	Score (1-5)
Voor deelname	3.50
Na deelname	3.63

Na deelname aan het AFC-programma laten deelnemers weten dat ze significant beter kunnen samenwerken met een groep mensen.

Samenwerken	Score (1-5)
Voor deelname	4.50
Na deelname	4.88

Deelnemers hebben voorafgaand aan deelname aan de pilot en na afloop een vragenlijst gekregen, die hen op verschillende onderwerpen bevroeg: hun perceptie van de toegankelijkheid van het museum, de mate waarin ze zich thuis voelen in het museum, hun persoonlijke vaardigheden, hun ondernemersvaardigheden en hun ondernemersintentie.

Deelnemers kregen stellingen voorgelegd waarvan ze konden aangeven in welke mate ze het hiermee eens waren (schaal 1-5), waarbij 1 staat voor 'helemaal niet mee eens' en 5 'heel erg mee eens'.

Waardering voor het Van Gogh Museum na deelname

4.5

op schaal 1-5

Voor deelname was de waardering 4.25.

Op andere persoonlijke vaardigheden, zoals het vermogen om te communiceren, met andere mensen om te gaan of het inleven in andere personen, is geen statistisch significant verschil te zien in de gemiddelde scores. In enkele gevallen zagen we een daling in de zelfwaardering door de deelnemers van hun sociale vaardigheden, zoals het kunnen luisteren naar de mening van anderen of het succesvol kunnen oplossen van conflicten met anderen.

Personal skills

Zelfwaardering op verschillende persoonlijke vaardigheden	T0	T1
Ik kan luisteren naar de mening van anderen.	4.88	4.75
Ik kan samenwerken met een groep mensen.*	4.50	4.88
Ik kan logisch denken bij het oplossen van problemen.	4.88	4.63
Ik kan goed communiceren met anderen.	4.75	4.75
Ik kan conflicten met anderen succesvol oplossen.	4.50	4.38
Ik kan gemakkelijk met mensen opschieten.	4.88	4.88
Ik probeer effectieve manieren te vinden om problemen op te lossen.	4.75	4.88
Wanneer ik probeer anderen te begrijpen, probeer ik mezelf in hun positie te plaatsen.	4.63	4.63
Ik vind het gemakkelijk om vrienden te maken.	4.50	4.88
Ik kan analytisch denken bij het oplossen van problemen.	4.25	4.75
Ik probeer mezelf in anderen te verplaatsen in een poging hun huidige situatie te beoordelen.	4.50	4.50
Ik ben geneigd problemen op te lossen door ze uit te praten.	4.63	4.50

* Dit gevonden effect is statistisch significant

Deelnemers geven aan dat *Amsterdam Fashion College x Van Gogh Museum* sterk heeft bijgedragen aan hun inspiratie, hun vermogen te observeren en te evalueren. De resultaten tonen dat ze na deelname aan het programma significant makkelijker contact maken, dan voor deelname.

Tot slot zijn er positieve significante effecten, gerelateerd aan ondernemersintentie. Zo geven deelnemers na deelname meer aan dat ze veel ideeën voor mogelijke nieuwe bedrijven/organisaties hebben, en dat ze graag nieuwe ideeën ontwikkelen.



Fotografie: Tomek Whitfield

Kadigia Farah

‘Als Beeldbreker sta ik voor diversiteit en inclusie. Voor veel mensen zijn deze begrippen nu ‘hot and happening’, voor mij zijn ze onderdeel van mijn identiteit.’

Favoriete werk in het Van Gogh Museum: *Het gele huis*. Omdat het niet alleen een plek was voor Van Gogh om te schilderen, maar omdat hij hier ook regelmatig vrienden kon laten logeren. Ik zie dit voor me als een huis vol met creatievelingen die elkaar inspireren!

“Als Beeldbreker sta ik voor diversiteit en inclusie. Voor veel mensen zijn deze begrippen nu ‘hot and happening’, voor mij zijn ze onderdeel van mijn identiteit. Met mijn scherpe tong en nog scherpere pen ga ik ervoor zorgen dat het museum niet alleen onderdeel is van het jaarlijkse verplichte bezoekje, maar dat het een plek van culturele verrijking wordt waar iedereen zich thuis voelt.”

“Tijdens mijn bachelor Creative Business ben ik erachter gekomen dat mijn passie ligt bij het creëren van content die iedereen aanspreekt, volledig inclusief is en voor iedereen toegankelijk is. Net als Van Gogh houd ik er erg van om mijn creativiteit te vertalen in beeld. Waar Van Gogh dit deed met zijn prachtige kunstwerken, reis ik met mijn camera in de hand naar nieuwe plekken. Ik zet hier graag alles en iedereen op een creatieve manier voor mijn lens.”

Kadigia is Beeldbreker sinds september 2021 en is momenteel bezig met de zaaltteksten voor de tentoonstelling over kunstenares Etel Adnan.

→ Lees op pagina 86 het verhaal van **BEELDBREKER Stijn de Koning**

Case

06

77

Daily Paper x Van Gogh Museum

Programmamanager Martin van Engel benaderde Daily Paper-oprichter Hussein Suleiman om deel te nemen aan een documentaire. Zijn insteek was om te laten zien wat de oprichters inspirerend vinden aan Vincent. De wens van Hussein en Daily Paper was om een kledinglijn te ontwikkelen geïnspireerd op de collectie.



Doel

Met de pilot *Daily Paper x Van Gogh Museum* wilde het museum een antwoord vinden op de vraag:

Op welke manier kan deze samenwerking bijdragen om relevant te worden voor biculturele jongvolwassenen?

Vanuit *Van Gogh verbindt* is het doel van de samenwerking met Daily Paper:

- Het verhaal van Van Gogh als kunstenaar en het verhaal van de oprichters van Daily Paper aan elkaar verbinden.

***Van Gogh verbindt* en Daily Paper vinden elkaar in:**

- culturele diversiteit
- trots zijn op je roots en dat ook uitdragen
 - Amsterdamse/stedelijke jongerencultuur.

+ ‘Daily Paper heeft de menselijkheid die zo erg aanspreekt op persoonlijk vlak, iets wat Vincents verhaal ook heeft, maar het Van Gogh Museum zelf niet’

Context

De samenwerking met Daily Paper komt voort uit onderstaande leeropbrengsten van *Van Gogh verbindt*.

- ‘Je hebt kennis nodig om schilderijen te kunnen begrijpen en waarderen.’
- Marketinguitingen van het museum zijn belangrijk.
- Werk samen met artiesten/populaire cultuur die veel jongeren aanspreekt.

De biculturele achtergrond van de Daily Paper oprichters en het feit dat zij autodidact zijn, sluit goed aan bij het project.

Gezien de potentie qua marketing exposure heeft het *Van Gogh verbindt*-kernteam een bureau aangesteld, om een brede campagne in te zetten. Het doel van de campagne was om in het kader van *Van Gogh verbindt* het verhaal van Van Gogh als kunstenaar en het verhaal van de Daily Paper oprichters aan elkaar te verbinden. *Van Gogh verbindt* en Daily Paper vonden elkaar hierbij in culturele diversiteit, trots zijn op je roots en dat ook uitdragen én Amsterdamse/stedelijke jongerencultuur/lifestyle.

Daily Paper

Daily Paper is een Amsterdams mode- en lifestyle merk, opgericht door jeugdvrienden Hussein Suleiman, Jefferson Osei en Abderrahmane Trabsini, die een voorliefde delen voor muziek, kunst, mode en cultuur. Met het rijke erfgoed van Afrikaanse cultuur als inspiratiebron, gecombineerd met hedendaagse ontwerpen, is Daily Paper een van de snelgroeijende Europese modemerken.



De campagne moest uitdragen dat het Van Gogh Museum:

- diversiteit en inclusie belangrijk vindt
- deze heel diverse groep omarmt als doelgroep en zich daarmee wil verbinden.

Het merk Daily Paper en de bijbehorende community is voor het museum een mooie manier om deze nog niet bereikte doelgroep daadwerkelijk te bereiken.

Aanpak

De samenwerking bestond uit een online campagne, documentaire, kledinglijn en lancerings-event in februari 2020. In november 2020 kwam een tweede collectie uit, wederom met een campagne.

De samenwerking startte met een rondleiding aan de Daily Paper designers in het museum, om inspiratie op te doen voor de eerste ontwerpen. Zij brachten vervolgens iconische meesterwerken, schetsen en citaten van Vincent van Gogh tot leven als draagbare kunst op eigentijdse Daily Paper-ontwerpen.

De collectie werd tijdens Art Basel Miami in een pop-up store gepresenteerd, waar Daily Paper en

het Van Gogh Museum samen aanwezig waren. Dit leverde veel publiciteit en shots op voor de documentaire. Regisseur Safi Grauw ging ook met de oprichters van het label op pad tijdens Parijs Fashion Week, om zo hun diverse netwerk in beeld te brengen.

De campagne, gemaakt door bureau Herc Agency en met fotografie van Nick van Tiem, is op de social mediakanalen van zowel Daily Paper en Van Gogh Museum gepresenteerd voorafgaand aan het lancerings-event op 14 februari 2020. Ook zijn er billboards in Amsterdam ingezet, om de samenwerking zo groot mogelijk onder de aandacht te brengen.

Voor het lancerings-event nodigde Daily Paper jongeren uit vanuit hun netwerk en waren er ruim honderd mbo-studenten van verschillende *Van Gogh verbindt* pilots uitgenodigd. Tijdens het event werd de documentaire vertoond.

Werken Van Gogh

In samenwerking met het museum heeft Daily Paper voor hun collectie een *capsule* unisex collectie ontwikkeld met quotes van brieven en verschillende schilderijen en schetsen van Vincent van Gogh als inspiratiebron:

Schilderijen

- *Kop van een skelet met brandende sigaret*, 1886
- *Rode kolen en uien*, 1887
- *Zelfportret als schilder*, 1887
- *Korenveld met maaier*, 1889
- *De tuin van de inrichting*, 1889
- *Irissen*, 1890

Schetsen

- *Twee handen en twee armen*, 1884-1885
- *Arm*, 1884-1885
- *Zittende vrouw*, 1885

De collectie (in de museumshop en via Daily Paper te koop) bestond uit jacks, trenchcoats, broeken, shorts en T-shirts.



Hussein Suleiman

Daily Paper begon als blog van Hussein Suleiman, Jefferson Osei en Abderrahmane Trabsini. De oprichters, oorspronkelijk afkomstig uit respectievelijk Somalië, Ghana en Marokko, schreven over hiphop, mode en sport. Om meer bekendheid te krijgen, ontwierpen ze T-shirts die al snel opgepikt werden. Inmiddels heeft het streetwearlabel een winkel in Amsterdam, New York en Londen, plus zo'n tweehonderd verkooppunten wereldwijd. Het merk is razend populair onder jongeren, niet alleen vanwege hun designs maar ook omdat ze een realistisch en divers straatbeeld laten zien. Hussein is binnen Daily Paper verantwoordelijk voor de branding, strategie en marketing.

+ 'Dagelijks halen wij voordeel uit het hebben van een diverse groep werknemers en hun geleefde ervaringen'

Wat betekent diversiteit en inclusie voor jou als werkgever?

"Heel veel. Ik zie het als een bron van kracht, een competitief voordeel, maar zeker ook als een maatschappelijke plicht om als bedrijf verandering te maken in een nogal oneerlijke arbeidsmarkt."

Waarom is het een bron van kracht bij Daily Paper?

"Het is een van onze pilaren die we doorvoeren in onze bedrijfsstructuur. Zo komen veel verschillende achtergronden en culturen bij elkaar, wat veel nieuwe invalshoeken en ervaringen met zich meebrengt. Daily Paper is geboren in Amsterdam, een van de meest diverse steden ter wereld. En onze organisatie is daar een weerspiegeling van. Dagelijks halen wij voordeel uit het hebben van een diverse groep werknemers en hun geleefde ervaringen. Zo kan je blijven ontwikkelen en innovatief blijven als bedrijf."

Wat heeft jullie doen besluiten om samen te werken met het Van Gogh Museum?

"Allereerst vanwege de vele gesprekken die we hebben gevoerd met Martin. Hij vertelde ons wat zijn missie was met het onderzoek en dat hij meer jongeren met een migratieachtergrond wilde uitnodigen naar het museum. Dat was zeker iets waar wij aan wilden bijdragen. En dat hebben we ook gedaan in de vorm van een samenwerking, waarbij wij konden werken met de kunst van Vincent van Gogh. Dat was een enorme eer. We kijken hier heel positief en trots op terug, zeker ook naar het event dat we samen hebben georganiseerd in het museum. Dat was voor ons, en voor heel veel mensen, een hele mooie ervaring."

Wat is er aan de gehele samenwerking voor Van Gogh verbindt echt uitgesprongen?

"Het gehele jaar van onze samenwerking was op zichzelf een hoogtepunt voor ons als merk. Door deze samenwerking konden we een andere doelgroep bereiken, en daarnaast onze eigen doelgroep in aanraking brengen met een grote culturele instantie waarvoor de drempel normaal gesproken te hoog kon zijn."

Zijn er overeenkomsten tussen Vincent van Gogh en Daily Paper?

"Hoe wij begonnen met Daily Paper lijkt in veel opzichten op Van Gogh's *journey* als *selfmade man*. Daarbij is Van Gogh ook een groot onderdeel van onze Nederlandse identiteit."

Welke impact denk je dat het project heeft gehad?

"De samenwerking met het Van Gogh Museum kwam in eerste instantie tot stand omdat we de twee werelden van kunst en jeugd bij elkaar wilden brengen. Omdat Daily Paper toegankelijk is voor de jeugd, voelden we dat we jongeren geïnteresseerd konden krijgen in het museum. En ik geloof, en hoop, dat dat is gelukt door deze samenwerking. Dat was voor mij duidelijk te zien bij het lanceringsevent in het Van Gogh Museum begin 2020, waar mensen uit alle lagen van de bevolking bijeenkwamen om deze bijzondere samenwerking met ons te vieren."

Waarom zijn dit soort kruisbestuivingen in jouw ogen zo belangrijk?

"Ik geloof dat we juist door verschillende gemeenschappen samen te brengen, elkaars verschillen en overeenkomsten leren kennen en accepteren. Zo draagt het bij aan een meer open en inclusieve samenleving."

Voor de impactmeting vulden honderden bezoekers voor en na het lancerings-evenement een vragenlijst in. Uit dit onderzoek bleek dat respondenten na het Daily Paper event positiever zijn geworden over de relevantie voor hen van het museum. Dit verschil in perceptie over de relevantie was significant.

Tevens waren de jongvolwassenen die het event hadden bezocht, significant en zichtbaar positiever over de uitnodigende uitstraling en over de open uitstraling van het museum. Ze ervaren een groter gevoel van vrijheid in het museum dan ze aanvankelijk hadden gedacht en vinden het Van Gogh Museum na het event veel gastvrijer overkomen dan daarvoor.

Opmerkelijk is wel dat na het event bleek dat ze zich op de avond van het event minder op hun gemak hadden gevoeld dan ze aanvankelijk hadden verwacht.

Deze resultaten tonen aan dat het Van Gogh Museum wel degelijk relevant voor de doelgroep kan zijn, door aan te sluiten bij datgene wat de doelgroep graag wil uitdragen. Echter, het feit dat bezoekers zich toch minder op hun gemak voelden in het museum als ze vooraf hadden verwacht, is een bevestiging voor het museum dat zij moet blijven investeren om aan te sluiten bij de leefwereld van jongeren om zo de toegankelijkheid van het museum te vergroten.

+ ‘Deze samenwerking biedt veel kansen, om meer dingen samen te doen en daadwerkelijk het publiek naar Van Gogh Museum te krijgen. Gewoon één collectie samen doen voegt niet heel veel toe, denk ik’

Impactmeting Daily Paper event Van Gogh Museum

	Voor lancerings-event	Na lancerings-event
Ik vind de schilderijen van Vincent van Gogh tof	4.27	4.36
Ik waardeer het Van Gogh museum	4.16	4.27
Het Van Gogh Museum sluit aan bij de leefwereld van jongeren	3.20	3.14
Het Van Gogh Museum is relevant voor mij*	3.48	3.74
Het Van Gogh Museum heeft een uitnodigende uitstraling*	3.83	4.15
Het Van Gogh Museum heeft een open uitstraling*	3.98	4.14
Ik voel mij op mijn gemak in het Van Gogh Museum*	4.37	4.21
Ik voel mij ontspannen in het Van Gogh Museum	4.19	4.22
Ik ervaar een gevoel van vrijheid tijdens een bezoek aan het Van Gogh Museum*	3.68	4.01
Ik voel mij comfortabel in het Van Gogh Museum	4.24	4.30
Over het algemeen komt het Van Gogh Museum gastvrij op mij over	4.12	4.27

Deelnemers kregen stellingen voorgelegd waarvan ze konden aangeven in welke mate ze het hiermee eens waren (schaal 1-5), waarbij 1 staat voor 'helemaal niet mee eens' en 5 'heel erg mee eens'. Bij de stellingen die een * bevatten, is het verschil tussen de gemiddelde scores statistisch significant.



Fotografie: Tomek Whitfield

Stijn de Koning

‘Dialogo creëren en écht naar elkaar luisteren zijn wat mij betreft de belangrijkste voorwaarden om mensen dichterbij elkaar te brengen. Het bundelen van krachten levert meer op wanneer die krachten van elkaar afwijken.’

Favoriete plek in het Van Gogh Museum:
De tentoonstellingsvleugel.

“Kunst hoeft niet ingewikkeld te zijn. Juist kunst mag ook gewoon ‘leuk’ zijn. Het kan emoties bij je oproepen of je tot een nieuw inzicht brengen. Ik ben ervan overtuigd dat voorkennis hierbij allesbehalve noodzakelijk is. En dat de beleving van de één niet meer waard is dan die van de ander.”

“Als Beeldbreker krijg ik niet alleen de kans kunst, maar ook het museum toegankelijker te maken.

Dialogo creëren en écht naar elkaar luisteren zijn wat mij betreft de belangrijkste voorwaarden om mensen dichterbij elkaar te brengen. Het bundelen van krachten levert meer op als die krachten van elkaar afwijken. Bovendien maken perspectieven van anderen jouw perspectief rijker. Daarom geloof ik erin dat inclusie niets dan kansen biedt.”

Stijn is Beeldbreker sinds september 2021 en heeft voor museumnacht het programma-onderdeel ‘Brieven schrijven met de Beeldbrekers’ ontwikkeld. Geïnspireerd door de brieven van Vincent gingen bezoekers zelf brieven schrijven die ze ook konden opsturen.

Case

07

Vincent the other story

Diverse gesprekken met de doelgroep leverde het *Van Gogh verbindt*-kernteam waardevolle informatie op. Zo zou outreach de sleutel zijn voor het opbouwen van een betere relatie met biculturele jongvolwassenen: zoek de doelgroep op buiten het museum, stimuleer interactie en laat hen kennismaken met het leven van Vincent van Gogh. In Stadsdeel Nieuw-West sloeg het Van Gogh Museum de handen ineen met verschillende jongerenorganisaties, om de behoefte van de doelgroep beter in kaart te brengen en te onderzoeken hoe het museum voor hen relevant kan zijn.

Fotografie: ODB



Doel

Met *Vincent the other story* wilde het Van Gogh Museum een antwoord vinden op de vraag:

Welke outreach-activiteit kan helpen om relevant te zijn voor biculturele jongvolwassenen? En op welke manier?

We keken daarvoor naar de volgende gebieden:

- toegankelijkheid/hospitality van het museum
- herkenning van het leven van Vincent, en een daarbij toenemende zelfwaardering
 - inspiratie
 - eigen pad
 - creativiteit

+ 'Ik dacht dat je kennis nodig had om schilderijen te kunnen begrijpen en waarderen'

Uit focusgroepen met onder meer jongerenorganisaties Argan en YoungAmsterdam kwam naar voren dat outreach een belangrijke factor is wanneer je relaties op wil bouwen. Er kwam ter sprake dat het Van Gogh Museum de doelgroep buiten het museum op zou moeten zoeken, bijvoorbeeld via scholen, stichtingen en verenigingen. Interactie is daarbij het sleutelwoord, waarbij de doelgroep niet alleen zelf aan de slag gaat maar ook meer te weten komt over het leven van Van Gogh. Vallen en opstaan, omgaan met tegenslagen en talentontwikkeling zijn thema's waar de deelnemers zich sterk mee identificeren.

Het *Van Gogh verbindt*-kernteam zocht partners in Amsterdam Zuidoost, Oost en Nieuw-West, waarbij laatstgenoemde stadsdeel concrete interesse toonde. Met dank aan Merijn van de Reep (gebiedsmakelaar Geuzenveld) werd er gesproken met een aantal organisaties zoals Stichting Dock, Studiezalen en Theater de Meervaart (Meervaart Studio). Daarin onderzochten we welke behoefte er leeft bij de doelgroep en op welke manier het museum relevant kan zijn.

Studiezalen, Meervaart Studio en Moslimstudenten Associatie Nederland deden vervolgens een oproep aan hun achterban om mee te doen aan een nieuwe outreach-pilot: *Vincent the other story*.



Het programma is ontwikkeld samen met Maud Verheij (alumna TU Delft, Interaction Design). Haar afstudeeropdracht had als doel een pilot te ontwikkelen voor *Van Gogh verbindt*.

Aanpak

In *Vincent the other story* gingen deelnemers aan de slag met schilderen en *spoken word*.

De deelnemers konden met het programma de collectie van het museum – en dan met name het levensverhaal van Vincent – beter leren kennen, en het Van Gogh Museum kon buiten de museummuren een relevant aanbod aanbieden.



Het programma bestond uit drie onderdelen. Allereerst leerden de deelnemers in een online of fysieke rondleiding van ongeveer drie kwartier meer over het leven en de werken van Vincent. Daarna vertelde een *spoken word* artiest over de ins en outs van *spoken word*. Ook kregen de deelnemers vijf moderne 'aangepaste' versies van brieven van Vincent gepresenteerd met elk een thema; thuis voelen, eigen pad, hart, overtuiging en grip. Na het lezen van de brieven kozen ze een thema met bijbehorende brief en maakten ze onder begeleiding van de artiest

hun eigen tekst – *spoken word*. Vaak was dit een persoonlijk verhaal. Tot slot gingen de deelnemers onder begeleiding van een kunstenaar aan de slag. Op basis van de *spoken word* tekst maakten zij een eigen kunstwerk. Dit kon een schilderwerk of *mixed media* zijn.

Er is bewust gekozen om biculturele kunstenaars en *spoken word* artiesten in te zetten, zodat de deelnemers zich met hen zouden kunnen identificeren.



Rianca van Dijk
Rianca is creatief producent bij Meervaart Studio. Deze broedplek voor jongeren tussen de 15 en 25 jaar in Amsterdam Nieuw-West is onderdeel van de Meervaart. Aan de hand van workshops en langdurige trajecten kunnen jongeren in disciplines als dans, muziek, fotografie, film en grafisch vormgeving hun creatieve talent ontdekken en ontwikkelen.

Wat is jouw rol precies geweest binnen *Vincent the other story*?

“Ik heb voor de pilot de organisatie bij Meervaart Studio op me genomen. Dit betekende dat ik geschikte jongeren voor het project heb gezocht en dat ik de productionele kant heb geregeld; het inplannen van de momenten waarop het programma plaatsvond.”

Als je terugdenkt aan het project, wat is je dan bijgebleven?

“Opvallend vond ik toch de wil om het kunstwerk af te krijgen. De deelnemers gingen aan de hand van hun eigen geschreven verhaal of brief, geïnspireerd op het verhaal van Van Gogh, zelf een kunstwerk maken. Daar stond eigenlijk één bijeenkomst voor, maar ze doken er zo erg in dat drie uur voor een kunstwerk maken niet genoeg was. Dus ik heb toen aan Martin (programmamanager *Van Gogh verbindt*, red.) gevraagd of er nog ruimte was om een tweede ‘maak’-bijeenkomst te organiseren. Dat kon en daardoor konden zij de kunstwerken afmaken. Ik had verwacht dat ze zouden deelnemen om een leuk middagje met hun handen aan de slag te gaan. Maar zij wilden hun eigen kunstwerk ook heel graag afkrijgen, het liefst samen met de kunstenaar. Er is een soort band ontstaan tussen de jongeren en de kunstenaar die hen heeft geholpen met dat kunstwerk.”

Hoe kun je die band omschrijven?

“De workshopbegeleiders zijn professionals uit het werkveld; jong, hip en relevant. De gemeenschappelijke interesses en achtergrond zorgt voor verbinding en herkenning. Dit ligt ook zeker in het verlengde van onze visie, wij geloven erg in rolmodellen. Onze docenten hoeven niet per se een papiertje

+ ‘Ik denk niet per se dat de afstand tot kunst of musea aan de culturele achtergrond hoeft te liggen’

te hebben, ze moeten vooral actief zijn in het werkveld. Als ze zo’n rolmodel kunnen zijn, dan zorgt die identificatie echt voor die verbinding. *Van Gogh verbindt* en de kunstenaars sloten goed op deze insteek aan.”

Denk je dat het anders was geweest als de docenten geen biculturele achtergrond hadden?

“Het heeft denk ik wel voor een extra soort verbinding gezorgd. Ze waren zelf ook jonger en stonden hierdoor in leeftijd dichterbij de deelnemers. Als je aan de hand van het verhaal van Van Gogh je eigen verhaal moet delen, dan is het fijn als er iemand tegenover je zit met eenzelfde soort achtergrond. Die drempel is lager. Je zal dan waarschijnlijk ook wat herkenningpunten met elkaar hebben, waardoor je sneller de diepte in kan en je je meer verbonden voelt. Op die manier kun je ook meer de diepte in voor je kunstwerk.”

Wat voor impact heeft *Vincent the other story* gehad op de deelnemers?

“Ik denk dat de impact voornamelijk zit in dat jouw verhaal niet alleen van jou hoeft te zijn, maar dat je je ook kunt identificeren met een andere kunstenaar. Daardoor kan je heel dicht bij jezelf komen. Ik merkte dat de deelnemers vooraf iets hadden als ‘Van Gogh staat heel erg ver bij mij vandaan’. Na de sessies was dit vaak veranderd in ‘Oh maar eigenlijk zie ik zoveel raakvlakken met zijn verhaal en mijn eigen leven, dus ik zou ook een Van Gogh kunnen worden’. Ik heb echt vanuit de jongeren gemerkt dat het heel erg heeft bijgedragen aan hun visie op Van Gogh, een museum en op kunst.”

Hoe kijk jij zelf naar een project als *Van Gogh verbindt*?

“Het is belangrijk, omdat het niet voor alle jon-

geren vanzelfsprekend is dat ze naar een museum gaan of met dat soort kunst in aanraking komen. Overigens denk ik wel dat het voor deze generatie wellicht wat anders is. Ik heb het gevoel dat in de stad de jongeren die aan verschillende disciplines doen elkaar veel meer tegenkomen. Zij worden al meer uitgedaagd om met kunst in aanraking te komen. Ik denk wel dat dit soort projecten die drempel verlaagt. Het gaat veel dichterbij voelen, omdat het ook jouw verhaal kan zijn. Wat ik ook uniek vond aan dit project is dat de deelnemers in een klein groepje of zelfs een-op-een met de kunstenaar of *spoken word* artiest bezig waren. Dat zorgt wel voor heel veel verdieping en het stelt de jongeren centraal. Ik heb gezien dat zij dat als heel prettig hebben ervaren.”

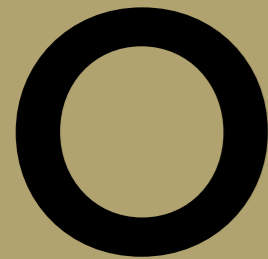
Begrijp je de focus op biculturele jongeren?

“Ik begrijp de focus, want niet voor iedereen is naar een museum gaan of zich verbonden voelen met kunst vanzelfsprekend. Maar wat mij betreft kan die doelgroep groter gemaakt worden naar jongeren in het algemeen. Ik denk namelijk niet per se dat de afstand tot kunst of musea aan de culturele achtergrond hoeft te liggen. Dit kan ook te maken hebben met het milieu waar je vandaan komt, als je ouders bijvoorbeeld niet de financiële middelen hebben om naar musea en dergelijke te gaan. Daarin hoeft de culturele achtergrond niet leidend te zijn.”

Is dat iets wat je terugziet bij jullie werk met Meervaart Studio?

“Dat is de kern van wat wij hier doen. Wij richten ons aanbod niet op specifieke profielen, onze deur staat open voor iedereen. En ik denk dat dat ook binnen projecten zoals *Van Gogh verbindt* juist iets heel moois kan zijn, als je je juist niet op een specifieke doelgroep richt.”

Uitkomsten



Om inzicht te krijgen in de indicatoren zoals toegankelijkheid, herkenning en inspiratie is een vragenlijst afgenomen onder deelnemers, zowel voor als na deelname aan het programma. Ook

hebben enkele deelnemers op kwalitatieve wijze extra inzichten verstrekt.

In de pilot hebben we onder meer gekeken naar het effect op de creativiteit van de deelnemers van *Vincent the other story*. Creativiteit omvat verschillende elementen: creatieve betrokkenheid, tolerantie, fantasie, spontaniteit en er zijn ook cognitieve aspecten van creativiteit. Met *Vincent the other story* wilde het Van Gogh Museum bijdragen aan deze brede variëteit van aspecten van creativiteit.

De resultaten uit de vragenlijst tonen geen statistisch significante verschillen aan in de ontwikkeling van deze vijf aspecten van creativiteit. Toch lijken de kwalitatieve

Vijf aspecten van creativiteit

- creatieve betrokkenheid: de mate waarin iemand routinematig tijd besteedt aan iets creatiefs
- tolerantie: de flexibele houding ten opzichte van nieuwe ideeën
 - fantasie: de mentale activiteit van creativiteit, zoals dagdromen en verbeelding
- spontaniteit: creativiteit wordt gekenmerkt door impulsiviteit
- cognitieve aspecten: bevorderen flexibel denken en probleemoplossend vermogen

antwoorden wel te wijzen op een bijdrage aan de creativiteit van deelnemers. Zo beargumenteert een respondent: “Dankzij de laatste sessie lijkt het me ook leuker om wat vaker zelf te schilderen en mezelf zo uit te dagen!”

	Gemiddelde score voor deelname aan <i>Vincent the other story</i>	Gemiddelde score na deelname aan <i>Vincent the other story</i>
Creatieve betrokkenheid	3.5	3.5
Cognitieve aspecten	3.9	4.1
Spontaniteit	3.7	3.8
Tolerantie	4.2	4.0
Fantasie	4.4	4.3

+ ‘Ik heb een andere kijk gekregen op kunst en creativiteit’

Het doel van *Vincent the other story* was om het levensverhaal van Vincent beter kenbaar te maken bij de doelgroep. Dit werd door de deelnemers positief ontvangen.

De resultaten tonen ook aan dat deelname aan het programma heeft bijgedragen aan het vermogen te reflecteren en het vermogen te evalueren. Tevens is een gemiddelde stijging te zien in de zelfwaardering van de respondenten, van 3.7 voor deelname naar 3.9 na deelname. Ondanks dat deze stijging statistisch niet significant is, geven de kwalitatieve antwoorden van deelnemers enkele indicaties van effecten. Zo licht een deelnemer toe: “Het accepteren van jezelf zoals je zelf bent en wilt zijn, zijn de belangrijkste domeinen waarop ik inspiratie heb opgedaan.”

Ondanks de positieve ervaring wijzen de vragenlijstresultaten niet uit dat deelnemers het museum relevanter voor hen zijn gaan vinden. Daarentegen zijn ze na deelname het Van Gogh Museum wel significant meer gaan waarderen (van 3.71 naar 4.21). Deelname aan

Vincent the other story lijkt dus wel positief bij te dragen aan de waardering voor het museum. Dit sluit aan bij hoe deelnemers van het programma tegen het museum aankijken. Na deelname zijn zij veel positiever over de gastvrije uitstraling van het museum. De gemiddelde score die deelnemers aan de gastvrijheid van het museum toeschrijven, stijgt van 3.4 in de meting voor, naar 4 in de meting na deelname. Ook zijn ze achteraf veel positiever over de uitnodigende uitstraling van het museum, en is de mate waarin ze zich comfortabel voelen in het museum gestegen.

Deze positieve ontwikkelingen zijn statistisch significant. “Op persoonlijk vlak is er een drempel weggenomen om musea, en specifiek het Van Gogh, vaker te bezoeken zonder mijzelf een ‘imposter’ te voelen. Dit project heeft mij laten zien dat iedereen mee kan en mag praten en denken als het gaat om kunst,” laat een deelnemer na afloop weten.

	Gemiddelde score voor deelname aan <i>Vincent the other story</i>	Gemiddelde score na deelname aan <i>Vincent the other story</i>
Gastvrijheid algemeen	3.4	4.0*
Inviting	3.2	3.7*
Care	3.6	3.9
Comfortabel	3.3	3.8*

Deelnemers kregen stellingen voorgelegd waarvan ze konden aangeven in welke mate ze het hiermee eens waren (schaal 1-5), waarbij 1 staat voor ‘helemaal niet mee eens’ en 5 ‘heel erg mee eens’. Bij de stellingen die een * bevatten, is het verschil tussen de gemiddelde scores statistisch significant.

Inclusief werkgeverschap Van Gogh Museum

Het Van Gogh Museum is een organisatie voor iedereen, waarin de grootste variatie aan mensen wordt omarmd. Met deze gedachte is het museum in 2017 begonnen aan het programma *Inclusief werkgeverschap*, parallel aan *Van Gogh verbindt*. Het zou in onze ogen niet uit moeten maken welke naam je draagt, hoe je eruitziet, welke culturele achtergrond je hebt, waar je in gelooft, van wie je houdt, wat je (fysieke of mentale) arbeidsuitdagingen zijn om volledig mee te kunnen denken en doen in het museum en je thuis te voelen.

Vanaf de start van het *Inclusief werkgeverschap*-programma heeft Impact Centre Erasmus de impact gemeten. Hierbij is gekeken naar de personeelsdemografie en de houding ten opzichte van het interne inclusieklimaat. Aan de hand van de resultaten van de eerste impactmeting zijn begin 2018 doelen (zie pagina 102) geformuleerd, waar activiteiten aangekoppeld zijn. Anderhalf jaar en vele activiteiten verder is er eind 2019 een volgende impactmeting gedaan. Met deze resultaten zijn de doelen bijgestuurd en zijn er nieuwe activiteiten opgezet. In het najaar van 2021 is een tweede herhaalmeting geweest.



Susan Aukema

Susan is als HR-Adviseur bij Van Gogh Museum vanaf de start betrokken geweest bij de programma's *Van Gogh verbindt* en *Inclusief Werkgeverschap*. Van 2017 tot begin 2022 heeft Susan zich met veel plezier ingezet om het museum inclusiever te maken.

Waar staat inclusie en diversiteit voor jou voor?

"Diversiteit gaat mijns inziens om helemaal jezelf kunnen zijn met al je unieke eigenschappen. Bij inclusie krijg je als persoon de ruimte om je stem te laten horen, je thuis te voelen, mee te doen en op je eigen manier te groeien. Het draait hierbij wat mij betreft om het streven naar het geheel, dat veel meer dan de som der delen kan zijn en waar je waardevrij in verbinding staat met je medemens. Als ik me een museum, arbeidsmarkt of samenleving voorstel die 100% inclusief is, dan wordt het lichter, mooier, spannender en creatiever."

Wat is kenmerkend voor werken bij een organisatie als het Van Gogh Museum?

"Het Van Gogh Museum heeft iets heel eigens, bezielend, dat ik nog niet in andere organisaties ben tegengekomen. Het zou goed kunnen dat dit te maken heeft met het universele, prachtige verhaal en erfgoed van Vincent van Gogh. Met hoe dit tot op de dag van vandaag mensen over de hele wereld inspireert en hoe dit museum tot stand is gekomen. Van Australië, Cuba, Indonesië tot de Veluwe; als mensen hoorden dat ik voor het Van Gogh Museum werkte, ging er direct een lampje branden en kregen ze een lach op hun

gezicht. Tegelijkertijd weten we ook dat ons museum voor veel mensen niet vanzelfsprekend is om te bezoeken of voor te gaan werken, dat er drempels zijn. Toch geloof ik dat we met het verhaal en de kunst van Vincent goud in handen hebben om de grootste variëteit aan mensen te verbinden. En we komen daar door onze programma's steeds een stapje dichterbij."

Hoe is *Inclusief werkgeverschap* tot stand gekomen?

"Bij de start van *Van Gogh verbindt* leefde het bewustzijn dat er intern ook iets anders nodig is om duurzaam relevant te worden voor publiek dat we nu nog niet bereiken. Hoe het Van Gogh Museum van binnenuit is, moet overeenkomen met wat we naar buiten toe willen uitstralen en wie we willen bereiken. Dit betekent dat er ook van binnenuit duurzaam en integraal iets moet veranderen, zogenaamde 'governance change'. Ik ben vanaf het begin van het programma betrokken geweest om die vertaalslag naar onze interne organisatie te maken."

Gaan *Inclusief werkgeverschap* en het *Van Gogh verbindt* traject hand in hand?

"Ja, de programma's volgen hetzelfde iteratieve onderzoekstraject. Waar *Van Gogh verbindt*

+ 'Als ik me een museum, arbeidsmarkt of samenleving voorstel die 100% inclusief is, dan wordt het lichter, mooier, spannender en creatiever'

gericht is op het duurzaam relevant worden voor biculturele jongvolwassenen als publiek, is het programma *Inclusief werkgeverschap* erop gericht dat van binnenuit te faciliteren door een inclusievere organisatie te worden. Dat gaat overigens veel verder dan ons enkel richten op het aannemen van biculturele collega's. De scope is breder. We willen er juist voor iedereen zijn en zorgen dat de grootste variatie aan mensen zich thuis kan voelen, zich kan ontwikkelen en volledig mee kan denken en doen. Daarnaast proberen we inclusie door de hele organisatie te integreren."

Wat is jouw favoriete pilot?

"*By far* de *Verbinders!* (zie pagina 112) Ik blijf het bijzonder vinden dat we al meer dan drie jaar met een groep collega's bezig zijn, die hiermee vanuit hun eigen vakgebied of persoon een stapje extra zetten voor diversiteit en inclusie. Ik geloof oneindig in het potentieel van deze bondgenoten, ondanks dat het ook lastig is om als groep *Verbinders* in de flow te blijven."

Welke balans kun je nu opmaken wat betreft concrete verandering binnen het Van Gogh Museum als organisatie?

"Aan het begin van dit traject leerde ik het verschil tussen merkbaar en meetbaar. Merkbaar, concrete veranderingen vind ik nog steeds lastiger aan te wijzen. Er is nog heel veel ruimte voor beweging en ontwikkeling en ik zie vooral nog veel kansen. Door onze

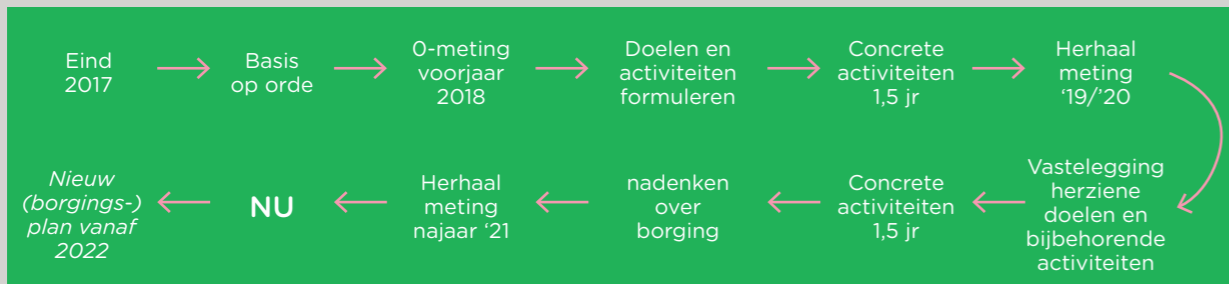
Relevante definities voor inclusief werkgeverschap

Inclusief werkgeverschap: het museum is een organisatie voor iedereen waar de grootste variatie aan mensen wordt omarmd

Divers talent: variatie aan verschillende talenten in het museum

Verbinders: collega's die meedenken en meedoen, op weg naar een inclusief museum

impactmetingen zijn er wel bewegingen meetbaar gemaakt en daarmee zijn onzichtbare, geleidelijke veranderingen meer zichtbaar geworden. Zo weten we bijvoorbeeld dat de ervaren aanwezigheid van inclusief leiderschap significant gestegen is, net als het inclusieve denken en handelen van onze collega's. Dit merk ik ook doordat steeds meer collega's 'aan' zijn op dit thema en een verdieping hebben gemaakt in dialoog, denken en doen. Ook de Black Lives Matter beweging lijkt hierop van invloed geweest. Daarnaast zijn er natuurlijk processen blijvend merkbaar veranderd in

Verloop van het *Inclusief werkgeverschap*-programma

Al lerende krijgen we als organisatie steeds meer zicht op wat goed en minder goed werkt in onze route naar meer diversiteit en inclusie. We weten zeker nog niet alles. Dit is vooral een verhaal over een lange, niet lineaire én leuke weg naar een inclusief museum. Een weg die nog wel even voortduurt.

onze organisatie. Zo hebben we door ons hele recruitmentproces meer objectiviteit ingebouwd, en zorgen we dat een grotere variatie aan mensen wordt bereikt.”

Welke kansen zie je nog voor *Inclusief werkgeverschap* voor de nabije toekomst?

“Oneindig veel. We zijn al ruim vier jaar onderweg, maar hoe meer ik begrijp van diversiteit en inclusie, hoe meer ik me ook bewust ben dat er nog veel is wat we niet weten. Ik realiseer me dat er nog een lange én leuke weg te gaan is. We hebben de tijdsgeest mee en door de laatste impactmeting weten we ook waar momenteel ruimte zit voor verbetering. Bijvoorbeeld bij het faciliteren van gelijke ontwikkelingsmogelijkheden voor elke collega en het integreren van ieders inbreng, zodat elke collega een optimale bijdrage kan leveren. Als je het mij vraagt, zijn dat heldere handvatten en kunnen we daar bij wijze van spreken vandaag nog een eerste stap in zetten.”

Wat wens je het museum toe ten aanzien van diversiteit en inclusie?

“In de waan van de dag, onbewust of omwille van snelheid en gemak, vergeten we soms inclusief te handelen. Ik zou iedere collega in het museum wensen om vaker wat meer uitgezoomd het werk

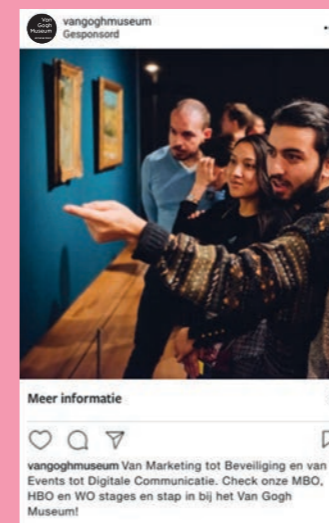
te benaderen. Om zo beslissingen te maken die getoetst zijn aan onze inclusiegedachte, en aan onze kernwaarden: authentiek, eigenzinnig en in verbinding. Hoe veel of weinig tijd je ook hebt, en hoe klein of groot zo'n besluit of actie ook is. Het gaat juist vaak om die kleine stapjes. Zo schreef Vincent al eens heel mooi aan zijn broer Theo (*op 22 oktober 1882*); ‘Want het grote geschiedt niet bij impulsen alleen maar is een aaneenschakeling van kleine dingen die tot elkaar gebracht zijn.’ Laten we ons richten op de dagelijkse, kleine acties die samen wel degelijk het verschil kunnen maken.”

De drie doelen van inclusief werkgeverschap zijn bij Van Gogh Museum:

- 1 Zichtbaarheid voor/aantrekken van divers talent
- 2 Inzetten, ontwikkelen en behouden van divers talent
- 3 Integreren van inclusie door de organisatie heen

1. Zichtbaarheid voor/aantrekken van divers talent

Werken bij het Van Gogh museum; wat denkt onze beroepsbevolking, wie werken er al bij ons en hoe kunnen we zorgen dat we aantrekkelijk zijn voor de grootste variëteit aan mensen? Hoe zetten we ons werkgeversmerk oprecht en inclusief neer, en hoe bereiken we vervolgens een meer diverse doelgroep? Dat zijn vragen waar het Van Gogh Museum zich de afgelopen jaren in verdiept heeft, met als doel een grotere variëteit aan mensen aan te trekken en als collega's aan ons te verbinden.



We zetten onder andere Instagram in voor een breder bereik van onze vacatures.



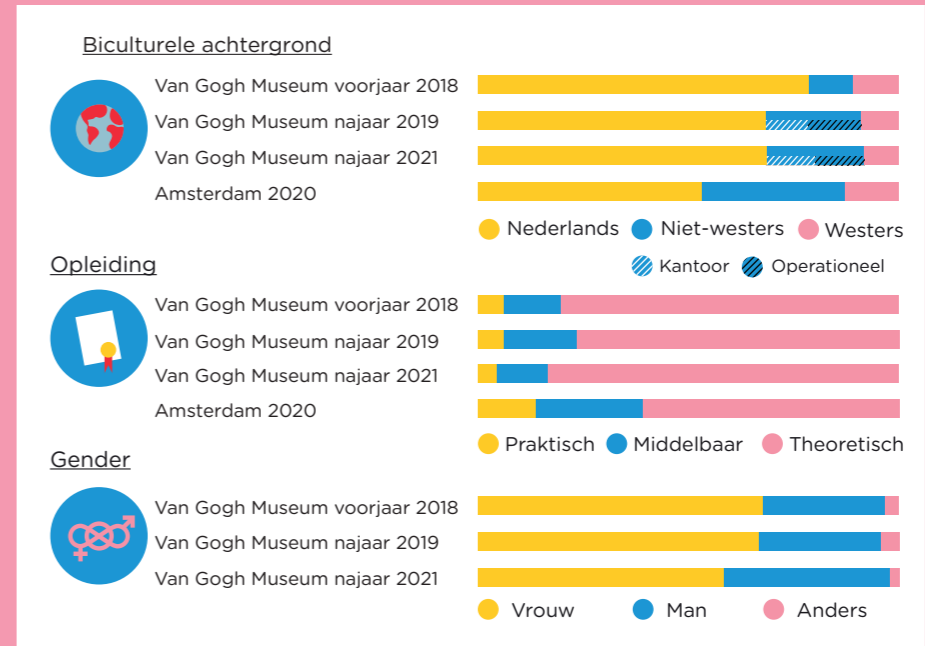
Activiteiten georganiseerd voor dit specifieke doel

- Bredere wervingsuitingen
- Ontmoetingen met scholen
- *Van Gogh werkt* - employer branding campagne
- Trainingen inclusieve recruitment (aan alle interne selecteurs)
- Inzet van inclusieve werving en selectie



Bij onze wervingsuitingen gebruiken we fotografie van eigen collega's aan het werk.

Hoe divers is de organisatie ten opzichte van Amsterdam en de eerdere metingen in 2018 en 2019?*



* Voor deze demografie hanteren we de indeling van het CBS, ondanks dat deze definities worden heroverwogen. Zo kunnen we met eerdere metingen blijven vergelijken. In de toekomst blijft het onderwerp van gesprek hoe het Van Gogh Museum kan meebewegen met veranderende definities.

Belangrijkste resultaten

Op basis van resultaten is te zien dat meer medewerkers met een biculturele achtergrond de inclusie enquête voor de impactmeting hebben ingevuld. Dit zou een indicatie kunnen zijn dat de diversiteit in onze organisatie is toegenomen. Er is een stijgende lijn te zien van 10.7% in 2018, naar 23.6% eind 2019 en 27.8% in 2021. In lijn met het programma *Van Gogh verbindt*, hebben we onze recruitment activiteiten ook het meest ingezet op het bereiken van mensen met een biculturele achtergrond. Hieruit blijkt dat wat je aandacht geeft, groeit. Bij andere aspecten van variatie in het medewerkersbestand, zoals opleiding, is er weinig tot geen verandering geweest.

De cijfers van het museum zijn afgezet tegen de werkende beroepsbevolking in Amsterdam, waardoor de afspiegeling van de stad inzichtelijk wordt.

Een opvallende uitkomst is de verhouding tussen het kantoor en de operationele functies. De meting laat zien dat het aandeel biculturele collega's in de museumoperatie versus kantoorfuncties nagenoeg even groot is. Echter leeft

de gedachte intern sterk dat de operationele museumafdelingen aanzienlijk meer biculturele diversiteit kent. Hier is een verschil te zien tussen wat keer op keer meetbaar is gemaakt, versus wat merkbaar lijkt te zijn.

Interessant: De verschillen tussen wat meetbaar en merkbaar is, zijn vaak interessant om verder te onderzoeken en over in gesprek te gaan.

De afgelopen jaren is een opwaartse beweging te zien van de perceptie dat we ons medewerkersbestand meer zouden mogen spiegelen aan de maatschappij. Steeds meer collega's vinden het medewerkersbestand nog niet representatief genoeg en zien het belang in van een grotere representatie van de samenleving. Daarnaast wordt de selectieprocedure voor zowel onbekenden als bekenden van het museum als steeds gelijkjer ervaren. Het lijkt dus alsof het minder uitmaakt of je al dan niet iemand kent bij het museum om kans te maken op een baan.

Infographic: in60seconds

Zichtbaar zijn voor/aantrekken van divers talent

Inclusieve inzet van werving en selectie
Zichtbaar volgens 69%
Effectief volgens 43%

Integreren van inclusie door de organisatie heen

Inspiratie-snacks met inclusie topic
Zichtbaar volgens 77%

Inclusief doel
Zichtbaar volgens 70%

Beeldbrekers en Verbinders
Effectief volgens 69%

Interne dialogen over inclusie
Effectief volgens 65%

Inzetten, ontwikkelen en behouden van divers talent

Cultuur in beeld (intranet)
Zichtbaar volgens 78%

All-inclusive workshops
Zichtbaar volgens 63%

Multi-inzetbaarheid (o.a. de klusjesmarkt)
Effectief volgens 59%

+ Een vraag die bij het Van Gogh Museum leeft ‘Wanneer kunnen we ons medewerkersbestand eigenlijk divers noemen?’

Van Gogh werkt-campagne

Al snel na de start van het programma, leek het ons belangrijk zichtbaar te maken wie er al bij het museum werken, welke verscheidenheid aan functies er zijn en hoe het is om bij het Van Gogh Museum te werken. Het mogelijk “stoffige” en “elitair” beeld van een museum wilden we graag wegnemen door een levendige en menselijke werksfeer in beeld te brengen. De *Van Gogh werkt*-campagne ging van start, waarvoor vele collega’s uit alle delen van onze organisatie geportretteerd werden. Deze interviews en in beeld gebrachte beroepen werden op LinkedIn gedeeld en middels marketing extra onder de aandacht gebracht bij de beroepsgroep van de betreffende collega. Daarnaast zijn bijna alle functies destijds gefotografeerd met onze eigen collega’s in de hoofdrol. Ook is er een *werken bij*-video geproduceerd die de veelzijdigheid van werken voor het museum levendig in beeld bracht. Deze video en fotografie gebruikt het Van Gogh Museum nog steeds vaak voor recruitment doeleinden, aangevuld met vernieuwd beeldmateriaal. Vanaf 2018 publiceert het museum bij alle vacatures ook een inclusie-statement. Dit statement is in verloop van tijd naar nieuwe inzichten en ontwikkelingen mee veranderd. De *Van Gogh werkt*-campagne en vernieuwde *werken bij*-site vormden de basis voor alle inclusieve inzet van werving en selectie, die daarna en tot op heden zijn gevolgd.



Verbinder aan het woord

Roelof van der Kooi – Hoofd Facilitair Bedrijf

“Ik sta graag midden in de maatschappij. Dat kan ik, en soms voel ik mij bevoorrecht als witte grijze man. Want ik zou graag willen dat iedereen mee kán doen. Ik vind ook dat iedereen mee moet kunnen doen, dat gaat echter niet altijd vanzelf. Bijvoorbeeld als je een beperking hebt, ziek bent, afstand tot de arbeidsmarkt hebt, een andere opleiding of uitgesloten wordt omdat je anders gelooft of ‘anders bent’. Een passende baan vinden kan dan ook ingewikkeld zijn.”

“Bij het Van Gogh Museum kan ik, hoe klein ook, wel het verschil maken. Vanuit mijn rol kijk ik naar

onze hele bedrijfsketen als het gaat om de organisatie en inzet van onze facilitaire voorzieningen (zoals schoonmaak en gebouwonderhoud). Wij werken met partners samen wiens kernwaarden dicht bij die van ons staan en samen met hen geven we vorm aan sociaal en inclusief opdrachtgeverschap. Wij zetten ons extra in om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt via onze partners aan ons te binden. Ik ga uit van de kracht van de mensen, wij leven in een diverse maatschappij en daar hoort iedereen bij!”

2. Inzetten, ontwikkelen en behouden van divers talent

Het Van Gogh Museum wil gevarieerd talent duurzaam aan zich verbinden. Een belangrijk thema hierin is thuis voelen. Wanneer voel je je thuis, met wie, wat is ervoor nodig? Wanneer voel jij je serieus genomen, gehoord en gewaardeerd om wie je bent? Hoe kun je jezelf zijn en hoe maken we gelijke ontwikkeling en kansen mogelijk? Deze vragen stonden de afgelopen jaren centraal om te streven naar inzet, ontwikkeling en behoud van gevarieerd talent.

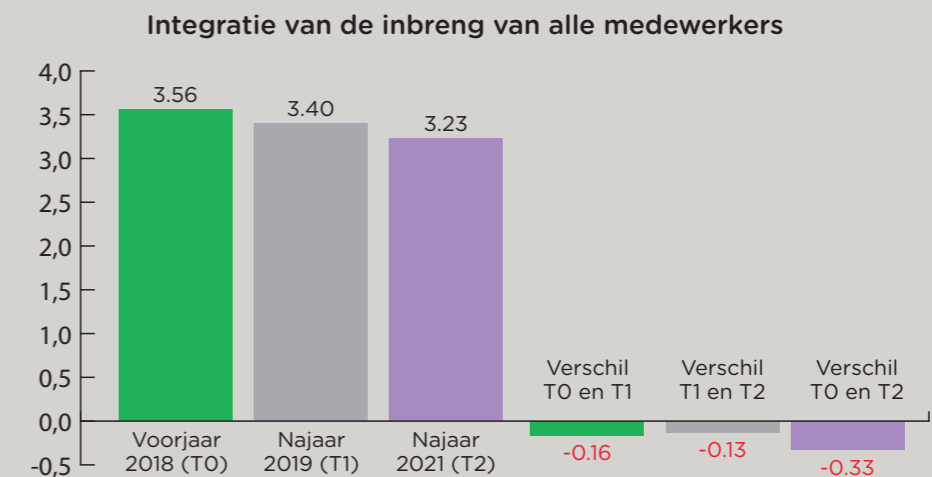
Activiteiten georganiseerd voor dit specifieke doel

- Cultuur in Beeld - intranetrubriek
- *Van Gogh werkt*-campagne: de mens achter de collega
- Workshops rondom open cultuur: feedback en conversaties
- All-inclusive workshops
- HR-zomermarkt met thema thuis voelen
- HR-zomermarkt met thema verbinding
- Table Talk door Verbinders
- Verbinders kookboek *De smaak van thuis*



Een vraag die bij het Van Gogh Museum leeft

‘In hoeverre kan ‘diversiteit stimuleren’ en ‘gelijkheid waarborgen’ helemaal naast elkaar bestaan, zonder dat het een het ander uitsluit?’



Medewerkers kregen stellingen voorgelegd waarvan ze konden aangeven in welke mate ze het hiermee eens waren (schaal 1-5), waarbij 1 staat voor ‘helemaal niet mee eens’ en 5 ‘heel erg mee eens’.

Belangrijkste resultaten

In het Van Gogh museum voelen collega's zich thuis (momenteel is dat 86%). Andere resultaten laten zien dat een groot deel van de collega's emotioneel gehecht zijn aan de organisatie, en dat het museum veel voor hen betekent. Deze resultaten zouden een stevige basis kunnen vormen voor het gevoel dat je jezelf kunt zijn en de ruimte die je ervaart om je stem te laten horen. Sinds het begin van het traject is echter wel een dalende trend te zien in de ervaring dat ieders inbreng geïntegreerd wordt.

Ondanks alle interventies en activiteiten om gevarieerd talent in te zetten en te ontwikkelen, hebben de resultaten het museum waardevolle lessen geleerd over waar het nog beter kan. Zo blijkt dat de perceptie van gelijke verdeling van ontwikkelingsmogelijkheden is gedaald. De perceptie van ‘gelijk loon voor gelijk werk’ is ook gedaald. Hier gaat het museum de komende tijd mee verder.

All-inclusive workshops

Vanaf 2018 biedt het Van Gogh Museum intern geregeld trainingen aan over diversiteit, inclusie en het streven naar gelijkwaardigheid. Zo'n training maakt je bewust over wie je zelf bent, wie de ander is en hoe collega's zich tot elkaar verhouden. Er is aandacht voor onbewuste vooroordelen en welke effecten daarvan doorwerken in het eigen handelen en de samenwerking met je team. We voeren dialogen over het interne inclusie-klimaat en hoe we dit intern kunnen versterken. Deze workshop noemen we de 'all-inclusive'-workshop, die regelmatig doorontwikkeld en herhaald worden.



Verbinder aan het woord

Azeglio Bartolucci - Teamleider Care

“Toen ik in Nederland kwam wonen heb ik veel gedaan om mijn weg te vinden binnen de cultuur en taal. Voor mij is het belangrijk dat iedereen goed met elkaar overweg kan, elkaar respecteert en luistert. Ook binnen onze organisatie. Er valt zo veel te halen uit verschillende standpunten en meningen. Helemaal in een land als Nederland, dat zo veel verschillende culturen en invloeden kent, zou het zonde zijn om hier niet naar te luisteren of naar te kijken.”

“De rol van Verbinder voelde voor mij niet als een nieuwe rol. Op alle plekken waar ik binnen het museum gewerkt heb, ook op de museumvloer zelf, was mijn motto: iedereen is welkom en mag zich thuis voelen! In mijn rol als teamleider besteed ik ook veel aandacht aan verbinding, dat er een omgeving is die bijdraagt aan het welzijn en de ontwikkeling van mijn teamleden. Waar mogelijk probeer ik doorgroei van mijn team te stimuleren.”

3. Integreren van inclusie door de organisatie heen

Het Van Gogh Museum streeft naar duurzame verankering van inclusie door de hele organisatie. We zijn ervan overtuigd dat alle collega's, vanuit hun eigen persoon of professie, kunnen bijdragen aan een inclusief museum. We noemen dit 'inclusief potentieel' en we streven ernaar dat elke collega dit gevarieerde talent kan uitdragen, ontwikkelen en inbedden in de organisatie. Daarnaast kijkt het Van Gogh Museum hoe de processen, structuren, gebouwen, producten en het beleid nog inclusiever kunnen worden gemaakt.

Activiteiten georganiseerd voor dit specifieke doel

- Beeldbrekers - externe ambassadeurs
- Verbinders - interne ambassadeurs
- Interne dialogen over inclusie
- Inspiratiesnacks met inclusief topic
- Trainingsmodule 'inclusief leiderschap' De Baak
- Herhaaltraining inclusief leiderschap aan alle leidinggevendenden
- Beeldbrekers in teammeetings
- Iedere collega een inclusief doel

een rol in gespeeld. Het museum is daardoor hard geraakt: zo waren er meerdere museumsluitingen en werken de medewerkers al bijna twee jaar grotendeels vanuit huis. Dit is allemaal niet bevorderlijk voor het ervaren van een inclusief klimaat.

Er zijn ook positieve resultaten te zien die een duurzame integratie van inclusie juist versterken. Zo is waargenomen dat collega's die de activiteiten zichtbaarder en effectiever vonden ook positiever waren over het duurzaam integreren van inclusie. Daaruit kunnen we opmaken dat het Van Gogh Museum met het programma de gewenste richting opgaat.

De perceptie van de beschikbaarheid, openheid en toegankelijkheid van leiderschap ten aanzien van inclusie is significant verbeterd in de afgelopen jaren.

Bovendien is ontdekt dat met name collega's die positiever zijn over het inclusief leiderschap, in de organisatie ook inclusiever zijn gaan denken en handelen. Het is voor het Van Gogh Museum interessant om zich van dit versterkende effect bewust te zijn.

Meer mensen zijn tijdens de duur van het Inclusief werkgeverschap programma inclusiever gaan

Belangrijkste resultaten

Om inclusie duurzaam te integreren is het heersende inclusieve klimaat een belangrijke graadmeter, omdat we weten dat deze twee elkaar versterken. Het algehele inclusieve klimaat groeit niet lineair. Waar in 2019 een significant positief effect werd gezien in het ervaren van een inclusief klimaat, heeft dat zich in de meting van 2021 niet voortgezet. De eerdergenoemde dalende trends als de integratie van ieders inbreng en de gelijke ontwikkelmogelijkheden en behandeling, zijn hierin mogelijk een oorzaak. Door een focusgroep die naar aanleiding van dit onderzoek gehouden is, is net wat meer inzicht gekregen ten aanzien van deze trendbreuk. De Covid19-pandemie heeft hier zeker

Waardering van inclusief leiderschap onder medewerkers

	T0	T1	T2	Vershil T0 en T1	Vershil T1 en T2	Vershil T0 en T2
Beschikbaarheid van het leiderschap	3.71	3.72	3.95	0.01	0.23	0.24
Openheid van het leiderschap	3.73	3.78	4.04	0.05	0.26	0.31
Toegankelijkheid van het leiderschap	3.54	3.52	3.75	-0.02	0.22	0.21

Medewerkers kregen stellingen voorgelegd waarvan ze konden aangeven in welke mate ze het hiermee eens waren (schaal 1-5), waarbij 1 staat voor 'helemaal niet mee eens' en 5 'heel erg mee eens'.

denken en handelen. In de laatste meting werd aangegeven dat het inclusieve denken en handelen in werk met 53% gestegen was, en privé met 57%. Maatschappelijke ontwikkelingen op het gebied van inclusie, zoals de Black Lives Matter beweging, hebben er mede voor gezorgd dat medewerkers inclusiever zijn gaan denken en handelen.

Inclusief doel voor alle collega's

Sinds 2021 is er een nieuw, vast onderdeel opgenomen in de ontwikkelcyclus: het opstellen van een inclusief doel. Elke collega stelt jaarlijks een eigen, inclusief doel op om zo vanuit je eigen perspectief - persoonlijk of professioneel - bijdrage te leveren aan inclusie. Het Van Gogh Museum is er namelijk van overtuigd dat elke collega voor zijn/haar eigen vakgebied het beste weet wat er nodig is om inclusiever te worden. Om hierin aan te moedigen en te ondersteunen, zijn er moment gecreëerd om voorbeelden te delen. De Verbinders en Beeldbrekers hebben ook met collega's meegedacht om inclusieve doelen te formuleren en leidinggevend kregen handvatten aangereikt. De 4 P's (Programma, Publiek, Personeel en Partners, zie ook pagina 117) bleken een handig hulpmiddel om na te denken over concrete doelen.

De Verbinders

Sinds het voorjaar van 2019 zijn in het Van Gogh Museum Verbinders actief; collega's die meedenken, meedoen en net dat stapje extra zetten op weg naar een inclusief museum. Verbinders fungeren als bondgenoten en ambassadeurs van de interne inclusieprogramma's en zijn horizontaal, verticaal en diagonaal binnen de organisatie van het Van Gogh Museum vertegenwoordigd.

De Verbinders zijn aangesteld omdat:

- diversiteit en inclusie beter werkt als het extra en continu aandacht krijgt;
- iedere collega kan bijdragen aan een inclusieve organisatie en het museum graag investeert in het 'inclusief potentieel';
- de impactmetingen laten zien dat het werk van zowel de Beeldbrekers als Verbinders effectief is voor het versterken van het interne inclusieve klimaat.

De Verbinders werken in groepjes aan geformuleerde thema's en bedenken activiteiten. Deze activiteiten sluiten aan bij de drie doelen van *Inclusief werkgeverschap*. Een van die thema's is bijvoorbeeld het versterken van een thuisgevoel in de organisatie. Ook vanuit hun eigen vakgebied zijn de Verbinders actief. Tot slot werken de Verbinders samen met de Beeldbrekers voor wederzijdse inspiratie, advies en kennisdeling.



Verbinders aan het woord

Shanoy Koel - Coördinator Jeugd, Jongvolwassenen en Atelier

"Ik kijk altijd ontzettend uit naar de brainstormsessies met mijn mede-Verbinders binnen het Van Gogh Museum. Het inspireert en ik heb vaak weer genoeg stof om over na te denken en mooie plannen mee te smeden voor de toekomst. Maar ook in mijn eigen rol en vakgebied kan ik inclusie integreren in mijn dagelijks werk. Binnen het onderwijs zie ik hoe de 'wittere' gemengde scholen steeds witter worden en de 'zwartere' gemengde scholen steeds zwarter. Daarmee verdwijnen er plekken in de stad waar kinderen met verschillende achtergronden elkaar dagelijks tegenkomen. Kinderen kunnen op deze manier lastig vriendschappen sluiten met

leeftijdsgenoten via wie zij een andere taal en cultuur het beste leren kennen. Dit vind ik ontzettend zonde! Juist omdat we weten dat kinderen die opgroeien in een multiculturele omgeving eerder verschillen zullen accepteren en in de toekomst het belang kunnen zien van diversiteit op de werkvloer."

"Als Verbinder ben ik bewust bezig met het creëren van multiculturele groepen en het zoeken naar verschillende invalshoeken. Ik weet dat je op deze manier meer kennis en vaardigheden in huis hebt dan in een homogene setting. Voor mij is dit pas echt geslaagd als een organisatie, club of school een afspiegeling is van de gevarieerde groep mensen die we allemaal buiten op straat tegenkomen."



‘Een inclusieve organisatie bereik je echt alleen samen’

Tips aan de sector

Hoe zag jouw ondersteuning aan het Van Gogh Museum er precies uit?

“Met de duiding van de resultaten heb ik het museum kunnen helpen bij de vraag of de impactdoelstellingen van het museum werden bereikt, en hoe het Van Gogh Museum beter kan sturen op hun beoogde missie impact.”

Wat houdt impactmeting in?

“Impactmetingen geven je inzicht of je interventie werkt om je beoogde doelen te halen, maar ook hoe het werkt. Het maakt inzichtelijk of je de sociale doelen die je zelf hebt gesteld, ook daadwerkelijk bereikt. Impact kan worden gedefinieerd als het effect van de activiteiten van een organisatie op de maatschappij, op de sociale, ecologische en economische dimensie. Het geeft inzicht in jouw maatschappelijke toegevoegde waarde, en in datgene waarin jij als organisatie het verschil kan maken in de samenleving.”

Waarom lag er tijdens *Van Gogh verbindt* veel nadruk op het meten van resultaten?

“Het leerpotentieel dat uitgaat van impactmetingen is ontzettend relevant. Het toont aan of de activiteiten die je onderneemt echt bijdragen aan de door jou beoogde maatschappelijke effecten. Het geeft antwoord op de vraag: bereik ik wat ik wil bereiken? Deze inzichten zijn ontzettend relevant voor communicatie- en legitimiteitsdoelen. Echter, ik geloof dat het leerpotentieel de basis moet zijn voor je impactmeting.

Marjelle Vermeulen is als onderzoeker verbonden aan Impact Centre Erasmus. Binnen dit onderzoekscentrum richt zij zich op de culturele en creatieve industrie. In het onderzoekstraject *Van Gogh verbindt*, en in het onderzoek *Inclusief werkgemeenschap*, heeft zij het Van Gogh Museum ondersteund in het inzichtelijk maken van de effecten van de activiteiten.

Over Impact Centre Erasmus
Impact Centre Erasmus is een onderzoekscentrum aan de Erasmus Universiteit Rotterdam, dat zich richt op impact denken, meten en sturen. Hiermee wil het organisaties stimuleren de grootst haalbare maatschappelijke bijdrage te leveren, zodat mensen en middelen bewust en effectiever worden ingezet om economische, maatschappelijke en ecologische ambities te behalen.

Metingen moeten je niet alleen inzicht geven in of iets werkt. Het moet juist ook een antwoord geven op de vraag: waarom werkt het wel? Voor wie wel en voor wie niet? Hoe kunnen we onze programmering aanpassen, om zo strategisch meer te sturen op onze beoogde impact?”

Impact meten is weten?

“Veel organisaties in de culturele en creatieve industrie meten hun prestaties. Ze meten of ze hun financiële doelen hebben behaald, en hun outputs: hun heel directe resultaten. Hierbij kun je denken aan het aantal bezoekers, verkochte tickets of tentoonstellingen. Alleen zeggen deze outputs en de financiële resultaten helemaal niets over de daadwerkelijk bereikte effecten op de bezoekers of op de mensen in de stad. En dat terwijl zoveel culturele organisaties sociale ambities in hun missie hebben opgenomen. Kijk ook maar naar het Van Gogh Museum: zij hebben als missie om een inclusief museum te zijn, dat een divers publiek wil inspireren met het leven en werk van Vincent van Gogh en zijn tijd. Met sociale ambities in je missie wil je dus niet alleen weten hoeveel mensen je bereikt hebt. Je zou juist moeten willen weten of je deze mensen ook geraakt hebt.”

“Als het om impact gaat, zie ik Van Gogh Museum als een koploper in deze sector. Veel organisaties zeggen impact te meten, maar komen niet verder dan het inzichtelijk krijgen van hun outputs. Ze weten ook niet hoe impact gemeten kan worden. Dit museum heeft gezegd dat het leerproces uitgangspunt was om dit impacttraject te starten. Ze wilden hun impact meten om van te leren, om bij te sturen, om fouten te maken en om zo tot de juiste dingen te komen. Daar-

naast wilden ze ook weten hoe je je impact in kaart brengt. Daarin heeft het museum zich heel open en leergierig opgesteld. En er is uit de afgelopen jaren gebleken dat het sturen op impact in deze organisatie een belangrijke rol heeft ingenomen.”

Wat is je het meest opgevallen?

“We hebben met zijn allen geleerd dat inclusie een weg van de lange adem is. Zo tonen de resultaten verschillen aan tussen mensen met en zonder biculturele achtergrond. Dergelijke resultaten zijn de bevestiging dat het museum moet blijven investeren. Ook gaat inclusie gepaard met een organisatieverandering. Het is niet iets dat programmatisch kan worden ontwikkeld, het moet zich integraal door de organisatie heen ontwikkelen.”

Hoe kunnen andere organisaties lering trekken uit deze resultaten?

“Het impactproces dat het museum heeft doorgevoerd toont aan dat je grip kunt krijgen op je maatschappelijke en sociale effecten. Je kunt deze inzichtelijk maken, en je kunt deze resultaten gebruiken om in de toekomst beter te kunnen sturen op de beoogde impact. Ik hoop dan ook dat het Van Gogh Museum andere musea en culturele instellingen kan inspireren om met impact denken, meten en sturen aan de slag te gaan.”

Wat zou jij deze organisaties zelf willen adviseren?

“Start met het meten van je impact, en maak het eerst klein en behapbaar. Je kunt niet alles in een keer meten. Wij noemen het ook een impactproces: je groeit als het ware in verschillende stappen naar inzicht in impact, draagvlak in je organisatie en manieren hoe je impact in kaart kunt brengen. Wat inclusie betreft deel ik graag een van onze lessen: als je inclusief wilt worden voor een grote diversiteit aan doelgroepen, is het belangrijk te beseffen dat je niet voor een bepaalde doelgroep werkt. Je werkt mét, en dóór samenwerking met de doelgroep. Inclusie is in mijn ogen daarmee een co-creatie met de mensen om wie het gaat. Stel deze doelgroepen de vraag: hoe kunnen wij jou helpen? Leg niet de door jouw organisatie gehanteerde criteria op. Een inclusieve organisatie bereik je echt alleen samen.”



(van links naar rechts)
Zelfportret met grijze vilthoed, 1887
De schovenbinder (naar Millet), 1889
De amandelbloesem, 1890

Van Gogh verbindt: hoe nu verder

Na ruim vier jaar van de eerste fase *Van Gogh verbindt* kunnen we de balans opmaken en ons richten op de duurzame borging van activiteiten. Een nieuwe directeur, een nieuw strategisch beleid en de Covid19-crisis zorgt voor een extra moment van bezinning. Het Van Gogh Museum zal zich verder inspannen om de doelgroep te betrekken en ongelijkheid en leerachterstanden bij kwetsbare groepen tegen te gaan. Dankzij de pilots van *Van Gogh verbindt* zijn we als organisatie op het punt aangekomen dat we logische conclusies kunnen trekken en strategische keuzes maken voor de toekomst. We hebben nu beter inzicht hoe we jongeren met een biculturele achtergrond kunnen bereiken en waarmee we impact kunnen maken.

Een vanzelfsprekend onderdeel
Van Gogh verbindt heeft in totaal veertig pilots gedraaid met de focus op Publiek, Partners en Programma's. Dankzij Impact Centre Erasmus werd de impact van deze activiteiten binnen deze drie pijlers gemeten. Parallel aan *Van Gogh verbindt* liep het traject *Inclusief werkgeverschap*, waarmee de laatste van de vier pijlers uit de Code Culturele Diversiteit, Personeel, centraal stond. Beide programma's zijn verweven en liepen parallel aan elkaar in een iteratief proces. Inclusie is hierdoor niet alleen een educatief project, maar wordt ook een meer vanzelfsprekend onderdeel van de organisatie. Door de pilots weten we als museum welke projecten succesvol zijn, en welke activiteiten we de komende jaren zullen intensiveren, professionaliseren of verbreden. Binnen elke pijler zijn nieuwe activiteiten nodig om ons verder te kunnen ontwikkelen.

Tijd voor bezinning
Nu de eerste fase *Van Gogh verbindt* tot een eind is gekomen, is het tijd voor bezinning en bepalen we hoe wij als museum verder gaan. Het project betekent veel voor de organisatie en een deel van de activiteiten is intussen in de organisatie geborgd. Vanaf 2022 richt *Van Gogh verbindt* zich in eerste instantie op het voortzetten van de programma's, partnerships en publieksparticipatie die de afgelopen jaren de meeste impact hebben gehad volgens het Theory of Change model (zie pagina 12) dat Impact Centre Erasmus uitvoerde. Daarnaast richten we ons op nieuw onderzoek en activiteiten.

Diversiteit en inclusie omarmen en inbedden in de organisatie
Tijdens *Van Gogh verbindt* is er in de organisatie ook een en ander veranderd. De nieuwe directie heeft direct de diversiteitsambities

Activiteiten die het Van Gogh Museum vanuit *Van Gogh verbindt* voortzet per pijler:

P van Publiek

De doelgroep voor de komende vier jaar activiteiten bij *Van Gogh verbindt* zijn jongvolwassenen met een biculturele achtergrond. Op die manier bereiken we een groot deel van Amsterdam, waardoor de meerstemmigheid in het museum wordt vergroot.

P van Partners

De outreach-pilots uit *Van Gogh verbindt* bleken zeer impactvol. Outreach-activiteiten in samenwerking met externe partijen blijken een belangrijke methode om relaties in de stad op te bouwen. Samenwerkingen met scholen, stichtingen en verenigingen en merken waar de doelgroep zich verzamelt ziet, gaan we intensiveren.

P van Programma

Van Gogh verbindt is gestart met het ontwikkelen van publieksprogramma's die het Impact Centre Erasmus heeft onderzocht op de mate van impact. Succesvolle programma's worden geïntensiveerd; in het museum en daarbuiten.

P van Personeel

De Personeels-pijler bleek in de eerste fase *Van Gogh verbindt* zeer belangrijk en wordt in de tweede fase verder ontwikkeld.

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

In het strategisch plan hebben wij onder meer vastgelegd dat we zorgdragen voor de collectie om deze te behouden voor toekomstige generaties, zodat zij ervan kunnen genieten en leren op een manier die past bij hun tijd. We willen een ontmoetingsplek zijn die dialoog stimuleert en meerstemmigheid omarmt, zodat we als instituut nog meer betekenis aan onze collectie geven. We zien de muren van het museum als poreus: open en absorberend voor wat er om ons heen gebeurt.

Ook hebben we onder andere de volgende strategische doelstellingen geformuleerd:

- We staan in verbinding met een divers publiek, met focus op mensen met een biculturele achtergrond, jongvolwassenen en ouderen, en mensen met toegangsbeperkingen.
- We bouwen aan een duurzaam publiek en partnerschappen die de samenleving om ons heen weerspiegelen.

van het project omarmd en heeft in dit kader verdere stappen gezet. Zo is er in 2019 een nieuw strategisch plan geschreven en zijn er in 2021 strategische doelstellingen geformuleerd, waarin het streven naar een inclusieve en diverse organisatie een belangrijke plek inneemt.

Integraal aanpakken ambities

Learnings uit het project hebben het museum ervan overtuigd dat onze ambities het project overstijgen en ertoe geleid dat we onze ambities integraal willen aanpakken. We gaan onze krachten bundelen en beter organiseren. Zo wordt er naast het *Van Gogh verbindt*-kernteam een projectgroep opgericht. In deze projectgroep streven we naar een inclusief Van Gogh Museum, op weg naar duurzame relevantie en waarde voor ons publiek, partners, personeel en in onze programma's. We creëren beleid, bewustwording en coördineren organisatie brede programma's, om inclusie door de hele

organisatie te versterken. Ook zal dit projectteam zich bezighouden met toegankelijkheid van het museum. Kortgezegd: projectteam DIT- diversiteit, inclusie en toegankelijkheid - staat in de startblokken!

Op naar de volgende fase

De startfase van *Van Gogh verbindt* zit erop. We hebben veel geleerd, zijn gevallen en weer opgestaan. Het museum gaat de goede kant op, maar we zijn er nog niet. Op meerdere niveaus in de hele organisatie wordt de noodzaak van een meer divers en inclusief Van Gogh Museum gevoeld. Dankzij hoofdpartner Fonds 21 en American Express kunnen we ook de komende jaren stappen zetten en ons bewegen van pilotproject naar structureel aanbod én structurele borging van het diversiteit en inclusie vraagstuk in de organisatie.

Emilie Gordenker
directeur Van Gogh Museum

Colofon

Het magazine van *Van Gogh verbindt* is geschreven door het *Van Gogh verbindt*-kernteam, in nauwe samenwerking met Emilie Gordenker, Algemeen Directeur, betrokken collega's van het Van Gogh Museum en het Impact Centre Erasmus.

Wij danken alle betrokkenen die een waardevolle en inspirerende bijdrage hebben geleverd aan *Van Gogh verbindt* en dit magazine.

Tekst, coördinatie en eindredactie

Virginie Manjoero

Art direction en vormgeving

Joyce Zethof en Alexandra de Vries

Beeldverantwoording

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

Cover credits

Fotografie: Jaasir Linger en Jelle Draper

Adres

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

© 2022 Van Gogh Museum, Amsterdam

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

Alhoewel wij bij de samenstelling van dit magazine zeer zorgvuldig te werk zijn gegaan, kan het toch zijn dat een bezoeker, auteur, gebruiker of rechthebbende meent dat publicatie in strijd is met zijn of haar rechten, zoals portretrecht(en) en of auteursrechten. Indien een dergelijke situatie het geval lijkt, verzoeken we onmiddellijk contact op te nemen met het Van Gogh Museum.

Bij interesse naar de onderzoeksmethoden en meetinstrumenten kun je via vangoghmuseum.nl/onderzoek-van-gogh-verbindt de publicaties vinden die zijn verschenen als gevolg van *Van Gogh verbindt*. Wil je graag meer informatie over impact denken en impact meten? Neem dan contact op met Impact Centre Erasmus door te mailen naar impactcentre@eur.nl.

FONDS 21



‘Ik zeg het nog eens
- werk tegen de
onverschilligheid in -
het volhouden is
niet makkelijk,
maar wat makkelijk
is betekent
ook weinig.’

Vincent van Gogh

‘Vincent aan zijn broer Theo, 15 juni 1885.’