

2023

STRATEGISCH PLAN

2019

Onderdeel van:

De
Museumstichting

FOMU foto
museum

Executive summary (KIOSK)	03
1. Inleiding	05
2. Missie & waarden	07
3. Visie	08
4. Strategische doelstellingen	10
5. Operationele doelstellingen	11
6. Het Open Huis – OD & Acties	12
7. Het Artistiek Verhaal – OD & Acties	23
8. De Collecties – OD & Acties	31
9. De Organisatie – OD & Acties	46
10. Boordtabel	57

Bijlage: begroting 2019-2023

In het beleidsplan komen alle facetten uit het CED2017 en de visienota van minister Gatz aan bod. Qua opbouw is het echter niet geënt op de structuur van het decreet. Daarom bouwen we in de synthese een brug naar het decreet en vatten we het beleidsplan kort samen binnen de structuur van de functies en de uitgangspunten en principes van de visienota.

Binnen de functie **'Verzamelen en herkennen'** betekent dit een doorstart van het verwervingsbeleid aan de hand van het nieuwe collectieplan (Actie 3.2.5), het uitdiepen van lopende waarderingstrajecten en de toepassing van nieuwe methodieken (Actie 3.2.1, 3.4.3), de voortzetting van de registratie en digitalisering van de collecties (Actie 3.4.2), onderzoek naar mogelijke herbestemming (Actie 3.2.4), de condition assessments van de deelcollecties fondsen en kostbare werken (Actie 3.1.4), de verdere professionalisering van de collectiewerking (Actie 3.1.1), het verder toepassen van de RE-ORG methode (Actie 3.1.2, 3.1.5) en het klaren van de rechten en ter beschikking stellen van de collecties als open data (Actie 3.4.1).

Binnen de functie **'Behouden en borgen'** ligt de focus op het updaten van het calamiteitenplan voor collecties binnen de context van de verhuisbewegingen (Actie 3.1.3, 3.1.5) en de continuering van het restauratie- en conservatiebeleid (Actie 3.1.6).

Binnen de functie **'Onderzoeken'** focussen we op de vervollediging en verdere ontsluiting van de Knowlegde Base 'Directory of Belgian Photographers' (Actie 3.3.2), de consolidering en verspreiding van onderzoek verbonden aan de collectiepresentaties (Actie 3.3.1), het (intern) onderzoek naar de collecties en de samenwerkingen met externen (Actie 3.3.3), de internationale online aanwezigheid van het magazine EXTRA (Actie 3.3.4), de doorstart van de vernieuwde bibliotheekwerking (Actie 3.3.5) en de ontwikkeling van onze expertise over behoud en beheer van fotografisch erfgoed (Actie 3.3.6).

Binnen de functie **'Presenteren en toeleiden'** kiezen we voor een continuering van het succesvolle publieksaanbod en een investering in nieuwe doelgroepen' (Actie 1.1.1), een garantie op een kwaliteitsvolle museumbeleving (Actie 1.1.2, 1.1.3, 1.1.4), een extraverte communicatie met aandacht voor nieuwe doelgroepen en interactie tussen museum en publiek (Actie 1.2.1, 1.2.3, 1.1.5, 1.2.4), een nieuwe, gebruiksvriendelijke website die de centrale toegang is tot zowel praktische en promotionele als inhoudelijk verdiepende content en de (inter)nationale bezoeker toelaat te zoeken in de collecties (Actie 1.2.2), een sterke lokale verankering (Actie 1.4.1, 1.4.3, 1.4.4), een integrale en uitgebalanceerde tentoonstellingsprogrammatie (Actie 2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 2.1.4), tijdelijke intra- en extra-muros tentoonstellingen en projecten met bijhorende publicaties (Actie 2.2.1, 2.2.2, 2.2.3, 2.2.4, 2.3.1, 2.3.2), het ambassadeurschap voor de Belgische fotografie (Actie 2.4.1, 2.4.2, 2.4.3, 2.4.4), de collectiepresentaties (Actie 3.5.2, 3.5.3), de uitbouw van een studieklassering (Actie 3.5.4) en een overkoepelende strategie voor de digitale ontsluiting van onderzoek en de collecties (Actie 3.5.1).

Binnen de functie ‘**participeren**’ willen we samen met de buurtbewoners de wijk transformeren tot een museumkwartier (Actie 1.4.4), willen we crowdsourcing een plaats geven binnen het registratieproces (Actie 3.4.4), de vrijwilligerswerking professionaliseren om de basiswerking te versterken via participatie (Actie 4.3.3) en willen we verschillende stakeholders en erfgoedgemeenschappen betrekken bij de museumwerking en het museumbeleid (Actie 1.3.1, 3.2.2, 3.2.6).

Naast de kwalitatieve uitvoering van de functies zetten we in op de **principes van de visienota**. We investeren de komende jaren extra in de speerpunten rond **digitaal erfgoed/digitale strategie** (OD4.1) en **etnisch culturele diversiteit** (Actie 1.1.1, 2.1.1, 2.4.1, 3.2.2, 4.3.2, 4.3.3, 4.3.4, 4.3.5, 4.5.5 en OD1.3).

Wat betreft **financieel beleid, organisatieontwikkeling en infrastructuur** bouwen we verder aan onze alternatieve financiering en commerciële activiteiten (OD4.2), willen we een aantal afdelingen versterken (Actie 4.3.2) en plannen we een aantal duurzame investeringen om onze ecologische voetafdruk verder af te bouwen (Actie 4.4.1). Dit alles doen we onder het waakzame oog en met de ondersteuning van **De Museumstichting**, de organisatie die borg staat voor onder andere de principes van goed bestuur, een transparant financieel beleid, het personeelsbeleid en een aantal overheadprocessen (OD4.5).

Het strategisch plan van het FOMU kwam tot stand in 2017 tijdens een gefaseerd en intensief beleidsplanningsproces.

Alle medewerkers van het museum namen deel aan dit proces. De leden van de ‘kleine staf’, i.e. een groep van 10 stafmedewerkers bestaande uit het afdelingshoofd collecties, de curatoren, de verantwoordelijken voor publiekswerking, communicatie en marketing, de bibliothecaris en de stafmedewerker zakelijk beleid, waren samen met de directeur het sterkst betrokken.

BELEIDSPANNINGSPROCES

Tussen januari en april werd er samen met het consultancy bureau ‘Tweeperenboom’ tijd gemaakt om de missie en visie van het FOMU ten gronde te bestuderen. De directeur schreef aan de hand van deze gesprekken een nieuwe missie & waarden uit, in samenspraak met de kleine staf. Hierbij werd extra aandacht besteed aan het unieke karakter en het eigen verhaal van het FOMU binnen het cultureel-erfgoedveld. Deze nieuwe missie en waarden werden afgetoetst bij een aantal primaire stakeholders voor de teksten werden gefinaliseerd en tijdens een workshop werden voorgesteld aan het voltallige FOMU-team.

Zodra de missie en waarden op punt stonden, werd er een SWOT-analyse gemaakt. Zoals elke SWOT kende deze analyse een interne en een externe component waarbij op micro-, meso- en macroniveau deelanalyses werden uitgevoerd: DESTEP, een aantal specifieke omgevingsanalyses (vb. toerisme, fotografisch erfgoed, etc.), een uitgebreide stakeholderanalyse, een focusgroep met vrijwilligers, een focusgroep met de wetenschappelijke commissie, workshops met het voltallige FOMU-team, etc. Uit deze SWOT met confrontatiematrix werden een aantal kwesties gepuurd die mee de basis vormden voor het strategisch plan.

De strategische doelstellingen werden door de directeur en enkele naaste beleidsmedewerkers geformuleerd, vervolgens gingen de afzonderlijke stafmedewerkers op teamniveau verder met het concretiseren van de strategie in operationele doelstellingen en acties die zoveel mogelijk gekoppeld werden aan meetbare indicatoren. De laatste fase, waarin het strategisch plan werd gefinaliseerd en de haalbaarheid werd getoetst door de koppeling te maken met het personeelsplan en het budget, werd door de directeur afgerond.

Het beleidsplan werd tenslotte ter goedkeuring voorgelegd aan het directiecomité en de raad van bestuur van het FOMU (bevoegd tot 2018), de raad van bestuur van De Museumstichting (bevoegd vanaf januari 2018). Doorheen dit proces werd ook steeds teruggekoppeld naar De Museumstichting. Beleidsmedewerkers van MoMu, DIVA en FOMU zaten op regelmatige basis samen om de plannen af te toetsen. De inhoudelijke thema’s die de stichting naar voor schuift en het nieuwe bestuurlijke kader werden op die manier opgenomen in het beleidsplan.

OPBOUW STRATEGISCH PLAN

Het strategisch plan van het FOMU is een evenwichtig plan dat helder weergeeft welke acties we de komende jaren willen uitvoeren en waarom.

Het plan is opgebouwd uit een aantal klassieke elementen: de missie, de visie, de strategische en operationele doelstellingen, de acties, een begroting en een boordtabel. Het startpunt van deze doelstellingencascade is de nieuwe missie van het FOMU. In combinatie met de resultaten van de uitvoerige SWOT-analyse puurden we uit deze missie een aantal strategische en operationele doelstellingen en schreven we vervolgens de acties uit. In de visietekst gaan we dieper in op de speerpunten voor de middellange termijn.

De strategische en operationele doelstellingen worden afgebeeld in een venndiagram. Dit is geen vrijblijvend model. De overlappende cirkels zijn immers een visuele voorstelling van de geïntegreerde manier waarop het FOMU werkt en wil werken. De achterliggende operationele doelstellingen en acties zijn onderling sterk verbonden en kunnen vaak niet los van elkaar worden gerealiseerd.

Per strategische doelstelling geven we in een boomstructuur een overzicht van de acties en koppelen we deze aan een operationele doelstelling. De inhoudelijke details van de acties, de timing, de fasering en het onderlinge verband met andere acties geven we weer in meer uitgebreide fiches. In deze fiches hebben we per actie, en waar mogelijk, indicatoren opgenomen. Afhankelijk van het soort actie en indicator zitten deze vervat in de tekst of zijn ze apart opgenomen onder de tekst met de aanduiding 'indicator'. Deze indicatoren zullen ook steeds terugkomen in de toekomstige jaarverslagen. De fiches zijn voorzien van een boord aan de linkerzijde waarin we verwijzen naar de functies binnen het CED2017.

We vervolledigen het strategisch plan met een realistische begroting waarin helder wordt weergegeven welke middelen we aanvragen in het kader van het Cultureelerfgoeddecreet. Een beknopte boordtabel geeft tenslotte een overzicht van de acties, hun timing, het benodigde budget opgesplitst in werkingsmiddelen en subsidie, de personeelsinzet en de monitoring.

CONTEXT STRATEGISCH PLAN

Het FOMU is samen met Modemuseum en DIVA onderdeel van De Museumstichting. Het is dan ook belangrijk om mee te geven in welk kader het museum zal werken, en welke achterliggende strategische doelstellingen van De Museumstichting het voor het FOMU mogelijk maken om zijn missie, visie en doelstellingen te realiseren. De stichting wil faciliteren op vlak van efficiënt zakelijk beleid en beheer, patrimonium en digitale cultuur en stuurt daarom een aantal overheadprocessen aan. Op deze onderdelen wil het de grootst mogelijke efficiëntiewinsten realiseren tussen de drie musea. Daarnaast zijn er drie strategische domeinen waarop de drie musea samen met de stichting willen inzetten. De actuele maatschappelijke evoluties sporen de stichting aan om te kiezen voor een focus op diversiteit: onze musea moeten betekenis krijgen voor iedereen. Onze nauwe band met de hedendaagse creatieve economie rond fotografie, mode en edelsmeedkunst, juwelen en diamant geeft de kans om ons te verbinden en te zoeken naar co-creatie en samenwerkingsverbanden met deze sectoren. Tenslotte willen we ons engageren om te investeren in de toekomst door jong talent een platform in onze musea te geven. Zowel in de missie van het FOMU, zijn strategische doelstellingen als in de uitwerking van het strategisch plan nemen we deze doelstellingen richtinggevend mee.

WAARDEN

Het FOMU is een van de meest prestigieuze en toonaangevende musea voor fotografie in Europa. In een open huis treden we in dialoog en interactie met ons publiek. Tegelijk creëren we, samen met onze partners, off- en online impact op de samenleving.

Het FOMU maakt ambitieuze tentoonstellingen die contextualiseren en verbinden. We vertellen gelaagde verhalen die vertrekken vanuit een maatschappelijke relevantie.

Het FOMU is ambassadeur van jong talent en gevestigde fotografen van eigen bodem.

Het FOMU beheert unieke collecties van fotobeelden, apparatuur en boeken. We verzamelen artistiek en technisch representatief werk van belangwekkende fotografen, fabrikanten en auteurs uit de (inter) nationale fotogeschiedenis, zowel historisch als hedendaags.

Het FOMU wordt nationaal en internationaal erkend als expert in behoud en beheer van fotografisch erfgoed. Vanuit deze betrokkenheid dragen we zorg voor onze collecties zowel voor de mensen van vandaag als voor de generaties van morgen.

Het FOMU inspireert en verrijkt.

Kwalitatief & dynamisch

Inclusief & geëngageerd

Experimenteel & innovatief

Publieksgedreven & extravert

&

MISSIE

Als één van de oudste en meest succesvolle musea voor fotografie in Europa zet het FOMU dagelijks een kwaliteitsvol, sterk en innovatief beleid uit, gebaseerd op zijn missie en waarden. Onze kracht situeert zich in een constante interactie tussen collecties, publiek en het medium fotografie binnen een transparant, doordacht zakelijk kader. Zowel onze off- en online community als de erfgoedgemeenschappen en fotografie-experts wereldwijd, erkennen en waarderen het museum om dat unieke, dynamische en inhoudelijke verhaal. Tijdens de komende beleidsperiode heeft het FOMU de ambitie om dit parcours verder uit te bouwen, met een gerichte focus op een aantal beleidslijnen.

De gerenommeerde collecties van het FOMU geven een exclusief inzicht in het internationale fotografisch erfgoed dat jarenlang intensief is verzameld. De voorbije jaren werd fors geïnvesteerd in een optimale bewaring van de collecties. In de komende beleidsperiode opereert het collectieteam grotendeels nog in die verhuismodus. Bovendien heeft het museum een historische achterstand te verwerken waardoor een aantal andere basisfuncties een kwaliteitsvolle inhaalbeweging vereisen. Als derde aandachtspunt geeft het FOMU voorrang aan het relevant houden van zijn collecties. Het museum wil die dichter bij het publiek brengen en delen met de samenleving. De collecties zullen niet alleen fysiek maar ook digitaal zichtbaarder worden voor het publiek. Het FOMU zet daarom de komende jaren in op een stevige versterking van de collectiewerking.

Als een publieksgedreven, open huis richt het FOMU zich naar een breed publiek in alles wat het doet. Jaarlijks bereikt het museum een groot aantal bezoekers met een zeer hoog tevredenheidspercentage. Het museum houdt zijn breed toegankelijke en gastvrije aanpak aan, maar specialiseert zich in een meer doelgroepengerichte strategie om een aantal nieuwe publiekssegmenten aan te boren. In de komende vijf jaar focust het FOMU zich op etnische diversiteit binnen zijn publiek, op buurtbewoners en op bedrijven. Het succesverhaal inzake jongeren, fotografie-experts en klassieke museumbezoekers wordt verdergezet. Het FOMU rekent niet alleen de fysieke bezoekers, maar ook de virtuele tot zijn potentieel publiek. Als innovatieve instelling richt het museum zich eveneens op een publieksaanbod waarbij dialogoog en participatie centraal staan.

Het spanningsveld tussen meer lokale verankering en de internationale impact die het museum nastreeft, wordt een belangrijke realiteit de komende jaren. Het FOMU investeert extra in projecten en samenwerkingen met lokale partners waardoor het museum zijn aansluiting met de stad Antwerpen en met de wijk, het Museumkwartier, versterkt. Ook op nationaal niveau zoekt het FOMU actief naar samenwerkingen zowel in de brede culturele sector als in andere werkdomeinen zoals toerisme, industrie, onderwijs en wetenschap. Bovendien is FOMU uitgegroeid tot hét landelijk aanspreekpunt voor fotografie binnen het cultureel-erfgoednetwerk. De partnerschappen op internationaal niveau kaderen binnen het ambassadeursidee: het FOMU treedt op als actieve ambassadeur voor fotografen van eigen bodem. Daarnaast breidt het FOMU zijn expertisecentrum voor behoud en beheer internationaal verder uit.

Fotografie verandert razendsnel. Net zoals het medium kan het FOMU niet ter plaatse trappelen. In zijn werking is er daarom expliciet plaats voor experiment. Het museum nodigt niet alleen externe experimenten uit, maar test ook intern nieuwe technieken of projecten uit. Het FOMU gaat bovendien op zoek naar initiatieven die in een niet-museale context groeien. Deze interactieve, participatieve en geëngageerde activiteiten laat het museum nadrukkelijk zien of het werkt er samen met partners aan mee.

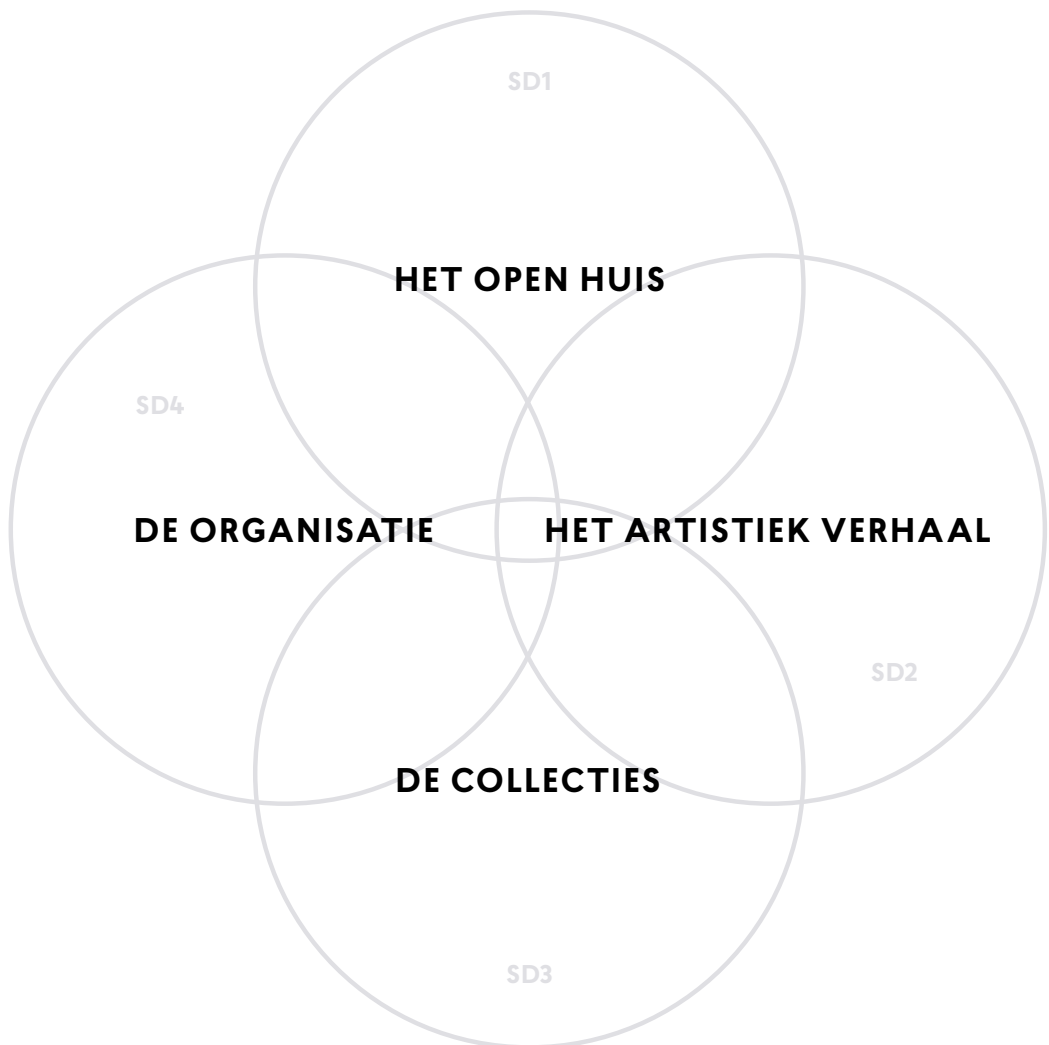
Het FOMU groeit steeds meer uit tot een 'digitaal' museum. Het evolueert doordacht mee met nieuwe digitale ontwikkelingen en schoolt zijn personeel voortdurend bij. D.m.v. digitaliseringsprojecten kan het museum zijn rijke kennis en onderzoek over de collecties en het medium fotografie contextualiseren en vlugger kenbaar maken aan het publiek. Smart digitaal werken stelt het FOMU in staat om zijn efficiëntie te verhogen: processen worden zo goed mogelijk op elkaar afgestemd, er kunnen sneller resultaten geboekt worden en het biedt mogelijkheden om extra inkomsten te verwerven. Door in te zetten op digitalisering voedt het FOMU zijn publiek met informatie, gaat het in dialoog met bezoekers, engageert het mensen om (cre)actief bezig te zijn met fotografie en fotografisch erfgoed en creëert het nieuw publiek. Het museum vergroot daarmee zijn online zichtbaarheid waardoor het bereik en de impact van het FOMU aanzienlijk uitbreidt.

Diversiteit vertakt zich binnen onze hele organisatie. Het is niet alleen een aandachtspunt binnen het publieksbereik, maar stelt zich ook binnen het collectiebeleid, de personeelsformatie ende tentoonstellingsprogrammatie. Als het FOMU ambiëren we om na vijf jaar een voortrekker te zijn op dat vlak binnen de erfgoedsector: we bouwen een geloofwaardige etnisch meer diverse museumwerking uit.

Tot slot bekwaamt het FOMU zich verder in een transparant financieel en zakelijk beleid onder de samenwerkingskoepel van De Museumstichting. Aan de hand van eigentijdse rapporteringsinstrumenten koppelen we helder terug naar onze bestuurders. We werken zo efficiënt en effectief mogelijk samen met een competent team en geëngageerde vrijwilligers en stagiairs. Om onze ambities waar te maken, gaan we steeds op zoek naar duurzame oplossingen binnen de budgettaire mogelijkheden weliswaar door extra inspanningen te leveren om aanvullende financiering te zoeken.

DOELSTELLINGEN

STRATEGISCHE



SD1: Het FOMU is een open huis voor fotografie dat een divers en (inter)nationaal publiek verwelkomt en uitnodigt om off- en online met elkaar in dialoog te gaan en te participeren. Het FOMU is ook een geëngageerd en inclusief museum dat naar buiten treedt en maatschappelijke relevantie en impact nastreeft.

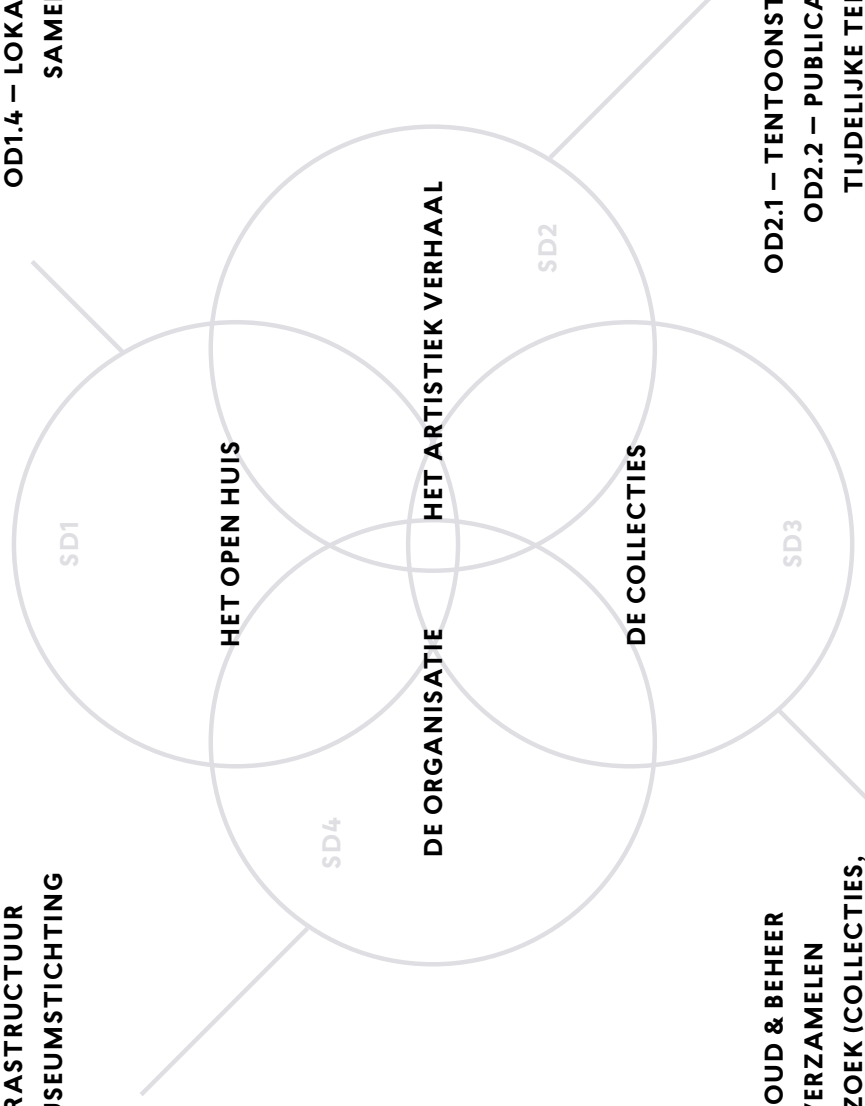
SD2: Het FOMU heeft een ambitieus tentoonstellingsprogramma dat een sterke voeling heeft met de hedendaagse praktijk en samenleving, waarin contextualisering en verbinding voorop staan. Het FOMU schept ruimte voor experiment.

SD3: Het FOMU deelt zijn collecties maximaal met het publiek. Het is daarnaast internationaal toonaangevend op het vlak van zorgzaam verzamelen en beheren van fotografisch erfgoed. Het FOMU breidt zijn wetenschappelijk onderzoek verder uit en maakt het toegankelijk voor het publiek.

SD4: Het FOMU voert een transparant en performant zakelijk beleid binnen het bredere kader van De Museumstichting.

- OD4.1 – DIGITALISERING
- OD4.2 – ALTERNATIEVE FINANCIERING
- OD4.3 – TEAM & ORGANISATIEONTWIKKELING
 - OD4.4 – INFRASTRUCTUUR
 - OD4.5 – DE MUSEUMSTICHTING

- OD1.1 – PUBLIEKSAANBOD
- OD1.2 – COMMUNICATIE
- OD1.3 – JONGEREN & DIVERSITEIT
- OD1.4 – LOKALE VERANKERING & SAMENWERKING

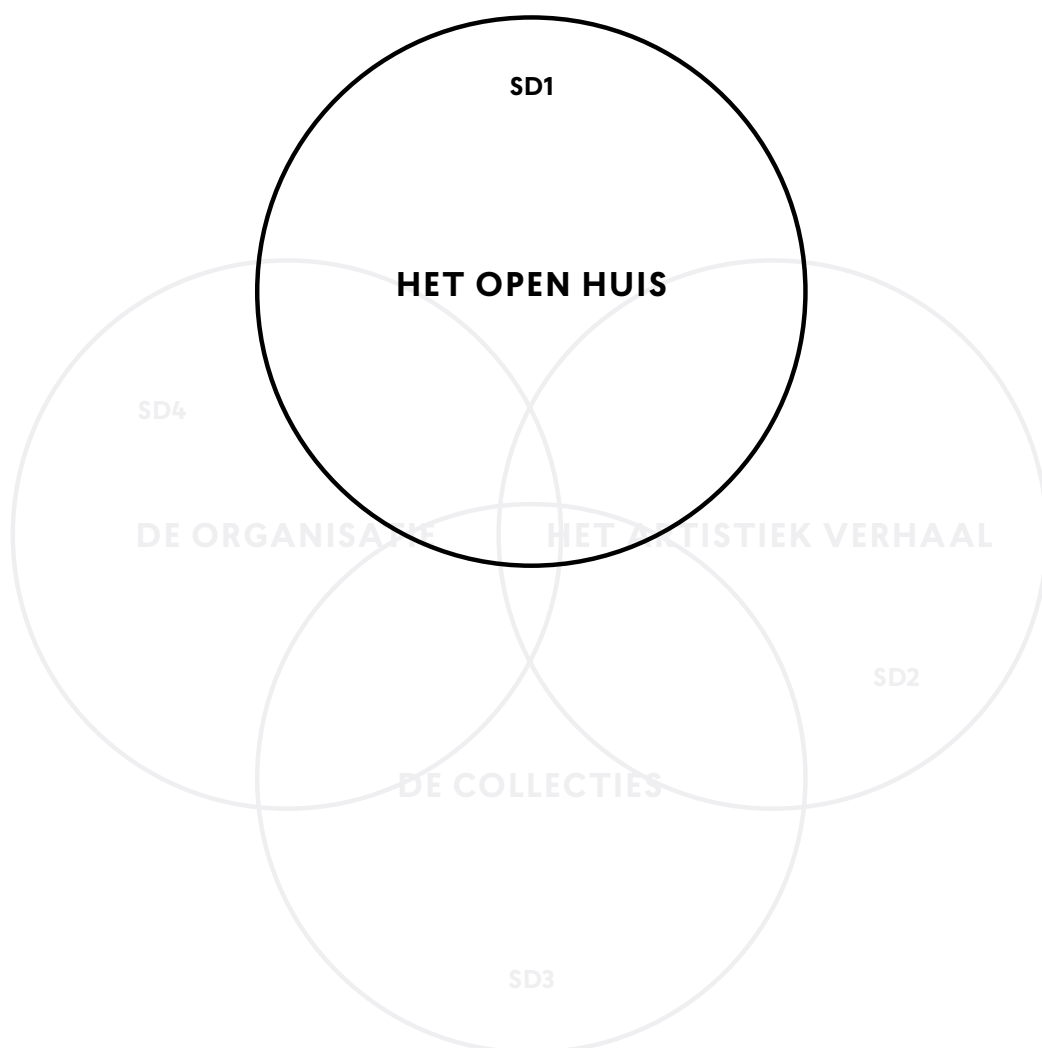


- OD3.1 – BEHOUD & BEHEER
- OD3.2 – VERZAMELEN
- OD3.3 – ONDERZOEK (COLLECTIES, FOTOGRAFIE EN BEHOUD & BEHEER)
- OD3.4 – REGISTRATIE & DIGITALISERING
- OD3.5 – ONTSLUITING

- OD2.1 – TENTOONSTELLINGSPROGRAMMATIE
- OD2.2 – PUBLICATIES & INTRA MUROS TIJDELIJKE TENTOONSTELLINGEN
- OD2.3 – SAMENWERKINGEN & EXTRA MUROS
- OD2.4 – AMBASSADEUR & JONGE BELGISCHE FOTOGRAFIE

OD & ACTIES

HET OPEN HUIS



OD1.1: We ontwikkelen een off- en online publieksaanbod waarbinnen participatie, innovatie, educatie en kwaliteit de rode draad zijn.

OD1.2: We optimaliseren het off- en online bezoek door in te zetten op digitaliseringsprojecten en op specifieke doelgroepen via communicatie op maat.

OD1.3: Jongeren en diversiteit zijn twee begrippen die deel uitmaken van het DNA van onze organisatie.

OD1.4: Door samenwerking en dialoog verankeren we het museum lokaal in een buurt die in volle ontwikkeling is.



OD1.1

OD1.2

OD1.3

OD1.4

PUBLIEKSAANBOD

Actie 1.1.1: We zetten het huidige publieksaanbod verder en investeren in een aanbod voor nieuwe doelgroepen op basis van het doelgroepenplan.

Actie 1.1.2: We garanderen de kwaliteit van de workshops en rondleidingen door jaarlijks minstens 2 opleidingen voor de FOMU gidsen te organiseren en ze jaarlijks te evalueren.

Actie 1.1.3: We brengen de visitor journey in kaart en tekenen een strategie uit om de klanttevredenheid en -beleving te vergroten.

Actie 1.1.4: We organiseren een permanente, digitale publieksbevraging en organiseren daarnaast een groot-schalig publieksonderzoek.

Actie 1.1.5: Om de online community van het FOMU zowel nationaal als internationaal te vergroten en daarbij ons imago als jong en dynamisch museum uit te dragen, ontwikkelen en implementeren we een strategie voor de productie en verspreiding van inhoudelijke video's over onze werking via ArtTube en YouTube.

COMMUNICATIE

Actie 1.2.1: We maken jaarlijks een strategisch communicatieplan met aandacht voor het doelgroepenplan en voeren dit uit.

Actie 1.2.2: We bouwen een nieuwe website die de centrale toegang is tot zowel praktische en promotionele als inhoudelijk verdiepende content en de (inter)nationale bezoeker toelaat te zoeken in de collecties.

Actie 1.2.3: We bouwen de FOMU community verder uit door nog sterker in te zetten op sociale media, waarbij we streven naar dialoog en interactie tussen het publiek en het museum.

Actie 1.2.4: We versterken onze branding en zetten hiervoor een nieuwe aanbesteding in de markt.

JONGEREN & DIVERSITEIT

Actie 1.3.1: We bouwen een netwerk van influencers uit die de werking van elke afdeling in de organisatie onder de loep nemen en hiervoor concrete acties uitzetten met als doel diversiteit in het DNA van de organisatie in te bedden.

Actie 1.3.2: We ontwikkelen een communicatiestrategie met een focus op jongeren en publiek met roots in migratie.

Actie 1.3.3: We diversifiëren het gidsenteam door nieuwe, jonge gidsen met roots in migratie te rekruteren.

Actie 1.3.4: We werken een publieksaanbod uit op maat van jongeren en publiek met roots in migratie.

LOKALE VERANKERING & SAMENWERKING

Actie 1.4.1: Om het FOMU als landmark in Antwerpen op de kaart te zetten, optimaliseren we de herkenbaarheid van het museumgebouw.

Actie 1.4.2: We maken samen met de stad van het voorplein een dynamische, publieke ruimte die het verlengstuk vormt van het museum.

Actie 1.4.3: We spelen een voortrekkersrol in de ontwikkeling van het nieuwe park (de 'Museumtuinen') door proactief samen te werken met de bouwheer Autonoom Gemeentebedrijf Vespa (AG Vespa).

Actie 1.4.4: We werken acties uit om de wijk te transformeren tot een museumkwartier met internationale ambities. Sleutelmoment in dit traject is de heropening van het KMSKA in 2019. Extra troef is de langlopende samenwerking met M HKA in het kader van Cinema Zuid.

SD1: FOMU is een open huis voor fotografie dat een divers en (inter)nationaal publiek verwelkomt en uitnodigt om off- en online met elkaar in dialoog te gaan en te participeren. FOMU is ook een geëngageerd en inclusief museum dat naar buiten treedt en maatschappelijke relevantie en impact nastreeft.

OD1.1: PUBLIEKSAANBOD

Actie 1.1.1: We zetten het huidige publieksaanbod verder en investeren in een aanbod voor nieuwe doelgroepen op basis van het doelgroepenplan.

Tijdens de beleidsperiode continueert het FOMU de reguliere publiekswerking en realiseert het nieuwe acties zoals vermeld in het doelgroepenplan. Dit plan geeft het bestaande publieksbereik weer en definieert nieuwe doelgroepen om het aantal bezoekers te verhogen en het publiek te diversifiëren en verbreden. We focussen in het aanbod voor al deze doelgroepen op educatie, innovatie, inclusiviteit, kwaliteit en duurzame samenwerkingen met een jaarlijks bereik van minimaal 20.000 participanten.

Het reguliere aanbod voor huidige doelgroepen continueren:

Klassieke museumbezoekers (nationaal & internationaal) met een bereik van jaarlijks 8.000 participanten:

- Een aanbod artist talks, debatten, fotografi workshops en rondleidingen voor volwassenen in verschillende talen.
- Een openingsevent bij aanvang van elke tentoonstellingsperiode, gratis en toegankelijk voor iedereen.
- Een permanent aanbod voor kinderen en gezinnen dat vertrekt vanuit kunstbeleving en co-creatie: verjaardagsfeestjes, Krokuskriebels, Kunstendag voor Kinderen, smARTbox, vakantieateliers.
- Organisatie van en deelname aan evenementen zoals Museumnacht, Slow Art Day, Cultuurmarkt om een breed lokaal publiek te betrekken.

Fotografie-experts (nationaal & internationaal) met een bereik van jaarlijks 1.000 participanten:

- Een aanbod artist talks, debatten en/of symposia in verschillende talen bij de collecties, de bibliotheek, de magazines en het tentoonstellingsaanbod.
- Een doorlopend aanbod portfolioviewings voor studenten en amateurfotografen en een permanent aanbod van fotografieworkshops voor volwassenen.
- Organisatie van het evenement ZOOM, een dag vol lezingen, workshops, rondleidingen en portfolioviewings gericht op de amateurfotograaf.

Jongeren (nationaal & internationaal) met een jaarlijks bereik van 5.000 participanten:

- Het event Nightwatch (museum-take-over/nocturne/talentshows) verder uitbouwen door de samenwerking met verschillende stedelijke partners (Piazza dell' Arte, You on Stage, Mestizo Arts Platform, Studio Urbanization,) en het coaching-traject voor de jonge makers intensifiëren, zodat het aantal bezoekers voor het event jaarlijks stijgt.
- Verderzetting van het huidige workshoptraject waarbij vluchtelingen samen met studenten fotografie nieuw werk creëren en tentoonstellen, met als doel impact te creëren voor de deelnemers

(interculturele uitwisseling, empowerment, taal oefenkansen).

- Jaarlijkse organisatie van .tiff talks: coachingtraject en speeddate voor jonge, startende Belgische fotografen met het professionele veld (galeriehouders, curatoren) en een presentatie van hun werk voor een breed publiek.

Onderwijs (nationaal & internationaal) met een jaarlijks bereik van 4.000 participanten:

- Het huidige aanbod voor kleuters en lagere school verderzetten en het aantal groepsrondleidingen voor het basisonderwijs tegen 2023 verhogen. Ondersteuning bieden aan leerkrachten aan de hand van een infomoment bij elke tentoonstellingsperiode.
- Het bestaande aanbod voor het secundair onderwijs (rondleidingen en workshops) uitbreiden met een aanbod dat vertrekt vanuit Visual Thinking Strategies (VTS, traag kijken), mindfulness (zelfreflectie) en collecties (fotografiegeschiedenis en camera's), dit zowel lokaal, nationaal als internationaal (focus op Nederland), zodat het aantal groepsrondleidingen tegen 2023 stijgt.

Nieuwe doelgroepen betrekken en/of extra aanbod voorzien voor:

Klassieke museumbezoekers nationaal:

- Combi-pakket samenstellen uit het bestaande aanbod, gericht op vrijetijdsbesteding en beleving: workshops, rondleidingen, formules museumcafé, shop.

Jongeren:

- De huidige samenwerking met de Atlasjongeren verder uitbouwen door workshopweken op maat te organiseren tijdens de schoolvakanties.

Onderwijs:

- De bestaande expertise rond VTS inzetten om een methodiek te ontwikkelen voor rondleidingen en workshops voor NT2 (Nederlands als Tweede Taal) en OKAN (Ontvangstklassen Anderstalige Nieuwkomers), zodat tegen 2022 jaarlijks ca. 750 NT2-cursisten en ca. 750 OKAN-leerlingen het museum bezoeken.
- Netwerk publiekswerking in musea, expertise en onderzoek rond VTS als gespreksmethode voor anderstalige nieuwkomers uitdragen naar het brede museum- en onderwijsveld via een toolkit voor NT2, een opleidingstraject voor gidsen, onthaal en bewakingspersoneel en een studiedag i.s.m. FARO en Atlas.

Bedrijven, met een jaarlijks bereik van 750 participanten:

- Een teambuildingsaanbod en doelgroepgerichte communicatie ontwikkelen voor bedrijven.
- Verhuren van onze cinemazalen en vergaderruimtes aan bedrijven.

Buurtwerking, met een jaarlijks bereik van 750 participanten:

- Een gratis instaprondleiding op dinsdagnamiddag met een focus op VTS en mindfulness gericht op actieve 65-plussers van de wijk Nieuw Zuid, de stad Antwerpen en de districten.
- De huidige samenwerkingen met speelpleinwerkingen en buitenschoolse kinderopvang (CoSTa, de Zotterikskes, Kras) verderzetten vanuit een workshopaanbod op maat.
- De bezoekersruimte in de inkomhal min. 2 keer per jaar invullen met kleinere tentoonstellings-

projecten die gratis te bezoeken zijn en gericht op interactieve en participatieve processen met buurtorganisaties of -initiatieven.

- De huidige samenwerking met het Fonds Vrijtijdsparticipatie, het Steunpunt Vakantieparticipatie en het Centrum Kauwenberg verder zetten om mensen die in armoede leven toegang te geven tot cultuur en kunsteducatie.
- Elke eerste zondag na de opening van een nieuwe tentoonstelling een gratis rondleiding aanbieden.
- Op woensdag elke betalende bezoeker trakteren met een gratis koffie in het museumcafé.

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

Actie 1.1.2: We garanderen de kwaliteit van de workshops en rondleidingen door jaarlijks minstens 2 opleidingen voor de FOMU gidsen te organiseren en ze jaarlijks te evalueren.

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

Actie 1.1.3: We brengen de visitor journey in kaart en tekenen een strategie uit om de klantentevredenheid en -beleving te vergroten.

Om deze actie in 2020 uit te voeren ondernemen we volgende stappen:

- We brengen de bezoekerscyclus in kaart om de pijnpunten weg te werken.
- We organiseren het reservatiesysteem en de gidsenplanning volledig online.
- We voorzien een opleidingstraject voor onthaal- en bewakingspersoneel.
- We evalueren permanent de bezoekerservaring door klantenbevraging, via mailings en een digitaal gastenboek.
- We werken een nieuwe website uit om het eerste klantencontact te verbeteren.

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

Actie 1.1.4: We organiseren een permanente, digitale publieksbevraging (Actie 1.1.3) en organiseren daarnaast een grootschalig publieksonderzoek.

De uitvoering van het grootschalig publieksonderzoek plannen we in 2021.

GENERIEK: DIGITAAL
CULTUREEL ERFGOED

Actie 1.1.5: Om de online community van het FOMU zowel nationaal als internationaal te vergroten en daarbij ons imago als jong en dynamisch museum uit te dragen, ontwikkelen en implementeren we een strategie voor de productie en verspreiding van inhoudelijke video's over onze werking via ArtTube en YouTube.

We verspreiden 5 video's per jaar.

OD1.2: COMMUNICATIE**Actie 1.2.1: We maken jaarlijks een strategisch communicatieplan met aandacht voor het doelgroepenplan en voeren dit uit.**

Het strategisch communicatieplan is afgestemd op het doelgroepenplan en overspant de hele werking van het FOMU. Het beschrijft alle communicatieacties die in het voorgestelde jaar zijn voorzien samen met een gedetailleerde begroting. Zowel de reguliere communicatie als nieuwe communicatie-initiatieven worden hierin opgenomen. Het bevat een sociale media- en een mailingplan. We monitoren en evalueren steeds of de vooropgestelde doelstellingen behaald worden en voorzien ruimte voor bijsturing om het vooropgestelde publieksbereik te behalen.

Reguliere communicatie naar onze huidige doelgroepen:

Klassieke museumbezoekers (nationaal)Online en digitale communicatie

- Website met praktische informatie voor een bezoek aan het FOMU en inhoudelijke info over de collecties en tentoonstellingen.
- Algemene nieuwsbrief: 2 x per maand.
- Sociale media: Facebook en Instagram: organisch bereik door in het 'content plan sociale media' voldoende posts te voorzien die de klassieke museumbezoekers interesseren en gerichte advertentiecampaagnes op bv. interesse, geografisch bereik.
- SEO (search engine optimization) en SEA (search engine advertising)
- inzetten om het FOMU beter vindbaar te maken op het internet en personen die iets opzoeken over fotografie online toeleiden naar het FOMU.
- Promotiespotje voor tentoonstellingen op Canvas en/of VRT: 1 x per jaar.
- Aanbod FOMU promoten via partnerwebsites zoals uitinvlaanderen.be
- Museumpas promoten via nationale partnerwebsites.

Gedrukte communicatie

- Promotiebrochure verspreid via partnerorganisaties, culturele instanties en toeristische kantoren in Antwerpen en Vlaanderen: 3x per jaar.
- Affichecampaagnes in Vlaamse steden: 2x per jaar.
- Flyer workshopaanbod kinderen en gezinnen: 4 x per jaar.

Pers en partners

- Onderhouden en uitbreiden van een groot persnetwerk binnen de nationale & lokale algemene en culturele pers: 9 à 13 persmailings per jaar.
- Mediadeal met een Vlaamse krant zoals De Morgen.

Klassieke museumbezoekers (internationaal) - aanvullendOnline en digitale communicatie

- Website in 4 talen (NL, FR, EN, DU).
- Nieuwsbrief in het Engels: 4 x per jaar.
- Online advertentie via Nederlandse Museumjaarkaart.

Gedrukte communicatie

- Promotiebrochure in 4 talen verspreid via toeristische kantoren in Antwerpen en Vlaanderen.

- Affichecampagne in Nederland: 1 x per jaar.
Pers en partners
- Contacteren internationaal persnetwerk, vnl. gericht op culturele pers: 1 internationale persreis per jaar.
- Inzetten op partnernetwerk van Visit Antwerpen en Toerisme Vlaanderen om via hun internationale communicatiekanalen het FOMU aanbod te verspreiden via internationale nieuwsbrieven, beurzen, persnetwerk.

Jongeren (nationaal)

Aanvullend op de communicatiekanalen om klassieke museumbezoekers te bereiken, zetten we een aantal doelgroepspecifieke kanalen in gericht op jongeren.

Online en digitale communicatie

- Sociale media: Facebook en Instagram organisch bereik met voldoende posts interessant voor jongeren & gerichte advertentiecampaagnes
- Mailing naar FOMU – Academy leden (18-26 jaar) met jongerenaanbod: 4 x per jaar.

Gedrukte communicatie

- Flyers voor event Nightwatch gericht verspreiden onder studenten op scholen/universiteiten, kunstopleidingen.
- Flyers voor .tiff (magazine voor jonge Belgische fotografie), gericht verspreiden onder studenten op scholen/universiteiten, kunstopleidingen.

Pers en partners

- Samenwerkingen met partners als Amuseevous, You on Stage, This is Antwerp.
- Aanmaak en verspreiding video's i.s.m. jongerenpersagentschap Stamp Media.
- Samenwerking met studentenverenigingen.
- Deelname aan studentencheques in Antwerpen.

Jongeren (internationaal) - aanvullend

Pers en Partners

- Inzetten op partnernetwerk met Visit Antwerpen om via hun internationale communicatiekanalen, gericht op jongeren, het FOMU aanbod te verspreiden o.a. door deelname aan het D.A.T.E. –project: jaarlijkse persreis voor 10 internationale jonge influencers.

Fotografie-experts (nationaal)

Aanvullend op de communicatiekanalen om klassieke museumbezoekers te bereiken, zetten we een aantal doelgroepspecifieke kanalen in gericht op fotografie-experts.

Online en digitale communicatie

- Sociale media: Facebook en Instagram organisch bereik met voldoende posts interessant voor fotografie-experts.
- Mailing over verdiepend aanbod in het FOMU: 4 x per jaar.

Pers en partners

- Samenwerking met partners zoals Antwerp Art, Art Brussels, Faro, Donkere Kamer om via hun kanalen fotografie-experts te bereiken.
- Inzetten op netwerk van fotografie-pers.

Fotografie-experts (internationaal) - aanvullendOnline en digitale communicatie

- Mailing over verdiepend aanbod in het FOMU in het Engels: 2 x per jaar.
- Mailings via e-flux & photography now: 1 x per jaar.

Pers en Partners

- Inzetten op netwerk van internationale fotografie-pers.

OnderwijsOnline en digitale communicatie

- Website.
- Mailing naar middelbaar en basisonderwijs: 2 x per jaar.
- Aanbod communiceren via Klascement, cultuurkuur.be, klasopstap en k-Kleutermenu.

Pers en Partners

- Samenwerking met Klasse voor leerkrachtendagen.
- Samenwerking met lerarenkaart en carte prof.

Buurt/lokale verankering

Aanvullend op de communicatiekanalen om klassieke museumbezoekers te bereiken, zetten we een aantal doelgroepspecifieke kanalen in gericht op de buurt.

Pers en Partners

- Mailing naar A-kaarhouders.
- Samenwerking met buurtwerking Club Zuid.

Nieuwe acties en extra doelgroepen betrekken door gerichte communicatie:**Klassieke museumbezoekers**

- Online advertenties via nationale verenigingen Davidsfonds, VTB-cultuur: 1 x per jaar.
- Inzetten op netwerk van nationale verenigingen en organisaties.
- Bij internationale projecten zoals Modejaar 2020 deelnemen aan internationale communicatie-campagnes.

Jongeren

- Netwerk van online influencers uitbouwen.

Onderwijs

- Mailing naar NT2 contacten.
- Samenwerking met Atlas voor NT2 aanbod.

Bedrijven

- Mailing over aanbod zaalhuur naar bedrijvennetwerk: 2 x per jaar.
- Communicatie via partners, zoals partnership teambuilding (Actie 4.2.3).

Buurt/lokale verankering

- Netwerk van lokale pers uitbouwen: buurtkrantjes, Facebookpagina's.
- Samenwerking AG Vespa (zie ook OD1.4).

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

Actie 1.2.2: We bouwen een nieuwe website die de centrale toegang is tot zowel praktische en promotionele als inhoudelijk verdiepende content en de (inter)nationale bezoeker toelaat te zoeken in de collecties.

De ontwikkeling van de website in 2021 is afhankelijk van een aantal andere processen en acties binnen de museumwerking. Pas wanneer deze acties met succes zijn uitgevoerd, kan de actie rond de website van start gaan. Actie 3.3.2 heeft bijvoorbeeld een grote impact op de website aangezien daarin de strategie voor de digitale ontsluiting van de collecties wordt onderzocht. Maar er is ook een link met andere processen. We denken dan bijvoorbeeld aan de uitbreiding van de werking van .tiff (Actie 2.4.1), het ontwikkelen van videomateriaal (Actie 1.1.5) en de noodzakelijke investeringen in digitale infrastructuur (Actie 4.1.5).

De nieuwe website is een succes als:

- Het een portaal is voor een nationaal en internationaal publiek.
- Het een gebruiksvriendelijk platform is waarop de bezoeker zijn voorkeuren kan personaliseren en aan de slag kan met de content (lijstjes maken, makkelijk delen op sociale media). De website is een vitaal onderdeel van het FOMU als Open Huis.
- Er sprake is van een integratie van de bestaande digitale platformen. Het publiek vindt met andere woorden alle informatie over het museum terug via 1 centrale website.
- Er informatie wordt gegenereerd vanuit de verschillende afdelingen, met het oog op de eindgebruiker en met aandacht voor de verschillende doelgroepen.
- Er een mogelijkheid is om aan digitale fundraising te doen.

Actie 1.2.3: We bouwen de FOMU community verder uit door nog sterker in te zetten op sociale media, waarbij we streven naar dialoog en interactie tussen het publiek en het museum.

We schrijven jaarlijks een sociale mediastrategie uit met een gedetailleerd contentplan waarin de hele werking van het FOMU aan bod komt. Deze maken integraal deel uit van het communicatieplan en zijn afgestemd op het doelgroepenbeleid.

- We zetten de komende beleidsperiode verder in op Facebook en Instagram. We mikken voor Facebook op een jaarlijkse stijging van het aantal fans met 10 à 15%. Voor Instagram mikken we op een jaarlijkse stijging van 30% voor de periode 2019-2021 en 20% voor de periode 2022-2023.
- We bereiken deze stijging door in te zetten op diverse posts (foto, video), samenwerkingen met partners en communicatie via hun sociale media, interactie met onze community (posts over FOMU liken en beantwoorden) en maandelijkse monitoring om onze strategie bij te sturen.
- We zetten hoofdzakelijk in op organisch bereik en in beperkte mate op betalend bereik.
- We houden bovendien de vinger aan de pols van de sociale media om nieuwe ontwikkelingen op dit vlak en de bijhorende opportuniteiten voor het FOMU te benutten.

Actie 1.2.4: We versterken onze branding en zetten hiervoor een nieuwe aanbesteding in de markt.

Deze actie plannen we in 2020.

GENERIEK: DIGITAAL
CULTUREEL ERFGOED

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

ACTIES IN DETAIL

OD1.3: JONGEREN & DIVERSITEIT

GENERIEK:
DIVERSITEIT

Actie 1.3.1: We bouwen een netwerk van Influencers uit die de werking van elke afdeling in de organisatie onder de loep nemen en hiervoor concrete acties uitzetten met als doel diversiteit in het DNA van de organisatie in te bedden.

De 'Influencers' zijn een denk- en doetank van jonge makers en experts die de stedelijke diversiteit weerspiegelen, die we tijdens de beleidsperiode oprichten en actief aan het werk zetten in het museum:

- Ze nemen elk jaar 1 afdeling van de organisatie onder de loep en werken enkele concrete acties uit om het denken vanuit diversiteit in te bedden in de reguliere werking.
- Ze maken deel uit van of leveren contacten voor het panel van experts binnen .tiff (Actie 2.4.1) en de pool van experts binnen de afdeling collecties (Actie 3.2.2).
- Het Actieplan Diversiteit van De Museumstichting (OD4.5) voorziet vanuit de stichting een aanwervingsbeleid met bijzondere aandacht voor talenten met roots in migratie. De Influencers spelen hier ook een rol door actief op zoek te gaan naar kandidaten binnen hun netwerk.

GENERIEK:
DIVERSITEIT

Actie 1.3.2: We ontwikkelen een communicatiestrategie met een focus op jongeren en publiek met roots in migratie.

Deze 2 doelgroepen horen inherent bij het FOMU en verdienen in die context een aparte communicatiestrategie die een plaats krijgt of gelinkt wordt aan het strategisch communicatieplan.

We gaan samenwerkingen aan met partners die deze doelgroep al bereiken. Doel is steeds om de gemaakte contacten bij deze samenwerkingen permanent toe te voegen aan de contacten/community van het FOMU.

GENERIEK:
DIVERSITEIT

Actie 1.3.3: We diversifiëren het gidsenteam door nieuwe, jonge gidsen te rekruteren met roots in migratie.

Op het einde van de beleidsperiode maken deze profielen minstens 30% uit van het gidsenteam.

GENERIEK:
DIVERSITEIT

Actie 1.3.4: We werken een publieksaanbod uit op maat van jongeren en publiek met roots in migratie.

- Tegen 2020 implementeren we een kwalitatief aanbod voor NT2 vanuit het subsidieproject 'Oefenkansen Nederlands' en dragen dit uit naar het bredere museum- en onderwijsveld, zowel voor taal oefenkansen Nederlands vanuit scholengroepen als voor individuele bezoekers (Actie 1.1.1).
- We organiseren jaarlijks een workshoptraject waarbij vluchtelingen samen met studenten fotografie nieuw werk creëren en tentoonstellen, met als doel impact te creëren voor de deelnemers (interculturele uitwisseling, empowerment, taal oefenkansen) (Actie 1.1.1).
- We bouwen vanaf 2020 Nightwatch verder uit door nog meer stedelijke partners te betrekken bij de organisatie van het event, het coaching-traject voor en na uit te breiden en de jongeren blijvend te engageren voor het museum door hen te laten doorstromen in de gidsenwerking, de vrijwilligerswerking, freelance opdrachten.

OD1.4: LOKALE VERANKERING & SAMENWERKING

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

Actie 1.4.1: Om het FOMU als landmark in Antwerpen op de kaart te zetten, optimaliseren we de herkenbaarheid van het museum.

We willen dit bereiken door:

- het gebouw performanter naar voor te schuiven in de communicatieacties.
- de bewegwijzering naar het FOMU in de stad en de wijk te verbeteren.
- de gevel van het museum opvallender te maken door de verlichting te verbeteren, de huisstijl scherper toe te passen en het voorplein aan te passen (Actie 1.4.2).

Deze actie is afhankelijk van de planning van de stad en de vooruitgang van de aanleg van het nieuwe park. Deze actie zal wellicht in 2020 of ten laatste 2021 worden uitgevoerd.

PARTICIPEREN

Actie 1.4.2: We maken samen met de stad van het plein voor het museum een dynamische publieke ruimte die het verlengstuk vormt van het museum.

In het kader van de herinrichting van de Gedempte Zuiderdokken willen we het voorplein van het museum inrichten tot een hangout met leuke zitplaatsen en dynamische elementen die interactie stimuleren tussen publiek en museum, de collecties meer naar buiten brengen en de herken- en zichtbaarheid van het FOMU vergroten.

- Fase 1: optimaliseren toegankelijkheid en plaatsen van zitbanken: 2020-2021
- Fase 2: integreren interactieve elementen: 2022-2023

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

Actie 1.4.3: We spelen een voortrekkersrol in de ontwikkeling van het nieuwe park (de 'Museumtuinen') door proactief samen te werken met de bouwheer Autonoom Gemeentebedrijf Vespa (AG Vespa).

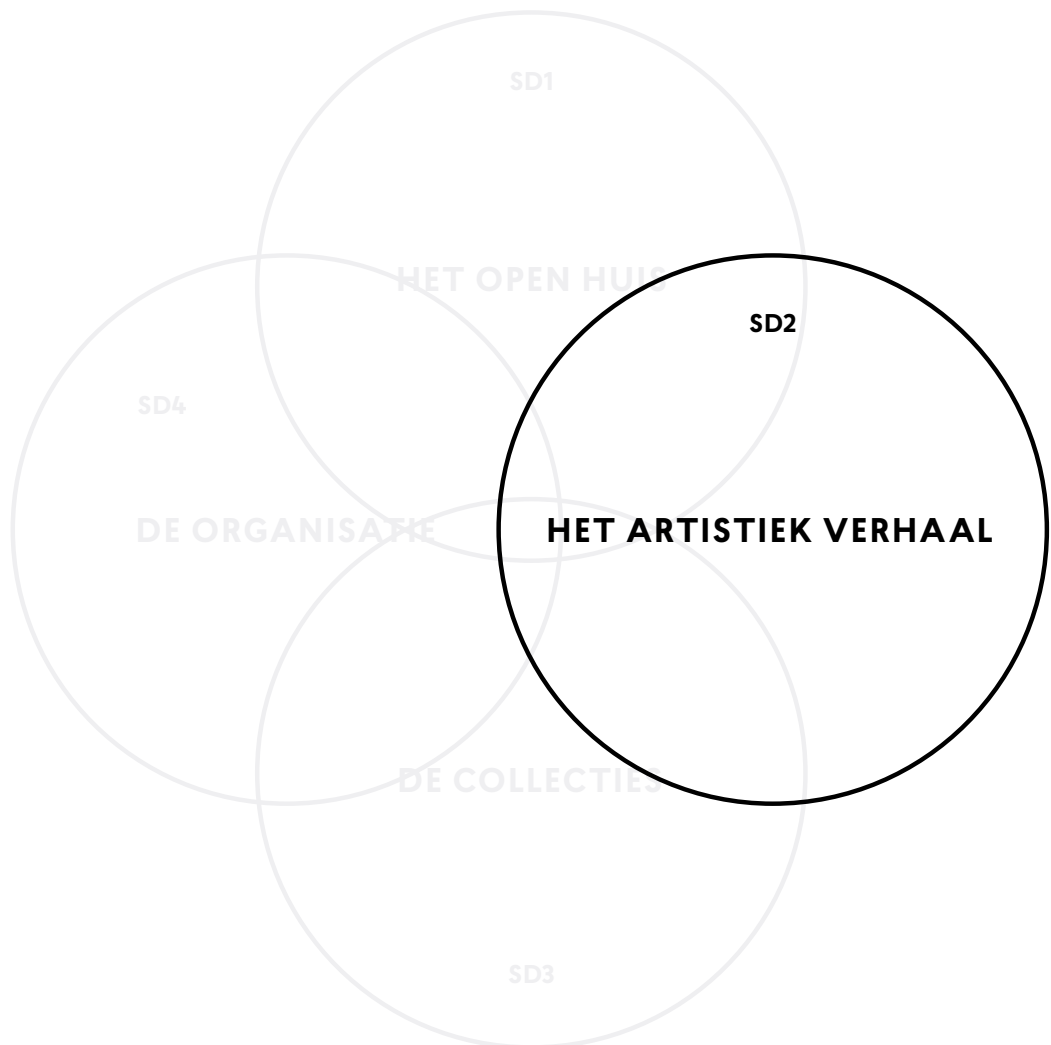
Tussen 2018 en 2023 bouwt de stad een nieuw park. Waar voorheen de Gedempte Zuiderdokken een grote openbare parking waren, zal in de toekomst een nieuwe groene publieke ruimte komen. De parking verhuist ondergronds. Het park, de nieuwe publieke ruimte en de cultuurhuizen vormen samen de Museumtuinen. Het FOMU speelt een voortrekkersrol in dit traject, we zitten aan tafel met alle partners om van dit nieuwe park echte 'museum'-tuinen te maken die de muren van het museum in de toekomst meer wegwerken en om acties zoals de aanpassing van het voorplein te integreren in een groter verhaal. Ook op deze manier willen we het museum en de werking stevig verankeren in de buurt.

PARTICIPEREN

Actie 1.4.4: We werken acties uit om de wijk te transformeren tot een museumkwartier met internationale ambities. Sleutelmoment in dit traject is de heropening van het KMSKA in 2019. Extra troef is de langlopende samenwerking met M HKA in het kader van Cinema Zuid.

- Vanaf 2020 organiseren we maandelijks samen met KMSKA en M HKA avondopeningen, gericht op (inter)nationale jongeren en millennials.
- We nemen initiatieven om in de Museumtuinen jaarlijks activiteiten rond fotografie te programmeren voor een (inter)nationaal publiek.
- We werken verder intensief samen met Cinema Zuid om de filmprogrammatie in het museum te continueren.
- Om van het museum een ontmoetingsplaats voor buurtbewoners te maken ondersteunen we elk jaar minstens 1 buurtinitiatief of ondernemen we zelf 1 actie om de bezoekers actief te betrekken bij de museumwerking, de collecties, de tentoonstellingen. We dagen de bezoekers uit om in dialoog te gaan met elkaar, het museum en de collecties.

HET ARTISTIEK VERHAAL OD & ACTIES



OD2.1: We zetten elk jaar een integrale en uitgebalanceerde tentoonstellings-programmatie uit die vertrekt van de missie & de waarden van het FOMU.

OD2.2: We ontwikkelen jaarlijks kwalitatieve, internationaal georiënteerde en succesvolle tentoonstellingen in huis en koppelen hieraan ook publicaties.

OD2.3: We werken samenwerkingen uit op regionaal, nationaal en internationaal niveau om onze artistieke ambities waar te maken buiten de muren van het museum.

OD2.4: We zijn een geëngageerde ambassadeur voor jong talent en gevestigde fotografen van eigen bodem.

HET ARTISTIEK VERHAAL

SD2

OD2.1

OD2.2

OD2.3

OD2.4

TENTOONSTELLINGS-PROGRAMMATIE

Actie 2.1.1: We zetten een integrale tentoonstellings-programmatie op die vertrekt uit twee richtingen: vanuit de afdeling collecties wordt de link met de hedendaagse praktijk en samenleving gezocht (in de collectietentoonstellingen: Actie 3.5.2); en vanuit de hedendaagse praktijk en samenleving worden tentoonstellingsprojecten opgezet (de zogenaamde 'tijdelijke tentoonstellingen': Actie 2.2.1, 2.2.2, 2.3.2, 2.4.2) waarbij de link met de collecties wenselijk maar niet vereist is.

Actie 2.1.2: We ontwikkelen een uitgebalanceerde tentoonstellingsprogrammatie gebaseerd op een stramien dat ruimte laat voor verschillende invalshoeken.

Actie 2.1.3: We gebruiken 5 'toetsstenen' waaraan we ideeën en voorstellen aftoetsen om ervoor te zorgen dat alle tentoonstellingen de missie & waarden van het FOMU versterken.

Actie 2.1.4: Om dit te bereiken organiseren we een structureel curatorenoverleg (6-wekelijks) waarin alle curatoren van het museum aanwezig zijn, zowel de curatoren die werken vanuit de afdeling Collecties als de curatoren die werken vanuit de afdeling Tijdelijke Tentoonstellingen.

PUBLICATIES & INTRA MUROS TIJDELIJKE TENTOONSTELLINGEN

Actie 2.2.1: We produceren elk jaar 1 thema-tentoonstelling.

Actie 2.2.2: We bouwen elk jaar minimaal 1 solotentoonstelling.

Actie 2.2.3: We stellen elk jaar 1 experimentele tentoonstelling samen.

Actie 2.2.4: We brengen 2 publicaties per jaar uit die verbonden zijn aan de tentoonstellingen uit OD2.2.

SAMENWERKINGEN & EXTRA MUROS

Actie 2.3.1: We organiseren tijdens de beleidsperiode 2 keer een internationaal fotofestival in de stad, in samenwerking met 1 of meerdere lokale, regionale of internationale partners mits we hiervoor een substantiële projectsubsidie in de wacht kunnen slepen.

Actie 2.3.2: Om de zichtbaarheid van het museum te vergroten, stellen we tijdens de beleidsperiode minstens twee keer een artistiek extra-murosproject voor dat vertrekt vanuit een inhoudelijke samenwerking met 1 of meerdere lokale, regionale of internationale partners, bij voorkeur uit de niet-culturele sector.

AMBASSADEUR & JONGE BELGISCHE FOTOGRAFIE

Actie 2.4.1: We blijven ons magazine .tiff uitgeven en breiden deze werking uit tot een langdurig, kwaliteitsvol off- en online platform ter ondersteuning en verspreiding van jonge Belgische fotografie.

Actie 2.4.2: We zetten de tentoonstellingscyclus Jonge Belgische Fotografie verder en maken binnen deze context 1 tentoonstelling per jaar.

Actie 2.4.3: Tijdens de beleidsperiode laten we 2 keer een solotentoonstelling van een Belgisch fotograaf internationaal reizen.

Actie 2.4.4: We doen internationaal aan prospectie en stellen ons in het buitenland altijd op als ambassadeur van de Belgische fotografie.

SD2: FOMU heeft een ambitieus tentoonstellingsprogramma dat een sterke voeling heeft met de hedendaagse praktijk en samenleving, waarin contextualisering en verbinding voorop staan. FOMU schept ruimte voor experiment.

OD2.1: TENTOONSTELLINGSPROGRAMMATIE

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

Actie 2.1.1: We zetten een integrale tentoonstellingsprogrammatie op die vertrekt uit twee richtingen: vanuit de collecties wordt de link met de hedendaagse praktijk en samenleving gezocht (in de collectietentoonstellingen: Actie 3.5.2); en vanuit de hedendaagse praktijk en samenleving worden tentoonstellingsprojecten opgezet (de zogenaamde ‘tijdelijke tentoonstellingen’: Actie 2.2.1, 2.2.2, 2.3.2, 2.4.2) waarbij de link met de collecties wenselijk maar niet vereist is.

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

Actie 2.1.2: We ontwikkelen een uitgebalanceerde tentoonstellingsprogrammatie gebaseerd op een stramien dat ruimte laat voor verschillende invalshoeken.

In 2020 introduceren we een nieuw tentoonstellingsstramien. We stappen geleidelijk aan af van het huidige stramien dat 3 keer 3 tentoonstellingen voorziet en evolueren naar een tentoonstellingsritme dat meer ruimte laat voor intensieve samenwerking en experiment. Dit tentoonstellingsstramien houdt rekening met de soorten tentoonstellingen die we in het museum willen tonen en de beoogde doelgroepen die we voor ogen hebben (Actie 1.1.1, 2.2.1, 2.2.2, 2.3.2, 2.4.2, 3.5.2).

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

Actie 2.1.3: We gebruiken 5 ‘toetsstenen’ waaraan we ideeën en voorstellen aftoetsen zodat alle tentoonstellingen de missie & waarden van het FOMU versterken.

Publieksbereik

De gepresenteerde projecten hebben een uiteenlopend profiel: tentoonstellingen die een breed publiek aantrekken gaan hand in hand met meer gedurfde, experimentele projecten die de complexiteit van de fotografische beeldtaal en haar techniciteit onderzoeken en uitdragen. We toetsen steeds af of de doelgroepen die het FOMU voorop stelt zullen bereikt worden.

Elk project gaat gepaard met de nodige contextualisering, waardoor zowel jong en oud als leek en ingewijde raakvlakken met de projecten hebben en geprikkeld worden tot reflectie.

Praktisch gezien zetten we hiervoor vier verschillende tentoonstellingsruimten parallel in, gaande van groot-museaal tot klein-industrieel. Deze constellatie is uniek binnen het culturele landschap, aangezien ze het voor het publiek mogelijk maakt om naast de ‘klassieke fotografie’ ook alle randgebieden te onderzoeken, zowel op inhoudelijk als vormelijk vlak.

Geografische context

Als ambassadeur van de fotografie, ondersteunen we volop talent van eigen bodem, maar zijn we niet blind voor wat er in de wereld gebeurt. We plaatsen eigen fotografen stevast in een internationale context, én halen de internationale top naar onze eigen regio.

Internationale projecten worden geselecteerd op basis van hun unieke kijk op de wereld en hun uitzonderlijke positie binnen de hedendaagse en historische fotografie. Deze (inter)nationale mix zorgt voor een vruchtbare voedingsbodem, voor kruisbestuiving en synergiën.

Bij elk project streven we naar exclusiviteit in eigen land, Nederland, het westen van Duitsland en het noorden van Frankrijk.

Verscheidenheid

We omarmen het fotografisch medium in al zijn verscheidenheid en de tentoonstellingsprogrammatie weerspiegelt deze diversiteit. Projecten kunnen zowel binnen het domein van de beeldende kunst of artistiek onderzoek gesitueerd worden als binnen een journalistieke/documentaire context, sociaal/maatschappelijke context of binnen de professionele fotografiecontext (het 'beroep' fotograaf).

Ook vormelijk verschijnt fotografie al lang niet meer enkel als een ingelijste print aan de muur. Alle mogelijke verschijningsvormen kunnen dan ook aan bod komen zoals fotografie in boeken, kranten, magazines of billboards; fotografie in installatiekunst, als sculptuur, als fysiek object; fotografie op sociale media en het internet; in projectie of analoge print.

De FOMU collecties kunnen ingezet worden om de verscheidenheid van het medium te illustreren.

Hedendaagse relevantie

Op maatschappelijk vlak: tentoonstellingsprojecten (zowel hedendaagse als historische) moeten duidelijk in het 'hier en nu' van onze maatschappij geplaatst worden. Ze gaan in dialoog met onze huidige sociale, politieke, maatschappelijke context en gaan het engagement niet uit de weg. Projecten waar sociale of maatschappelijke kritische kanttekeningen bij geplaatst kunnen worden, brengen we alleen als die kritische context inherent deel uitmaakt van het tentoonstellingsproject en de vertaling naar het publiek.

Op fotografisch en vormelijk vlak: we kiezen projecten in functie van hun bewuste en authentieke omgang met het fotografisch medium van vandaag en gisteren, binnen de hedendaagse context.

We streven naar projecten die het medium fotografie bevragen en uitdagen en die daarbij een internationale voortrekkersrol spelen.

Ethisch kader

We toetsen tentoonstellingsprojecten stevast af op hun onderliggende ethische correctheid. Door de veelzijdigheid van de fotografie heeft het medium een complexe relatie met ethische normen en waarden. Zo worden foto's in opdracht gemaakt, vaak met een commercieel doel, of ontstaan ze vanuit een sociale behoefte. Niet zelden worden ze ingezet voor politieke of ideologische doeleinden. De rechtstreekse link die het medium heeft met de realiteit, maakt dat elk beeld met de nodige omzichtigheid moet benaderd en gecontextualiseerd worden, met een gepast historisch bewustzijn. We hebben daarom bijzondere aandacht voor culturele diversiteit; zijn bijzonder waakzaam voor stereotyperende beeldvorming van niet-Westerse regio's en bevolkingsgroepen; nemen een kritische houding aan tegenover genderstereotypering; en kiezen voor niet-exploitatieve projecten.

Actie 2.1.4: Om dit te bereiken organiseren we een structureel curatorenoverleg (6-wekelijks) waarin alle curatoren van het museum aanwezig zijn, zowel de curatoren die werken vanuit de afdeling collecties als de curatoren die werken vanuit de afdeling tijdelijke tentoonstellingen.

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN**OD2.2: PUBLICATIES & INTRA MUROS TIJDELIJKE TENTOONSTELLINGEN****Actie 2.2.1: We produceren elk jaar 1 thematentoonstelling.**

Hieronder verstaan we groepstentoonstellingen die vanuit één centrale gedachte vertrekken en waarrond een waardevol verhaal verteld wordt vanuit verschillende invalshoeken.

Die centrale gedachte kan vertrekken uit een vraagstelling rond het medium fotografie (vb.: *The Still Point of the Turning World* – 2017 – die de relatie tussen film en fotografie; stilstaand en bewegend beeld onderzocht aan de hand van 22 deelprojecten), uit een sociaal-maatschappelijke problematiek (vb.: *Show Us The Money* – 2016 – over belastingparadijzen en beeldvorming van de financiële wereld, aan de hand van 3 uiteenlopende projecten van individuele fotografen) of vanuit een eerder poëtisch/artistische vraagstelling (vb.: *Mijn vlakke land* – 2015 – dat opgezet was als een visuele wandeltocht door de natuur door middel van diverse landschapsfotografie, aan de hand van foto's en kunstwerken van meer dan 60 kunstenaars).

De verschillende invalshoeken van elk project kunnen bestaan uit een combinatie van 'auteursfotografie' (projecten van fotografen of kunstenaars die een duidelijke eigen authentieke stem vertolken), vernaculaire fotografie (auteurloos, found footage), fotografie uit de FOMU collecties of niet-fotografisch zijn (film/video, tekeningen, schilderijen, sculpturen, teksten, blogposts). Historische en hedendaagse fotografie is hier vaak compatibel en elkaar versterkend.

Doorgaans zijn thematentoonstellingen projecten met een langdurig voorafgaand inhoudelijk en curatorieel onderzoek, gekoppeld aan prospecties en een strenge selectie van participerende deelprojecten. Dit zijn arbeidsintensieve projecten die resulteren in meerdere (inter)nationale samenwerkingen met gastcuratoren, bruikleengevers, universiteiten, scenografen, vormgevers, auteurs, galleries, kunstenaars, verzamelaars, collecties en organisaties allerhande.

Het FOMU plant alvast in 2019 een thematentoonstelling i.k.v. de vijftigste verjaardag van de eerste maanlanding. In 2020 nemen we deel aan het modejaar in Antwerpen en stellen we een expositie samen over mode & fotografie.

Actie 2.2.2: We bouwen elk jaar minimaal 1 solotentoonstelling.

Hieronder verstaan we tentoonstellingen die vertrekken van een project of het oeuvre van één enkele fotograaf of kunstenaar. Uitzonderlijk kan het over een duo of een collectief gaan die samen rond een project werken, of over een onderzoeker die vanuit een authentieke stem zijn of haar (fotografisch) onderzoek vormgeeft in een tentoonstelling.

Met de hoger vermelde vijf toetsstenen in gedachten brengen we een verscheidenheid aan solotentoonstellingen, gaande van grote, historische overzichtstentoonstellingen van een fotograaf binnen het canon van de fotografie (*August Sander* – 2015) tot hedendaagse cutting edge project-tentoonstellingen van internationale kunstenaars die het medium bevragen en op scherp stellen (*Richard Mosse, The Enclave* – 2014); van grote mid-career retrospectievers van Belgische fotografen (*Stephan Vanfleteren* – 2019) tot kleine historische tentoonstellingen van één bepaalde reeks van een internationale grootmeester (*Ed van der Elksen, Een liefdesgeschiedenis in Saint Germain des Prés* – 2014); of van een eerste institutionele tentoonstelling van een jonge fotograaf van eigen bodem (*Tom Callemin* – 2016), tot een innovatief project van een reeds gevestigde waarde binnen het Belgische fotolandschap (*Nick Hannes, Mediterranean. The Continuity of Man* – 2014).

Soloprojecten kunnen het resultaat zijn van uitvoerig academisch en artistiek onderzoek van externe curatoren en onderzoekers, waarbij een tentoonstelling vaak als sluitstuk en publieke presentatie van

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

dat onderzoek wordt gezien (vb.: *Walker Evans, Magazinerwerk* – 2014 – het resultaat van een tien jaar durend onderzoek van David Company, professor aan de University of Westminster, Londen). Doorgaans zijn solotentoonstellingen projecten met een zeer intensieve dialoog tussen fotograaf/kunstenaar en curator, waarbij het mediëren van een bepaald discours (artistiek, documentair, journalistiek) naar een breed publiek voorop staat. Ook hier spelen (inter)nationale samenwerkingen een vaak cruciale rol tot het slagen van projecten (met gastcuratoren, bruikleengevers, universiteiten, scenografen, vormgevers, auteurs, galleries, kunstenaars, verzamelaars, collecties en organisaties allerhande). In 2019 staan de solotentoonstellingen rond het oeuvre van fotograaf Lynne Cohen en Stefan Vanfleteren op het programma.

PARTICIPEREN

Actie 2.2.3: We stellen elk jaar 1 experimentele tentoonstelling samen.

Hieronder verstaan we tentoonstellingen die om wisselende redenen afwijken van de gangbare tentoonstellingen (zie overige types). Het experiment kan hier op verschillende manieren ingevuld worden: op vormelijk vlak, inhoudelijk vlak, op manier van totstandkoming of op participatief vlak.

Op vormelijk vlak zoeken we naar presentatievormen die zowel het medium fotografie, de maker/kunstenaar als het publiek uitdagen. Dit kan zijn door de randgebieden van de fotografie op te zoeken, maar bijvoorbeeld evengoed door een plaats te geven aan een bijzondere multimediale visual storytelling techniek. Het vormelijk experiment kan in de fysieke presentatievorm liggen, maar evengoed in de manier waarop een project is vormgegeven (vanuit een experimenteel samenwerkingsverband), of in een bijzondere vorm van mediëring naar het publiek.

Op inhoudelijk vlak steunen we projecten die het experiment aangaan met publiek, medium en maatschappij door fotografie op een *andere* manier in te zetten dan gebruikelijk, of projecten die de fundamenteën van het fotografische medium in vraag stellen. Dit kan gaan van kunstenaars die wetenschappelijke registratiemethoden gebruiken om een visueel universum te creëren, tot onderzoekers die met gebruik van auteurloze en reclame-fotografie bijvoorbeeld iets over de positie van de vrouw in onze maatschappij willen zeggen; van fotografen die het experiment opzoeken in hun eigen praktijk door expliciet uit hun comfortzone te stappen, tot fotografen die vertrekken van oude technieken om die om te vormen tot iets nieuws in een hedendaagse context.

Als laatste kunnen projecten ook een experimentele totstandkoming of publiekscomponent hebben. Co-creatie en participatie zijn hierbij sleutelwoorden. Het kan hier dan gaan om een tijdelijk gevormde groep curatoren of fotografen die eenmalig samen aan een project werken; een project waarbij het publiek actief gevraagd wordt deel te nemen aan het *maakproces* van een tentoonstelling; een project dat slechts door inmenging van het publiek zijn definitieve vorm kan krijgen.

Een voorbeeld van een uitgebreid experimenteel project, was het zeven maanden durende *Braakland* (2016-2017), waarbinnen zeventien deelprojecten georganiseerd werden. Braakland was een open festival waarbij de nadruk lag op dialoog tussen kunstenaars en publiek. Naast tentoonstellingen stimuleerden we initiatieven die de tentoonstellingsruimte inpalmden. We lanceerden een 'museum takeover' en deden een oproep aan iedereen met een hart voor fotografie om haar of zijn project naar het museum te brengen.

Doorgaans is een experimenteel project net dat type project dat kort op de bal speelt. Vooral bij projecten waar co-creatie en participatie een primaire rol spelen zijn (inter)nationale samenwerkingsverbanden onontbeerlijk.

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

Actie 2.2.4: Actie 2.2.4: We maken 2 publicaties per jaar die verbonden zijn aan de tentoonstellingen uit OD2.2.

- Per jaar 1 publicatie met het FOMU als co-uitgever.
- Per jaar 1 publicatie met het FOMU als investeerder (vaste afname en vermelding in colofon).
- Voor publicaties verbonden aan onderzoek en ontsluiting van de collecties (zie Actie 3.3.1).

OD2.3: SAMENWERKINGEN & EXTRA MUROS

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

Actie 2.3.1: We organiseren tijdens de beleidsperiode 2 keer een internationaal fotofestival in de stad, in samenwerking met 1 of meerdere lokale, regionale of internationale partners en mits we hiervoor een substantiële projectsubsidie in de wacht kunnen slepen.

De ontwikkelingen in de buurt (Museumtuinen, heropening KMSKA), de lacune in de markt en de steeds groeiende interesse voor het medium doen dromen van een groots opgezet internationaal fotofestival in de stad. We willen het initiatief nemen om dit festival, samen met de relevante partners, op de kaart te zetten tijdens de beleidsperiode. Gezien de ambitieuze schaalgrootte van dit project laten we de uitvoering afhangen van het al dan niet in de wacht slepen van een projectsubsidie.

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

Actie 2.3.2: Om de zichtbaarheid van het museum te vergroten, stellen we tijdens de beleidsperiode minstens twee keer een artistiek extra-muros-project voor dat vertrekt vanuit een inhoudelijke samenwerking met 1 of meerdere lokale, regionale of internationale partners, bij voorkeur uit de niet-culturele sector.

- In 2021 organiseert het FOMU i.s.m. het KMSKA een tentoonstelling over schilderkunst en fotografie met de werktitel 'Photography in a frame. A century of photography in Belgium through the lens of its exhibitions, 1839-1939'.
- Deze actie is geslaagd wanneer we minstens 2 projecten realiseren tijdens de beleidsperiode, het publieksbereik verbreed is, de zichtbaarheid van het FOMU buiten het museum vergroot is en het netwerk van het FOMU aangegroeid is.

OD2.4: AMBASSADEUR & JONGE BELGISCHE FOTOGRAFIE

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

Actie 2.4.1: We blijven ons magazine .tiff uitgeven en breiden de werking uit tot een langdurig kwaliteitsvol off- en online platform ter ondersteuning en verspreiding van jonge Belgische fotografie.

- 1 publicatie per jaar.
- Langdurige coaching van de jonge fotografen.
- Platform, ambassadeur Belgische fotografie (doorlopend) voor alle ex-tiffers.
- Online uitgewerkt platform binnen de nieuwe website.
- 2022: 10 jaar .tiff: event.
- We werken verder aan de vervollediging van de Knowledge Base (KB) 'Directory of Belgian Photographers' (werktitel) door onder meer integratie van fotografen uit het .tiff-platform (Jonge Belgen). (Actie 3.3.2)

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

Actie 2.4.2: We zetten de tentoonstellingscyclus Jonge Belgische Fotografie verder en maken binnen deze context 1 tentoonstelling per jaar.

Hieronder verstaan we tentoonstellingen van jonge, Belgische fotografen, die hiermee een eerste institutionele presentatie krijgen. Doorgaans gaat het hier om solotentoonstellingen. Dit type tentoonstelling is hogerop reeds uitvoerig toegelicht (zie Actie 2.2.2). Om wisselende en uitzonderlijke redenen kan het ook een tentoonstelling van twee of drie fotografen zijn.

De noemer jong wordt ruim geïnterpreteerd. Deze slaat niet zozeer op een bepaalde leeftijd, dan wel op de status van iemand zijn of haar carrière. Jong is over het algemeen: enkele jaren afgestudeerd en een bloeiende praktijk van enkele jaren op professioneel niveau; autodidact die enkele jaren stevig aan de weg timmert en die gaandeweg daar ook meer successen mee oogst; iemand die wel al verschillende tentoonstellingen gehad heeft (voornamelijk in groepsverband), maar nog geen solotentoonstelling in een instituut of organisatie met internationale uitstraling. De tentoonstellingscyclus 'Jonge Belgische Fotografie' zien we in de context van het FOMU als een tweede stap in een fotograaf zijn of haar carrière. De eerste stap in het proces is voor ons een selectie voor het magazine .tiff (waarin 10 jonge talentvolle fotografen een platform, maar geen tentoonstelling, krijgen).

Doorgaans bestaan projecten binnen deze tentoonstellingscyclus uit een intense dialoog tussen fotograaf/kunstenaar en curator. Gezien de relatief jonge carrière van de fotograaf in kwestie nemen we hier ook een begeleidende functie in, ter ondersteuning en ontwikkeling van de praktijk van de fotograaf en zijn/haar positionering in de (inter)nationale fotografiewereld.

Actie 2.4.3: Tijdens de beleidsperiode laten we 2 keer een solotentoonstelling van een Belgisch fotograaf internationaal reizen.

Actie 2.4.4: We doen internationaal aan prospectie en stellen ons in het buitenland altijd op als ambassadeur van de Belgische fotografie.

Het FOMU team maakt (inter)nationale reizen om contacten te leggen, samenwerkingsverbanden op te zetten, fotografen of tentoonstellingen te prospecteren of internationale fotografie experts te laten kennismaken met de Belgische fotografie. We worden jaarlijks uitgenodigd om deel te nemen aan internationale jury's, lezingen, netwerkmomenten en symposia.

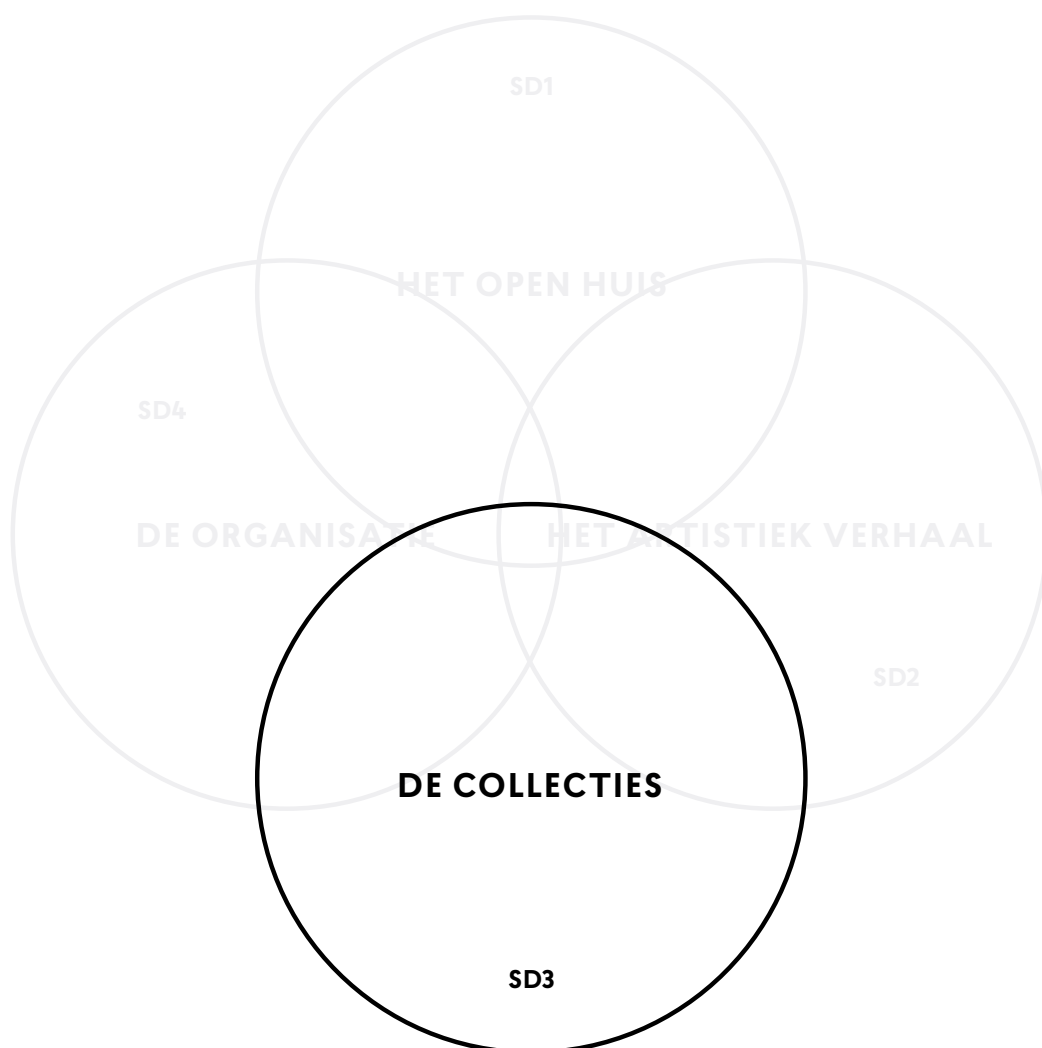
In het FOMU worden regelmatig internationale professionals verwelkomd. Binnen het Europese veld speelt het FOMU een actieve rol om het netwerk binnen het vakgebied van de fotografie uit te bouwen. Het FOMU organiseert jaarlijks samen met Kunstenpunt een netwerkmoment voor internationale curatoren om hen te laten kennismaken met het FOMU en de Belgische fotografie.

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

OD & ACTIES

DE COLLECTIES

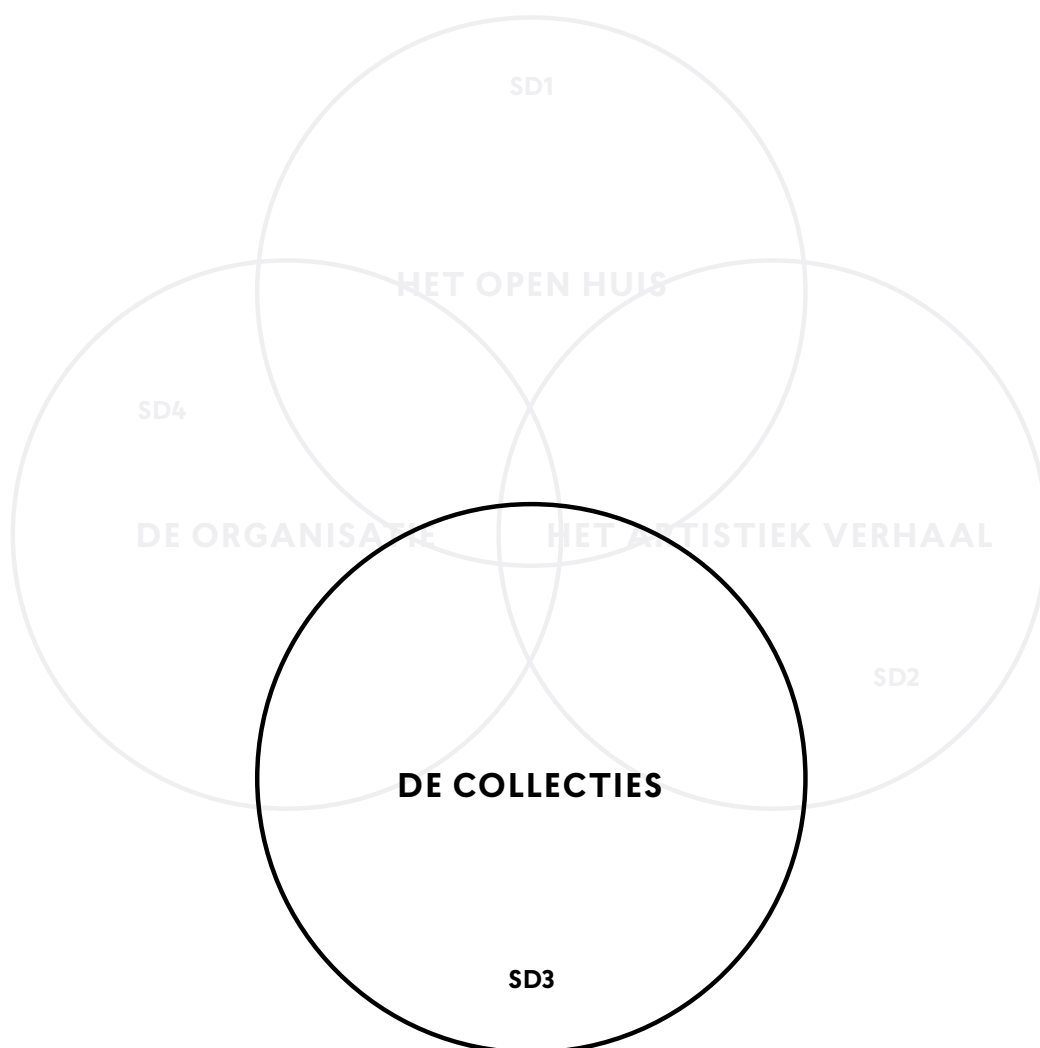


OD3.1: We zetten onze professionalisering, kennisopbouw en expertisedeling op het vlak van behoud & beheer zowel nationaal als internationaal verder. Hierbij focussen we op value en risk assessment, innovatie in conservering, RE-ORG, ontwikkeling van formele procedures i.f.v. efficiënt collectiebeheer. We delen de resultaten van dit proces online en offline met de brede erfgoedsector en het publiek.

OD3.2: We voeren een doordacht verzamelbeleid uit aan de hand van een dynamisch collectieplan. De doorgedreven waardering van onze (deel)collecties legt hiervoor de basis. We ontwikkelen een duidelijke visie rond het verza-

melen en duurzaam borgen van digitaal fotografisch erfgoed en diversifiëren ons netwerk om de collectiewerking te verrijken.

OD3.3: We verhogen de zichtbaarheid van de collecties, delen kennis en expertise over fotografie, behoud en beheer voor/met het publiek door ons wetenschappelijk onderzoek te ontsluiten aan de hand van tentoonstellingen, analoge en digitale publicaties, intra en extra muros-projecten, samenwerkingsprojecten en gerichte digitale toepassingen (digiplan), waaronder de Directory for Belgian Photographers. Publieksparticipatie speelt hierin een belangrijke rol.



OD3.4: Via de waarderingstrajecten en het daaruit volgende stellen van prioriteiten optimaliseren we de registratie en digitalisering en werken we de achterstand verder weg. We klaren verder de rechten op onze collecties om ze digitaal zoveel mogelijk te delen. Als Content Provider zorgen we dat onze collecties in het VIAA worden bewaard en daar waar mogelijk worden gedeeld. Crowdsourcing bij metadatering wordt onderzocht.

OD3.5: We verhogen de zichtbaarheid van de collecties voor het publiek door middel van tentoonstellingen, doelgroepgerichte publicaties, optimale digitale ontsluiting, verbeterde integratie van onze registratieprogramma's (Adlib en KOHA) en een studieklassering van de apparatuur/technologie.

OD3.1

OD3.2

OD3.3

OD3.4

OD3.5

BEHOUD & BEHEER

Actie 3.1.1: We optimaliseren en formaliseren 8 procedures in het kader van behoud & beheer om de werking verder te professionaliseren.

Actie 3.1.2: We passen de RE-ORG methode toe op de 3de verdieping van het museum.

Actie 3.1.3: We maken een geüpdatet calamiteitenplan op voor de collecties.

Actie 3.1.4: We werken verder aan de condition assessments van de deelcollectie fondsen en de deelcollectie kostbare werken.

Actie 3.1.5: We continueren de lopende verhuisprocessen en ronden de RE-ORG van de deelcollecties op de 4de verdieping af.

Actie 3.1.6: We continueren het restauratie- en conservatiebeleid.

VERZAMELEN

Actie 3.2.1: We diepen de lopende waarderingstrajecten verder uit zodat we op het einde van de beleidsperiode een scherper collectieprofiel hebben.

Actie 3.2.2: We bouwen op een organische manier een netwerk uit dat nieuwe kennis rond diversiteit importeert in de werking van de afdeling collecties.

Actie 3.2.3: We werken een visie uit rond het verzamelen en conserveren van digital born materiaal, digitale prints, digitale camera's en apparatuur, implementeren deze visie en nemen hier als fotomuseum ten aanzien van het brede erfgoedveld een voorbeeldfunctie op.

Actie 3.2.4: We onderzoeken de herbestemming van de cinéfilmapparatuur in de collecties.

Actie 3.2.5: We zetten het verwervingsbeleid verder aan de hand van het nieuwe collectieplan en het aangescherpte collectieprofiel.

Actie 3.2.6: We organiseren twee maal per jaar een wetenschappelijk commissie om ons (verwervings)beleid te toetsen en te verfijnen.

ONDERZOEK (COLLECTIES, FOTOGRAFIE EN BEHOUD & BEHEER)

Actie 3.3.1: We consolideren het wetenschappelijk onderzoek verbonden aan een tentoonstellingsproject steeds in een kwalitatieve publicatie.

Actie 3.3.2: We werken verder aan de vervollediging van de Knowledge Base (KB) 'Directory of Belgian Photographers' (werktitel) door onder meer toevoeging van bestaande interne onderzoeksdatabases van de FOMU-medewerkers en de integratie van .tiff (Jonge Belgen).

Actie 3.3.3: We verrichten (intern) wetenschappelijk onderzoek naar de collecties en we werken samen met externen aan en/of ondersteunen diverse (Europese) projecten.

Actie 3.3.4: We zetten het halfjaarlijkse magazine EXTRA en bijbehorend onderzoek verder en richten ons op langdurige, kwaliteitsvolle, internationale online aanwezigheid.

Actie 3.3.5: We maken een doorstart met de vernieuwde bibliotheek.

Actie 3.3.6: We blijven onze expertise over behoud en beheer verder ontwikkelen en dragen deze (inter)nationaal uit.

REGISTRATIE & DIGITALISERING

Actie 3.4.1: Om de optimale ontsluiting van de collecties mogelijk te maken, werken we verder aan het klaren van de rechten en stellen we onze collecties (voor zover het auteursrecht toelaat) zoveel mogelijk ter beschikking als open data.

Actie 3.4.2: We werken projectmatig verder aan de registratie en digitalisering van de beeldcollectie op stuk- en bulkniveau, registreren en digitaliseren systematisch de apparatuur- en technologiecollectie en ontsluiten nieuwe aanwinsten in de bibliotheekcollectie.

Actie 3.4.3: We implementeren de tools en waarderingsmethodieken uit het pilotproject 'Waarden van omvangrijke diapositieven en -negatievencollecties' in de eigen werking en voegen deze tools ook toe aan de toolbox waarden van Faro.

Actie 3.4.4: Om participatie een plaats te geven binnen het registratieproces onderzoeken en implementeren we de mogelijkheden van crowdsourcing.

Actie 3.4.5: Onze gedigitaliseerde en digitalborn collectie bewaren we via het DAM in het digitaal depot van het VIAA.

ONTSLUITING

Actie 3.5.1: We ontwikkelen een overkoepelende strategie voor de digitale, internationale ontsluiting van ons onderzoek en onze collecties.

Actie 3.5.2: We brengen onze collecties dichterbij het publiek met een tentoonstellingsbeleid dat gericht is op kwalitatieve en onderbouwde ontsluiting van de collecties, gebaseerd op gericht en uitvoerig onderzoek.

Actie 3.5.3: We stellen een permanente presentatie op waarin de geschiedenis en de context van het medium, de technologische innovaties binnen de industrie en de transhistorische artistieke vertalingen ervan aan een breed publiek wordt aangeboden.

Actie 3.5.4: We bouwen een studieklassement uit om de werking van fotografische apparatuur te onderzoeken en te demonstreren.

SD3: Het FOMU deelt zijn collectie maximaal met het publiek. Het is daarnaast internationaal toonaangevend op het vlak van zorgzaam verzamelen en beheren van fotografisch erfgoed. Het FOMU breidt zijn wetenschappelijk onderzoek verder uit en maakt het toegankelijk voor het publiek.

OD3.1: BEHOUD & BEHEER

Actie 3.1.1: We optimaliseren en formaliseren 8 procedures in het kader van behoud & beheer om de werking verder te professionaliseren.

Om het collectiebeheer efficiënt te organiseren binnen een sterk gegroeide afdeling implementeren we verbeterde Spectrumprocedures die we formaliseren in 8 gedetailleerde werkingsprocedures. Deze hangen nauw samen met de verhuis van de collecties naar het nieuwe depotgebouw, de acties die voortvloeien uit de verdere waarderingstrajecten en de invulling van het collectieplan. Elk jaar verbeteren en implementeren we één tot twee Spectrumprocedures:

Digitalisering: We werken aan een verbeterde QC en QA van de workflows voor (bulk)digitalisering.

Risicobeheer: Aan de waardering van de verschillende deelcollecties is ook een risicoanalyse verbonden. Deze moet leiden tot geïntegreerde risicobeheersing en bijgevolg een uitgebalanceerd risicomangement met bijhorende procedures.

Registratie: Het FOMU werkt volop aan een inhaalbeweging rond de meer gedetailleerde registratie van zijn omvangrijke fondsen. Op basis van de nieuw verworven kennis zetten we deze procedures verder op punt.

Verwerving: Het nieuwe collectieplan en de waarderingstrajecten scherpen het collectieprofiel aan. Bijgevolg pakken we ook de daaraan gekoppelde procedures aan.

Bruikleen in/uit: Naarmate de collecties verder worden ontsloten neemt ook de collectiemobiliteit toe en passen we de bruikleenprocedure aan.

Herbestemming: Uit de waarderingstrajecten van de deelcollecties kunnen herbestemmingstrajecten voortvloeien waarvoor we duidelijke procedures moeten uitschrijven.

Conservatie: De deelcollecties van het FOMU verhuizen in 2018–2019 naar een definitieve plaats in de gereorganiseerde, gerenoveerde en nieuwe depots. Daarnaast werken we verder aan condition assessments en waarderingstrajecten die leiden tot prioriteiten binnen de conservatie en restauratie, en gepaste procedures vragen.

Auteursrecht: Om up-to-date te zijn met het copyrightbeleid stellen we ons reproductiebeleid bij. We passen de tarieven aan, we voegen algemene voorwaarden toe in functie van copyrightbeheer.

Indicatoren:

- Minimaal twee verbeterde spectrumprocedures per jaar binnen de beleidsperiode 2019–2023.
- Een betere taakverdeling en efficiëntere werking van de afdeling collecties.
- Een verhoogde klantvriendelijkheid en betere service ten aanzien van de erfgoedgemeenschappen.

Actie 3.1.2: We passen de RE-ORG methode toe op de 3de verdieping van het museum.

Het FOMU werkt intensief aan de optimalisatie van zijn depots en het wegwerken van achterstanden in registratie en/of digitalisering. Dit proces wordt verdergezet door de REORG methode toe te passen op de apparatuur- en technologiecollectie in het depot van de derde verdieping. Tegelijk voeren we

een inhaalbeweging uit wat betreft registratie en digitalisering van deze deelcollectie. Deze actie zal worden uitgevoerd van 2019 t.e.m. 2021.

Actie 3.1.3: We maken een geüpdatet calamiteitenplan voor de collecties.

We bouwen verder aan risico assessments en aan het calamiteitenplan voor collecties. Dit doen we op basis van de volgende fases binnen het verhuisplan:

(Deel)collecties bib en ingelijste werken: verhuis naar gerenoveerde en nieuwe depots (najaar 2018-2019).

Auteursklassering collectie beeld: ompakken en verhuis naar nieuwe depots (2018-2021).

Grote fondsen: condition assessments, ompakken en verhuizen naar nieuwe depots (8 fondsen per jaar, vanaf 2019-2023).

Apparatuur/technologiecollectie: registratie vervolledigen (2019-2023).

Cameradepot: RE-ORG (2019-2021) – bij voorkeur met uitbesteding van hulp bij verhuis, registratie en digitalisering) & gedeeltelijke heen- en terugverhuis van enkele deelcollecties naar extern depot en nieuwe depots (2019-2021).

Daarbij hoort een:

Systematische waardering van de deelcollecties (totaal ca. 100 deelcollecties) onder de collecties beeld, apparatuur/technologie en bibliotheek (2019-2022).

Uitvoering van een risicoanalyse volgens de 10 schadefactoren per gewaardeerde deelcollectie (2020-2022).

Aanpassing van calamiteitenplan voor de verschillende deelcollecties in de verschillende depots (2020-2023).

Indicatoren:

- Collecties staan in de daartoe bestemde depots.
- Gereorganiseerd (gelabelde objecten, vaste standplaats, digitaal beeld en inventarisnummer) cameradepot op de derde verdieping.
- Waardestellingen van de verschillende deelcollecties.
- Deelcollecties fondsen en auteursklassering omgepakt en verhuisd.
- Risicoanalyse per deelcollectie.
- Calamiteitenplan met aanpak per depot.

Actie 3.1.4: We werken verder aan de condition assessments van de collectie fondsen en de deelcollectie kostbare werken.

We zetten de condition assessments van de collectie grote fondsen (40 fondsen) via onze daartoe ontwikkelde accesdatabase verder zodat we prioriteiten kunnen stellen inzake conservering, ontsluiting en digitalisering in combinatie met de waarderingstrajecten. We doen dit afhankelijk van de budgettaire mogelijkheden en bij voorkeur via uitbesteding aan derden.

We besteden tegen 2023 een condition assessment uit op de deelcollectie kostbare werken van onze bibliotheek aan de hand van de UPLA-methode.

Indicatoren:

- Per fonds een condition assessment in de accesdatabase. Deze assessments geven meer informatie over de materiaal-technische conditie van het desbetreffende fonds, de afmetingen, de materiaal-technische samenstelling, de geschatte hoeveelheden, etc.

- Meer gerichte informatie om de waardering van de 40 fondsen beter te kunnen doen.
- Priority list van de aanwezige fondsen in functie van conservering, digitalisering, registratie en ontsluiting.

BEHOUDEN
EN BORGEN

Actie 3.1.5: We continueren de lopende verhuisprocessen en ronden de RE-ORG van de deelcollecties op de 4de verdieping af.

Voor de verschillende fases binnen het verhuisplan, zie actie 3.1.3.

BEHOUDEN
EN BORGEN

Actie 3.1.6: We continueren het restauratie- en conservatiebeleid.

Binnen deze actie sommen we elementen op van de reguliere werking die niet aan bod komen in specifieke acties van het beleidsplan:

- Monitoringbeleid.
- IPR (Integrated Pest Management).
- Opmaken van conditierapporten.
- Conservatie- en restauratiebehandelingen op collectie-objecten in functie van tentoonstellingsprojecten en bruiklenen.
- Archivale montage van foto's in functie van inlijsting.
- Maken van op maat gemaakte plexisteunen voor museumobjecten.
- Begeleiden van vrijwilligers, stagiairs en jobstudenten in de restauratiestudio.
- Voorbereiden en opvolgen van restauratie-opdrachten (uitbestedingen).
- Deelname aan workshops en congressen (levenslang leren).

OD3.2: VERZAMELEN

Actie 3.2.1: We diepen de lopende waarderingstrajecten systematisch verder uit zodat we op het einde van de beleidsperiode een scherper collectieprofiel hebben.

Door deze trajecten krijgen we een meer gedetailleerd zicht op de geschiedenis, betekenis en het potentieel van de collecties. Zo kunnen we gericht prioriteiten stellen inzake conservering, registratie, verwerving en digitalisering. We verbeteren ons collectiemanagement en collectieplan.

We plannen maandelijks 2 waarderingsmomenten waarin we grote en reeds gewaardeerde collecties (apparatuur/technologie, bibliotheek, beeld) verder onderverdelen in deelcollecties, die we vervolgens verfijnder gaan waarderen.

We zetten verder in op het pilootproject 'Waarderen van omvangrijke diapositieven en –negatievencollecties (CED2017_R –PS026172)' en vragen een subsidie aan in 2018 voor de uitvoering van fase 2 in 2018–2019.

Indicatoren:

- Scherper collectieprofiel.
- Waardestellingen voor onze deelcollecties.
- Priority list in functie van conservering, digitalisering, registratie en ontsluiting.
- Tools en best practices in de toolbox van Faro als resultaten uit de 2de fase van het pilootproject 'Waarderen van omvangrijke diapositieven en –negatievencollecties (CED2017_R –PS026172)'.

GENERIEK:
DIVERSITEIT

Actie 3.2.2: We bouwen op een organische manier een netwerk uit dat nieuwe kennis rond diversiteit importeert in de werking van de afdeling collecties.

GENERIEK: DIGITAAL
CULTUREEL ERFGOED

Actie 3.2.3: We werken een visie uit rond het verzamelen en conserveren van digital born materiaal, digitale prints, digitale camera's en apparatuur, implementeren deze visie en nemen hier als fotomuseum ten aanzien van het brede, (inter)nationale erfgoedveld een voorbeeldfunctie op.

HERKENNEN EN
VERZAMELEN

Actie 3.2.4: We onderzoeken de herbestemming van de cinéfilmapparatuur in de collecties.

HERKENNEN EN
VERZAMELEN

Actie 3.2.5: We zetten het verwervingsbeleid verder aan de hand van het nieuwe collectieplan en het aangescherpte collectieprofiel.

Doorheen de komende beleidsperiode hanteert het FOMU een aangescherpt verwervingsbeleid waarbij het blijft optreden als ambassadeur voor de Belgische fotografie.

- Het aanvullen van reeds bestaande ensembles van Belgische fotografen in de collectie door gerichte aankopen zowel hedendaags als historisch, zoals Dirk Braeckman, Harry Gruyaert.
- Focus op jong Belgisch talent door de jaarlijkse verwerving van een structurele reeks uit een jong oeuvre. Het verwervingsbeleid onderstreept het brede draagvlak dat het FOMU beoogt voor jong Belgisch talent, .tiff. Op deze manier verwierf het FOMU reeds werk van o.a. Max Pinckers, Bieke Depoorter en Jan Rosseel in een vroeg stadium van hun carrière.
- We vullen lacunes op in de collectie Belgische fotografen, zoals Stephan Vanfleteren en David Claerbout.
- Systematisch worden lacunes in de collectie boek aangevuld, ook retroactief, op het vlak van Belgische fotoboeken.

Per beleidsperiode streeft het FOMU ernaar om haar positie tegenover andere Europese fotomusea te versterken en haar collecties te verrijken met artistiek/technisch representatief werk van (inter)nationaal belangwekkende fotografen en fabrikanten uit de fotografiegeschiedenis, zowel hedendaags als historisch:

- We verwerven gedurende de beleidsperiode minstens één (inter)nationaal topstuk om onze collecties verder te verrijken en onze positie tegenover andere Europese fotomusea te versterken.
- Voor tijdelijke tentoonstellingen met hedendaagse (inter)nationale fotografie worden binnen de contracten afspraken gemaakt met de betrokken kunstenaars/fotografen om werken aan te schaffen.
- We verwerven gericht (inter)nationale fotografie of apparatuur in functie van toekomstige collectiepresentaties.
- De mogelijke lacunes binnen de huidige collectie apparatuur en technologie worden verder in kaart gebracht. Aan de hand van het waarderingstraject scherpen we ook voor de apparatuur het profiel aan. Verwervingen gebeuren op basis van de hieruit vergaarde informatie en het aangescherpte collectieprofiel.
- De bibliotheek spreekt jaarlijks 3 nieuwe relevante ruilcontracten aan om (inter)nationale aanwinsten te verwerven binnen de lijnen van het collectieplan.
- Ontbrekende publicaties van (inter)nationale fotografen die in FOMU exposeren worden systematisch aangekocht. Aankopen binnen de studiecollectie van de bibliotheek zijn telkens gerelateerd

aan de collecties beeld- en/of apparatuur & technologie.

- FOMU investeert (éénmaal gedurende de beleidsperiode) in de productie van nieuw werk, van een internationale kunstenaar, dat speciaal voor FOMU wordt gemaakt. Dit werk wordt niet alleen een nieuwe aanwinst in de FOMU collecties, maar wordt ook tentoongesteld en beschikbaar gemaakt voor bruiklenen. Zo optimaliseert het FOMU de contacten met de fotografen.
- Door gerichte aankopen en het uitschrijven van kunstenaarsopdrachten (tweemaal gedurende de beleidsperiode) binnen trajecten van (inter)nationaal wetenschappelijk/artistiek onderzoek verwerven we baanbrekend, actueel en uniek werk. Voorbeeld van aankoop: 'Trophy Camera' van Max Pinckers, ontwikkeld i.s.m. Dries Depoorter voor expo Braakland (FOMU, 2016) in kader van hetonderzoeksproject '(Re)defining Documentary Photography' (KASK, Gent, 2016-2020).

Indicatoren:

- Objecten worden verworven en krijgen een herbestemming aan de hand van specifieke procedures, duidelijke criteria en een afgewogen motivatie.
- Inventaris van nieuw verworven objecten en een overzicht van objecten die een herbestemmings-traject doorlopen
- Het brede publiek maar ook de erfgoedsector weet door het collectieplan en het collectieprofiel duidelijk wat het FOMU verzamelt.
- Het collectieplan is te consulteren op de website.

Actie 3.2.6: We organiseren twee maal per jaar een wetenschappelijk commissie om ons (verwerfings) beleid af te toetsen en te verfijnen.

De wetenschappelijke commissie van het FOMU is samengesteld uit (inter)nationale experts, met name : Iris Paschalidis (hoofd collectie S.M.A.K.), Elsje Janssen (hoofd collectie KMSKA), Marjolijn Debulpaep (verantwoordelijke binnen departement Conservatie-Restauratie KIK-IRPA), Jeroen De Meester (beleidsmedewerker digitale collecties Musea en Erfgoed/ voorzitter Adlib gebruikersgroep Nederland), Martijn Vandenbroek (hoofd collectie Nederlands Fotomuseum), Hans Rooseboom (Rijksmuseum), Herman Van Goethem (rector Universiteit Antwerpen), Johan Swinnen (ex-hoofddocent kunstgeschiedenis Universiteit Brussel en voorzitter VIAA) en Annick Schramme (coördinator Master in Cultuurmanagement/academisch directeur voor Culturele en Creatieve industrieën).

OD3.3: ONDERZOEK (OVER COLLECTIES, FOTOGRAFIE EN BEHOUD & BEHEER)

Actie 3.3.1: We consolideren het wetenschappelijk onderzoek verbonden aan een collectiepresentatie steeds in een kwalitatieve publicatie.

De publicatie is op maat van en vormgegeven voor een vooraf bepaalde doelgroep/erfgoedgemeenschap. We ontsluiten en verspreiden de gemaakte onderzoeken en bijhorende publicaties via een gericht distributieplan.

We ontsluiten het onderzoek ongeacht de publicatievorm ook altijd via digitale kanalen (eigen website, websites van derden, etc.).

Indicatoren:

Per collectiepresentatie een op maat gemaakte publicatie.

- 2019: Publicatie bij expo 'Belgisch fotoboek'.
- 2019: Publicatie bij expo 'Off the Wall'.

Distributieplan:

- Verspreiding onderzoek naar experten:
 - 2019: Symposium: Belgisch Fotoboek, i.s.m. PhotobookFestival Luik.
 - 2020: Restauratiestudiedag (RE-ORG, nieuwe depottoren).
- Verspreiding onderzoek naar ruimer publiek:
 - Via video's/podcast, op YouTube/ArtTube, gelinkt aan de expo's:
 - 2019: expo Belgisch Fotoboek.
 - 2019: expo Off The Wall.
- Verspreiding onderzoek naar erfgoedveld:
 - 2019: 2 publicaties bij collectietentoonstellingen (verdiepend).
 - 2019: publiekpublicatie van collectieplan.

ONDERZOEKEN

Actie 3.3.2: We werken verder aan de vervollediging van de Knowledge Base (KB) 'Directory of Belgian Photographers' (werktitel) door onder meer toevoeging van bestaande interne onderzoeks-databases van de FOMU-medewerkers en de integratie van .tiff (Jonge Belgen).

- De KB verbindt de relevante informatie op het internet en in andere databases zodat de beschrijvingen in de KB worden verrijkt met info die al elders beschikbaar is en omgekeerd. We ontwikkelen dan ook een businessmodel dat ruimte laat voor linked open data toepassingen als Wiki data, Wikipedia, RKDartists en VIAF.
- De KB moet de authority list worden voor Belgische fotografen en zal ter beschikking worden gesteld als linked open data.

Directory of Belgian Photographers: In december 2016 lanceerde het FOMU de online versie van de Directory of Belgian Photographers (www.directorybelgianphotographers.be), een uitgebreide database met informatie over Belgische fotografen of fotografen die actief waren in België tussen het ontstaan van fotografie in 1839 en de 75ste verjaardag van België in 1905. De database omvat momenteel 5.400 records en is de uitgebreide en gecorrigeerde online versie van de publicatie Directory of Photographers in Belgium 1839-1905, samengesteld door Steven F. Joseph, Tristan Schwilden en Marie-Christine Claes en gepubliceerd door het FOMU in 1997. Het opzet is om een zo volledig mogelijke online KB over Belgische fotografen aan te bieden. Daarom werken we de database stelselmatig bij, niet enkel met tekst- maar ook met beeldmateriaal.

ONDERZOEKEN

Actie 3.3.3: We verrichten (intern) wetenschappelijk onderzoek naar de collectie en we werken samen met externen aan en/of ondersteunen diverse (Europese) projecten.

Onderzoek naar collecties, intern en in het kader van:

- exposities
- waarderingstrajecten
- registratie
- aankoopdossiers
- restauratiedossiers

- RE-ORG
- DAM en digitaal depot (VIAA)
- Knowledge Base Directory of Belgian Photographers

Samenwerkingen onderzoek door externen:

- 2019-2022: doctoraatsproject rond negatieven van Rik Selleslags (KULeuven, Culturele Studies en Europeana Photography).
- 2019: samenwerking met onderzoeksgroep Thinking Tools en onderzoeksproject rond Belgian Photobooks (KASKA).
- 2020: Onderzoeksproject Max Pinckers, Ugent, met eventueel expo en verwerving.

Samenwerkingen onderzoek door externen – (Europese) projectsubsidie aanvragen:

- HELIOS – High-End Light and Imaging Optimization Services (FWO-SBO-project 2017). Coördinator CS Digital – Faculty of Arts (KU-Leuven).
- TAPAS – Time and Place Annotation Services (Horizon2020 – VIAA, coördinator Joanneum Research, Oostenrijk).
- Europeana Photography - Project Rik Selleslags (Culturele Studies, KU-Leuven).

We werken samen met hogescholen aan educatieve workshoppakketten die gekoppeld zijn aan de collecties.

Indicatoren:

- Papers van de uitgevoerde onderzoeken verbonden aan de werkingen en specifieke projecten in de jaarverslagen.
- Papers van de uitgevoerde projecten.
- Jaarlijkse update en upgrade van de Knowledge Base (KB) 'Directory of Belgian Photographers' aan de hand van milestones die in de actieplannen en jaarverslagen worden opgenomen.
- Update en upgrade van online Knowledge Base (KB) 'Directory of Belgian Photographers' is online te volgen.

Actie 3.3.4: We zetten het halfjaarlijkse magazine EXTRA en bijbehorend onderzoek verder en richten ons op langdurige, kwaliteitsvolle internationale online aanwezigheid.

- 2 keer per jaar maken we een publicatie in samenwerking met FW:Books. We voorzien 10 tot 15 artikels per publicatie.
- Dit doen we op basis van intensieve samenwerking met een wisselende en diverse gastredactie, lanceringsevents, debat. De openbare events vinden wisselend plaats in België en bij een gastorganisatie in Nederland.
- Tijdens de beleidsperiode zetten we in op grotere online spreiding door het aanbieden van Engelstalige artikels. Hierdoor vergroten we ons bereik bij een internationaal museumpubliek.
- We zetten in op online verspreiding van EXTRA-content door samenwerking met internationale websites voor (fotografie)kritiek.

Actie 3.3.5: We maken een doorstart met de vernieuwde bibliotheekwerking.

- De bibliotheek organiseert jaarlijks 3 publieksactiviteiten zoals de Library Treasures binnen de museumwerking om de bibliotheekwerking en – collectie meer kenbaar te maken. De nadruk ligt

op participatie van studenten.

- Met de herinrichting en modernisering van de bibliotheekwerking en leeszaal voorzien we een jaarlijkse stijging van 5% in individuele en groepsbezoeken.
- Door optimalisering van de catalogus en het aanbieden van digitale publicaties en de communicatie hierrond voorzien we een jaarlijkse stijging van 5% in het gebruik van de bibliotheekcatalogus.
- De bibliotheek organiseert 2-jaarlijks een boekenverkoop van afgeschreven werken en dubbels, gekoppeld aan de stockverkoop in de FOMU-shop.
- De bibliotheek zet zijn samenwerking met Overleg Kunstbibliotheken Vlaanderen (OKBV) verder: de bibliothecaris blijft actief als verantwoordelijke voor 'International Relationships' in de raad van bestuur.
- De bibliotheek biedt vanaf 2020 een lijst met scriptieonderwerpen aan om onderzoek van de bibliotheekcollectie te promoten.

ONDERZOEKEN

Actie 3.3.6: We blijven onze expertise over behoud en beheer verder ontwikkelen en dragen deze (inter)nationaal uit.

- We delen op deze manier onze kennis met het erfgoedveld en de samenleving. Indien het FOMU een dienstverlenende rol toegekend krijgt tijdens de beleidsperiode, stroomt deze actie door naar de nieuwe 'expertisecel behoud & beheer van fotografisch erfgoed'.
- Door permanente vorming en deelname aan netwerkevents zoals AIC-PMG meetings (om twee jaar) en gecombineerde ICOM-CC – AIC-PMG (om de drie jaar).
- Via actieve deelname aan en organisatie van specifieke conserveringsevents en -workshops bouwen we ons netwerk verder uit en delen we onze kennis en expertise.
- Tijdens de beleidsperiode organiseren we twee keer een informeel netwerkevent met gelijkaardige Europese fotomusea om kennis uit te wisselen, inzicht te krijgen in andere collecties, de zichtbaarheid van de eigen collecties te verhogen en ons collectieprofiel verder aan te scherpen.

OD3.4: REGISTRATIE EN DIGITALISERING

Actie 3.4.1: Om de optimale ontsluiting van de collecties mogelijk te maken, werken we verder aan het klaren van de rechten en stellen we onze collecties (voor zover het auteursrecht toelaat) zoveel mogelijk ter beschikking als open data.

Actie 3.4.2: We werken projectmatig verder aan de registratie en digitalisering van de beeldcollectie op stuk- en bulkniveau, registreren en digitaliseren systematisch de apparatuuren technologiecollectie en ontsluiten nieuwe aanwinsten in de bibliotheekcollectie.

Projectmatige registratie en digitalisering van de beeldcollectie:

- De omvangrijke fondsen (40 fondsen) worden op archiefniveau (ISAD-G) beschreven. Deze worden opgenomen in Archiefbank Vlaanderen. We vullen ze ook bijkomend aan met informatie verkregen uit de condition assessments. Gedurende de volgende beleidsperiode worden:
 - de archiefbeschrijvingen verder gezet
 - de condition assessments op deze fondsen verder gezet
- Nieuwe verwervingen worden op stukniveau of op archiefniveau beschreven. Voor de beschrijving

op stukniveau wordt er gebruik gemaakt van de Move basisregistratie en het Invulboek Objecten (Erfgoedinzicht en PACKED).

- Foto's uit omvangrijke digitaliseringsprojecten (digitalisering van post-, stereo-, visiteen kabinetkaarten, fotoalbums, fondsen, etc.) worden op stukniveau verder beschreven in functie van registratie door de eigen medewerkers, maar ook door zorgvuldig geselecteerde en opgeleide vrijwilligers. Deze vrijwilligers corrigeren eveneens conversiefouten.
- Materiaal-technische, thematische en homogene deelcollecties in een goede conditie worden zoveel mogelijk voor digitalisering uitbesteed.
- Registratie en digitalisering van de video- en audiotheek van de collectie Agfa-Gevaert door het VIAA.
- Implementatie van de (digitaliserings)tools uit het pilootproject 'Waarderen van omvangrijke diapositieven en –negatievencollecties (CED2017_R –PS026172) om de digitalisering van de grote fondsen praktischer te maken.

Systematische registratie van de apparatuur- en technologiecollectie:

- RE-ORG is het vertrekpunt voor het verbeteren van de registratie en digitalisering van deze collectie op stukniveau. Gedurende de volgende beleidsperiode wordt er gewerkt aan:
 - Het verbeteren en uitbreiden van de registratiegegevens van de objecten uit RE-ORG 1 (apparatuur/technologiedepot vierde verdieping).
 - RE-ORG 2 (apparatuur/technologiedepot derde verdieping): Basisregistratie en digitalisering.

Door systematische digitalisering van kostbare en fragiele publicaties uit de bibliotheekcollectie wordt vermeden dat de originele exemplaren gehanteerd moeten worden (10 gedigitaliseerde publicaties per jaar).

Ontsluiting nieuwe aanwinsten in de bibliotheekcollectie: Ca. 500 registraties van boeken en magazines per jaar.

We maken gebruik van CEST bij de digitalisering van de collecties.

Indicatoren:

- Resultaten van deze projecten, registratie op stukniveau en archiefniveau en gegevens uit condition assessments, zijn terug te vinden in Adlib en Archiefbank Vlaanderen.
- Rapporten van RE-ORG.
- Meer vraag naar bruiklenen en daardoor een verhoging van de collectiemobiliteit.
- Meer consultatie van de collecties.
- Meer gebruik van de collecties in tijdelijke tentoonstellingen en collectiepresentaties.

Actie 3.4.3: We implementeren de tools en waarderingsmethodieken uit het pilootproject 'Waarderen van omvangrijke diapositieven en –negatievencollecties (CED2017_R –PS026172)' in de eigen werking en voegen deze tools ook toe aan de toolbox waarderen van Faro.

Pilootproject 'Waarderen van omvangrijke diapositieven en –negatievencollecties (CED2017_R –PS026172):

In dit project willen we de registratie, conservatie, waardering en ontsluiting van omvangrijke diapositieven- en negatievencollecties vergemakkelijken. Aan de hand van twee use-cases willen we eenvoudige tools en werkmethodes ontwikkelen om op een overzichtelijke manier informatie te verzamelen en zo de waardering van omvangrijke en complexe diapositieven- en negatievenfondsen mogelijk te maken en te stimuleren. Een waardering van deze fondsen zal immers een beter zicht geven op het ontwikkelpotentieel van deze complexe collecties en de ontsluiting van deze ongekende bronnen aan informatie bevorderen.

Hiervoor worden twee collecties bestaande uit negatieven en/of diapositieven met een verschillende samenstelling, omvang en contextuele achtergrond gebruikt. Beide casestudies hebben immers nood aan een waarderingsproces om het ontwikkelpotentieel ervan aan te tonen en prioriteiten te stellen in functie van conservering, digitalisering en verdere ontsluiting. Op basis van de verkregen informatie worden dan ook de noodzakelijke waarderingstrajecten ingezet, die na afloop worden geëvalueerd. Binnen dit project willen we samen met PACKED vzw en KADOC-KU Leuven methodes voor het versneld verzamelen van informatie over collecties, zijnde de uitvoering van condition assessments, onderzoeken en op de use-cases toepassen. Ook de problematiek rond digitalisering bekijken we van naderbij door de methode van contactveldigitalisering te onderzoeken en bij te sturen zodat deze werkwijze eveneens kan gebruikt worden in het proces van informatieverzameling en de verdere ontsluiting van de diapositieven- en negatievencollecties.

Indicatoren:

- Meer efficiënte verzameling van informatie en meer informatie in functie van de waardering van de vooropgestelde fondsen.
- Meer toegankelijke informatie over de fondsen van het FOMU, beschikbaar voor de doelgroepen van het FOMU.
- Priority list voor de conservering, verdere registratie en digitalisering van de fondsen op basis van de uitgevoerde waarderingstrajecten waarbij gebruik gemaakt werd van de tools.

Actie 3.4.4: Om participatie een plaats te geven binnen het registratieproces, onderzoeken en implementeren we de mogelijkheden van crowdsourcing.

Digitalisering vraagt eveneens metadatering. Tegen 2023 bekijken we de toepassing en mogelijkheden van crowdsourcingtools om het proces van metadatering te versnellen en om ons publiek meer bij deze operatie te betrekken.

Actie 3.4.5: Onze gedigitaliseerde en digital born collectie bewaren we via het DAM in het digitaal depot van het VIAA

We nemen zoveel mogelijk deel aan de Beeldcapsule (<https://debeeldcapsule.be/nl/over>) en Catalogus Pro (<https://viaa.be/nl/project/catalogus-pro>).

OD3.5: ONTSLUITING**Actie 3.5.1: We ontwikkelen een overkoepelende strategie voor de digitale, internationale ontsluiting van ons onderzoek en onze collecties.**

Binnen deze strategie hebben we aandacht voor de volgende aspecten (bepaalde aspecten verlopen chronologisch, andere lopen gelijktijdig):

- We verbinden/koppelen de data uit onze onderzoeken en databases zo optimaal mogelijk met relevante informatie op het internet en andere databases en omgekeerd, met als doel deze informatie zoveel mogelijk te verrijken en voor een breed publiek toegankelijk te maken.
 - We koppelen archiefbeschrijvingen in Archiefbank Vlaanderen en records uit Adlib met Getty AAT, Geonames, VIAF, RKDartists en Wikidata.
 - Via onze (tentoonstellings)projecten en Directory of Belgian Photographers leveren we actief bijdrage aan Wikipedia en leggen zo steeds een link naar de online collecties van FOMU.
 - Collectie- en archiefstukken die vrij zijn van auteursrechten stellen we in gedigitaliseerde vorm ter beschikking op een platform als Wikimedia Commons.
 - Binnen onze registratieprogramma's corrigeren we conversiefouten en vullen we gebrekkige beschrijvingen verder aan.
- We onderzoeken de integratie van de registratieprogramma's KOHA en Adlib om de ontsluiting van de gehele collectie te optimaliseren.
- In samenwerking met VIAA zetten we stappen in de verdere uitwerking en uiteindelijke implementatie van DAM en digitaal depot.

Bibliotheek:

- In 2019 koppelen we de catalogus van de bibliotheek aan de overkoepelende collectieve catalogi Unicat en Fotografiebibliotheek.nl. Zo wordt de bibliotheekcollectie meer zichtbaar in België en Nederland.
- Tijdens de beleidsperiode ontsluiten we jaarlijks 100 tijdschriftartikelen. Nieuw binnengekomen tijdschriften worden eerst ontsloten. Vrijwilligers verrichten de retrocatalografie.
- In 2019 en 2020 controleren en verbeteren we de data van de bibliotheekcatalogus na de recente conversie systematisch waardoor de catalogus efficiënter in gebruik wordt.

Spreidingsplan publicaties uit onderzoek: we stimuleren de verspreiding en verkoop van onze publicaties door ontsluiting van datzelfde onderzoek via diverse digitale kanalen (zie Actie 3.3.1).

Indicatoren:

- Efficiëntere werking van al onze digitale toepassingen.
- Meer online en offline bezoekers.
- Goede werking van het DAM en opslag van onze data in het digitaal depot van het VIAA.
- Breder toeleiding naar onze collecties.
- Grotere bekendheid van de collecties.
- Grotere collectiemobiliteit.
- Betere ontsluiting van de collecties.

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

Actie 3.5.2: We brengen onze collecties dichterbij het publiek met een tentoonstellingsbeleid dat gericht is op kwalitatieve en onderbouwde ontsluiting van de collecties, gebaseerd op gericht en uitvoerig onderzoek.

Deze actie moet gelezen worden naast OD 2.1, waarin we de integrale en uitgebalanceerde tentoonstellingsprogrammatie van het FOMU voorstellen aan de hand van 5 toetsstenen. Onderstaande tentoonstellingstypes maken deel uit van dit grotere geheel. Voor de komende beleidsperiode stellen we in totaal 6 presentaties op.

- 2019 en 2021/2022: Twee grote collectiepresentaties die via een thematische invalshoek de geschiedenis van de fotografie (begrepen als beeldtechnologie en als communicatiemedium) in beeld brengen en bevragen, waarbij de historische en hedendaagse fotografische praktijk met elkaar in dialoog treden aan de hand van de 4 collecties beeld, fondsen, apparatuur en boek. Deze presentaties richten zich op een breed publiek. In 2019 bouwen we de tentoonstelling 'Off the Wall' op, niet-tweedimensionale fotografie.
- 2019 en 2021/2022: Twee dossiertentoonstellingen die inzoomen op specifieke kwesties, verhalen, insteken of onderzoek met een directe link naar een (deel)collectie of collectiestuk. In 2019 staat het 'Belgische Fotoboek' geprogrammeerd.
- 2020 en 2023: Twee experimentele collectieprojecten waarin we snel en innovatief, speels maar toch sterk inhoudelijk willen reageren op de actualiteit van prangende artistieke, sociaal-maatschappelijke of mediumgerelateerde vraagstukken/onderzoeken of inzichten. Deze projecten staan steeds in dialoog met collectiestukken vanuit een hedendaagse invalshoek, vormelijk, inhoudelijk of productioneel. Deze projecten kennen mogelijk ook een crossmediaal en internationaal karakter.

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

Actie 3.5.3: We stellen een permanente presentatie op waarin de geschiedenis en de context van het medium, de technologische innovaties binnen de industrie en de transhistorische artistieke vertalingen ervan aan een breed publiek wordt aangeboden.

Deze opstelling wordt voorzien in 2023 op de 3de verdieping van het museum. Deze actie is dus sterk afhankelijk van Actie 3.1.2 (RE-ORG) en actie 4.4.2 (verbouwing).

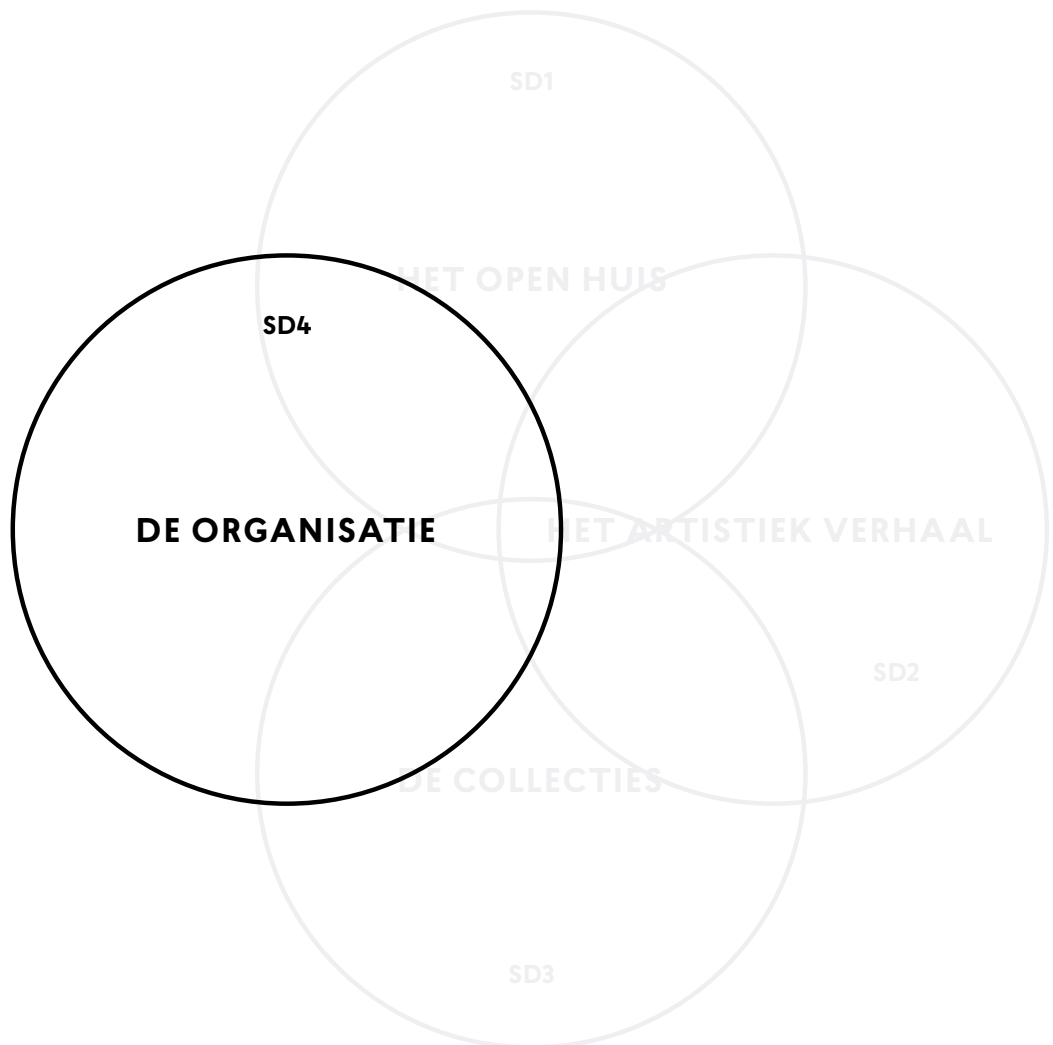
PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

Actie 3.5.4: We bouwen een studieklasserment uit om de werking van de fotografische apparatuur te onderzoeken en te demonstreren.

Deze actie voeren we uit in 2022.

OD & ACTIES

DE ORGANISATIE



OD4.1: We investeren organisatiebreed in digitalisering om tot een ‘digitaal museum’ uit te groeien.

OD4.2: Om de museumwerking op lange termijn te garanderen zetten we gerichte initiatieven op om alternatieve financiering binnen te halen.

OD4.3: We versterken onze organisatie door te investeren in ons team, vrijwilligers en stagiairs en door nieuwe samenwerkingsvormen te ontwikkelen.

OD4.4: We optimaliseren op een duurzame manier onze infrastructuur door onderdelen van het gebouw aan te passen en de veiligheid van de collecties steeds te garanderen.

OD4.5: Onder De Museumstichting voert het FOMU een transparant, gecoördineerd overheidsbeleid, gestoeld op gezamenlijke strategieën en samenwerking.

DIGITALISERING

Actie 4.1.1: We voeren de acties uit voor de periode 2019-2023 zoals voorzien in het Digitaliseringsplan.

Actie 4.1.2: We breiden de verkoop van FOMU-producten via e-commerce uit als aanvulling op de werking van de museumshop.

Actie 4.1.3: We beheren onze contacten optimaal door gebruik van CRM.

Actie 4.1.4: We voeren een museumbeleid onder de noemer van de 'Digiflex': digitaal werken als norm.

Actie 4.1.5: We investeren jaarlijks in digitale infrastructuur.

ALTERNIEVE FINANCIERING

Actie 4.2.1: We verhuren onze infrastructuur en vernieuwde vergaderzaal aan derden.

Actie 4.2.2: We optimaliseren de verschillende FRIEND-formules met het oog op een verhoging van de inkomsten.

Actie 4.2.3: We stellen een pakket samen vanuit het bestaande publieksaanbod om aan te bieden als teambuilding activiteit aan bedrijven.

Actie 4.2.4: We onderzoeken onze mogelijkheden ten aanzien van btw en harmoniseren het prijzenbeleid.

Actie 4.2.5: We bouwen de museumshop verder uit.

Actie 4.2.6: We maken waar mogelijk gebruik van sponsoring om onze werking mee te financieren.

Actie 4.2.7: We zetten marketingstrategieën uit om het museumaanbod efficiënter naar het publiek te brengen.

Actie 4.2.8: Waar mogelijk maken we aanspraak op projectsubsidies om projecten te financieren en nieuwe kansen te nemen.

TEAM & ORGANISATIE-ONTWIKKELING

Actie 4.3.1: We onderzoeken nieuwe manieren van (samen)werken binnen de organisatie.

Actie 4.3.2: We versterken een aantal onderbemande afdelingen.

Actie 4.3.3: We professionaliseren de vrijwilligerswerking om de basiswerking te versterken via participatie.

Actie 4.3.4: We sporen medewerkers actief aan om zich bij te scholen.

Actieplan 4.3.5: In het kader van talentontwikkeling bieden we langdurige betaalde en niet-betaalde stages aan, met een focus op stagiairs met roots in migratie.

INFRASTRUCTUUR

Actie 4.4.1: Om onze ecologische voetafdruk verder af te bouwen plannen we enkele duurzame investeringen.

Actie 4.4.2: We voorzien tegen het einde van de beleidsperiode een nieuwe tentoonstellingsruimte op de 3de verdieping van het museum met een permanente, semi-digitale invulling om de geschiedenis van de fotografie te illustreren.

Actie 4.4.3: We vernieuwen de 5de verdieping van het museum om de werking van de afdeling collecties beter te faciliteren.

Actie 4.4.4: We voorzien een aantal kleine ergonomische aanpassingen in de balie- en shopinfrastructuur.

Actie 4.4.5: We breiden de veiligheidsinfrastructuur verder uit om de veiligheid van onze collecties te garanderen.

DE MUSEUMSTICHTING

Actie 4.5.1: We focussen tijdens de beleidsperiode op digitale cultuur en ontwikkelen een digitale strategie voor het FOMU. We werken samen met De Museumstichting verder aan de digitale ontwikkeling van onze organisatie.

Actie 4.5.2: We focussen tijdens de beleidsperiode op diversiteit en werken samen met De Museumstichting verder aan de diversifiëring van onze werking.

Actie 4.5.3: We werken samen en onderhouden nauwe contacten met de bestaande beroeps- en kunstpraktijk.

Actie 4.5.4: We willen samen met De Museumstichting een bron van inspiratie zijn voor jonge professionals en hen een stimulerende, creatieve omgeving aanbieden waarin ze zich verder kunnen ontwikkelen.

Actie 4.5.5: We maken samen met De Museumstichting werk van het Actieplan Diversiteit in het kader van personeelsbeleid.

Actie 4.5.6: We nemen actief deel aan de netwerken van de musea in functie van de gedeelde expertise, die geïnitieerd worden door De Museumstichting.

Actie 4.5.7: Onder De Museumstichting organiseren we overhead op een efficiënte en effectieve manier door middel van een dynamische bedrijfscultuur.

SD4: FOMU voert een transparant en performant zakelijk beleid binnen het bredere kader van De Museumstichting.

OD4.1: DIGITALISERING

GENERIEK: DIGITAAL
CULTUREEL ERFGOED

Actie 4.1.1: We voeren de acties uit voor de periode 2019–2023 zoals voorzien in het Digitaliseringsplan.

Het FOMU werkt met een digitaliseringsplan. Dit plan heeft tot doel digitalisering in te zetten om een dialoog tot stand te brengen tussen het publiek, de collecties en het medium fotografie. Het is gestoeld op vier kernideeën:

- Het FOMU zet digitalisering in om kennis over de collecties en over het medium fotografie over te brengen naar een breed publiek.
- Het FOMU onderhoudt een nauwe band met het publiek door hen digitaal actief te betrekken in de museumwerking en bouwt zijn online community verder uit.
- Het FOMU verhoogt via digitalisering zijn efficiëntie waardoor het klanten beter en sneller kan bedienen. Digitale processen worden zo goed mogelijk op elkaar afgestemd zodat het museum zijn doelstellingen effectiever kan bereiken en mogelijk extra inkomsten worden gegeneerd.
- Het FOMU pakt digitalisering organisatiebreed aan en integreert dit volledig in het globale museumbeleid.

Omdat digitalisering een belangrijke doelstelling is doorheen de hele organisatie kiezen we ervoor om de acties van het digitaliseringsplan in het beleidsplan te integreren. De veelheid aan acties verbonden aan digitalisering toont aan in welke mate we op deze doelstelling focussen tijdens de beleidsperiode:

- | | |
|---------------|---------------|
| • Actie 1.1.3 | • Actie 3.5.1 |
| • Actie 1.1.5 | • Actie 3.5.3 |
| • Actie 1.2.2 | • Actie 4.1.2 |
| • Actie 1.2.3 | • Actie 4.1.3 |
| • Actie 1.4.2 | • Actie 4.1.4 |
| • Actie 2.4.1 | • Actie 4.1.5 |
| • Actie 3.2.3 | • Actie 4.3.1 |
| • Actie 3.3.2 | • Actie 4.3.2 |
| • Actie 3.3.3 | • Actie 4.3.4 |
| • Actie 3.3.4 | • Actie 4.3.5 |
| • Actie 3.4.2 | |

Actie 4.1.2: We breiden de verkoop van FOMU-producten via e-commerce uit als aanvulling op de werking van de museumshop.

- Het FOMU heeft een succesvolle museumshop en voorziet de mogelijkheid om online tickets te kopen voor een bezoek aan het museum of deelname aan een event via de eigen website.
- We breiden de online verkoop tijdens de beleidsperiode uit met alle FOMU-producten (tickets, publicaties, postkaarten, merchandise, etc.) in twee fases : eerst via een extra verkoopkanaal in België, daarna internationaal.

GENERIEK: DIGITAAL
CULTUREEL ERFGOED

Actie 4.1.3: We beheren onze contacten optimaal door gebruik van CRM.

We kopen een CRM-systeem aan en implementeren dit in de museumwerking.

- Het CRM-systeem moet alle klantgerichte processen aan elkaar koppelen zodat de nodige data beschikbaar worden gesteld en efficiënter kunnen ingezet worden.
- We voorzien opleidingen voor het personeel om zelf aan de slag te gaan met het nieuwe systeem. Op deze manier vermijden we dat de kennis en de verantwoordelijkheid om te werken met de nieuwe software beperkt blijft tot een medewerker of afdeling.

GENERIEK: DIGITAAL
CULTUREEL ERFGOED

Actie 4.1.4: We voeren een museumbelid onder de noemer van de 'Digiflex': digitaal werken als norm.

- We organiseren de boekhouding voor 100% digitaal. Deze actie en de timing ervan zijn in hoge mate afhankelijk van het beleid van De Museumstichting.
- Data die de interne museumwerking ten goede komen, worden verzameld in een digitaal dashboard dat voor elke medewerker toegankelijk is.
- We onderzoeken nieuwe vormen van digitaal werken om efficiënter interne processen en projecten op te volgen zodat de planlast binnen de organisatie afneemt.

GENERIEK: DIGITAAL
CULTUREEL ERFGOED

Actie 4.1.5: We investeren jaarlijks in digitale infrastructuur.

- We voorzien jaarlijks middelen in de begroting voor de digitalisering van de werking.
- We investeren jaarlijks in nieuwe, kwalitatieve digitale media (soft- en hardware) om digitaal werken in het museum up-to-date te houden.

OD4.2: ALTERNATIEVE FINANCIERING

Actie 4.2.1: We verhuren onze infrastructuur en geüpdatete vergaderzaal aan derden.

We beschikken over 2 cinemazalen, voor respectievelijk 85 en 150 personen en een gerenoveerde vergaderzaal die we verhuren aan externen voor opleidingen, presentaties, meetings, etc.

Daarnaast promoten we de verhuur-op-maat van de overige infrastructuur, zoals de inkomhal, het leslokaal en de tentoonstellingszalen. Naast een stijging van de inkomsten via alternatieve financiering willen we op deze manier nieuwe bezoekers aantrekken en promotie voeren voor de (FRIEND)werking (Actie 4.2.2). Belangrijke partner in dit verhaal is het museumcafé PIXEL.

Indicator:

- Basiscijfer zijn de inkomsten uit verhuur 2018.
- Jaarlijkse stijging inkomsten 8% vanaf 2019.

Actie 4.2.2: We optimaliseren de verschillende FRIEND-formules met het oog op een verhoging van de inkomsten.

We onderzoeken de rendabiliteit van de verschillende FRIEND-formules (JAARKAART, FRIEND, ACADEMY FRIEND, BUSINESS FRIEND en FOMU ROYAL) en passen de pakketten waar wenselijk aan op basis van een direct costing analyse en een tevredenheidsonderzoek bij de FRIENDS.

- We zetten de inkomsten verkregen uit de FRIEND-werking af tegen de kosten die we rechtstreeks kunnen koppelen aan deze werking en werken op basis hiervan een zo rendabel mogelijk model uit en bewaken tegelijkertijd de kwaliteit van het product.
- We vragen de FRIENDS jaarlijks feedback over de invulling van het voordelenpakket.
- We versturen een aparte mailing naar de FRIENDS om hen op de hoogte te houden van FOMU activiteiten.
- We promoten op verschillende manieren de FRIEND-formules (FOMU-shop, website, mailing, tijdens events, activiteiten van derden)

Indicatoren:

- Basiscijfer zijn de inkomsten verbonden aan de FRIENDS van 2018.
- Stijging inkomsten met 30% van de FOMU JAARKAART/Museumpas tegen het einde van de beleidsperiode
- Stijging inkomsten met 50% van de FOMU FRIENDS tegen het einde van de beleidsperiode.
- De FOMU ACADEMY voor jongeren wordt binnen de beleidsperiode aangepast zodat ze niet meer verlieslatend is.
- We breiden de FOMU BUSINESS FRIENDS systematisch uit met als streefcijfer €10.000 inkomsten in 2023.
- De schenkingen van de FOMU ROYALS bouwen we verder uit met als doel een verdubbeling van de inkomsten op het einde van de beleidsperiode.

Actie 4.2.3: We stellen een pakket samen vanuit het bestaande publieksaanbod om aan te bieden als teambuilding activiteit aan bedrijven.

We werken samenwerkingen uit met bedrijven zoals City Golf en Antwerp by Bike om met een minimale investering het bestaande publieksaanbod aan te kunnen bieden aan een nieuw publiek. De teambuilding-partner neemt de verkoop van het product op zich. Belangrijke partner in dit verhaal is het museumcafé PIXEL.

Indicator:

- Start in 2019.
- We stellen als doel € 1.500 inkomsten per jaar voorop.

Actie 4.2.4: We onderzoeken onze mogelijkheden ten aanzien van btw en harmoniseren het prijzenbeleid.

- Het FOMU heeft een heel aantal commerciële activiteiten die we verder willen uitbouwen ter ondersteuning van de museale basiswerking. Een van de mogelijkheden om deze activiteiten rendabeler te maken is om dit deel van onze werking btw-plichtig te maken. We onderzoeken in 2019 of en op welke manier we dit het best doen binnen het kader van De Museumstichting.
- We lijsten in 2019 alle prijzen die we hanteren op en passen waar nodig aan zodat we een geharmoniseerd en transparant prijzenbeleid kunnen communiceren aan het publiek en de erfgoedgemeenschappen o.a. via onze website.

Actie 4.2.5: We bouwen de museumshop verder uit.

De museumshop is tijdens de voorbije beleidsperiode geprofessionaliseerd en is daardoor steeds

rendabeler. Om het huidige succes van de shop te bestendigen en verder te laten groeien ondernemen we een aantal initiatieven.

- We zetten via promotie van de shop (op sociale media) ook in op niet-museumbezoekers, en zetten daarmee de FOMU-shop op de kaart als een plaats waar je steeds terecht kan voor een mooi foto-boek, een origineel cadeau, ook op zondag (FOMU-shop in lijstjes als 'must-do-shopping-places', '5 beste cadeauwinkels in Antwerpen').
- We zetten elk jaar 1 samenwerking op met jonge lokale creatieve ondernemers om nieuwe, gepersonaliseerde, originele en bij voorkeur duurzame producten in de FOMU shop aan te bieden.
- We experimenteren met een tijdelijk extra filiaal in het centrum van de stad binnen een pop-upformule. Deze actie werken we uit in een jaar dat er geen stockverkoop gepland staat om de werkdruk binnen de perken te houden (2019, 2021 of 2023).
- We organiseren in 2020 en 2022 een stockverkoop.
- We voeren een dynamisch aankoopbeleid: we monitoren permanent welke producten goed verkopen en houden tegelijkertijd rekening met de tentoonstellingsprogrammatie en met wat er in de fotografiewereld speelt.
- We bieden een verkoopplatform aan voor Belgische fotografen (cf. Ambassadeur van de Belgische fotografie).
- We breiden de e-commerce uit (zie Actie 4.1.2).
- We werken een strategie uit voor de distributie van FOMU-publicaties naar bookshops, bibliotheken, fotobeurzen en musea. We plannen deze actie in een jaar dat er geen pop-up filiaal of stockverkoop is (2019, 2021 of 2023).

Indicatoren:

- Stijging van de inkomsten van de FOMU-shop (bestaande shop intra muros) met 15% tegen het einde van de beleidsperiode.
- Stijging van de zichtbaarheid van de FOMU-shop door op te duiken in 'de lijstjes' in tijdschriften, blogs etc.
- Genereren van extra verkoopkanalen tijdens de beleidsperiode: 1x pop-up, uitbreiding ecommerce, strategie distributie.
- 1 samenwerking per jaar met een lokale, jonge creatieve ondernemer.

Actie 4.2.6: We maken waar mogelijk gebruik van sponsoring om onze werking mee te financieren.

We zoeken actief naar sponsoring om onze werking te ondersteunen. Deze sponsoring kan financieel zijn, maar kan evenzeer de vorm van een partnership, logistieke/productionele ondersteuning of een mediadeal aannemen.

Indicatoren:

- We voorzien in de nieuwe website de mogelijkheid om aan digitale fundraising te doen.
- Tijdens de beleidsperiode zetten we in op een groeiend netwerk van BUSINESS FRIENDS. We betrekken dit netwerk actief bij de werking van het museum en verhogen op die manier ook het aantal sponsors (Actie 4.2.1, Actie 4.2.2).
- We proberen bij elke tentoonstelling of project minimaal 1 samenwerking aan te gaan die op natuurlijke wijze een win-win situatie creëert. Hierbij denken we hoofdzakelijk aan het leveren van producten om productiekosten te beperken (technisch materiaal, verf, stoffen, meubels, etc.)

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

maar ook aan sponsoring in cash. We voorzien een jaarlijkse stijging van dit soort sponsoring met 5% per jaar.

- We groeien van 3 naar 5 structurele partnerships tegen het einde van de beleidsperiode.
- We onderhandelen jaarlijks een mediadeal met een grote mediapartner om kosten verbonden aan publiciteit te beperken en onze zichtbaarheid te vergroten (zie ook Actie 1.2.1).

Actie 4.2.7: We zetten marketingstrategieën uit om het museumaanbod efficiënter naar het publiek te brengen.

Het FOMU onderneemt al jaren verschillende marketingacties. In 2019 schrijven we een marketingstrategie uit zodat we waar nodig acties duurzaam kunnen integreren in de werking en ruimte kunnen scheppen voor nieuwe marketingacties en experiment.

Actie 4.2.8: Waar mogelijk maken we aanspraak op projectsubsidies om projecten te financieren en nieuwe kansen te nemen.

- Actie 2.3.1 (fotofestival in de stad) kan enkel worden uitgevoerd mits 75% van de kosten gedekt wordt door een projectsubsidie en andere vormen van alternatieve financiering (coproductie, sponsoring, etc.).
- Ook voor andere acties die een grote investering vragen zoals de actie rond de verbouwing van het voorplein (Actie 1.4.2), acties rond digitalisering en duurzame infrastructuurwerken zoeken we van bij aanvang actief naar projectsubsidies.

OD4.3: TEAM & ORGANISATIEONTWIKKELING

Actie 4.3.1: We onderzoeken nieuwe manieren van (samen)werken binnen de organisatie.

De organisatie is in betrekkelijk korte tijd uitgegroeid van een relatief kleine organisatie waarin er veelal informeel werd gewerkt naar een grotere, meer geprofessionaliseerde organisatie. Dit heeft een aantal gevolgen: zo is bv. de interne communicatie niet voldoende afgestemd en is de administratieve ondersteuning in het algemeen en binnen de verschillende afdelingen niet afdoende. Tijdens de beleidsperiode laten we ons adviseren in organisatieontwikkeling en verbetering van de organisatiecultuur. Ook wat dit proces betreft zien we een belangrijke rol weggelegd voor de 'Digiflex' (interne communicatie via sociale mediaplatformen, digitale dashboards, verhogen digitale geletterdheid teams, etc.).

Actie 4.3.2: We versterken een aantal onderbemande afdelingen.

We voorzien de aanwerving van een aantal nieuwe medewerkers vanaf 2019 om de acties van dit beleidsplan uit te voeren. Deze actie hangt nauw samen met Actie 4.5.5.

- Digitale strateeg / digital content manager, B-niveau (OD4.1)
- Medewerker Publiekswerking, B-niveau (OD1.1.)
- Shop manager, B-niveau (Actie 4.3.5.)
- Administratief medewerker, C-niveau (Actie 4.3.1.)

Actie 4.3.3: We professionaliseren de vrijwilligerswerking om de basiswerking te versterken via participatie.

- Samen met de collega's van De Museumstichting stellen we een nieuw vrijwilligerscontract op met organisatiebrede afspraken rond vergoeding en verzekering.
- In 2019 updaten we de vrijwilligersprocedure (intern, FOMU).
- We ondernemen acties om de vrijwilligers sterker te betrekken bij de museumwerking en het team.
- We rekruteren nieuwe vrijwilligers bij nieuwe projecten of bij daling van het aantal vrijwilligers.

DUURZAAMHEID

Actie 4.3.4: We sporen medewerkers actief aan om zich bij te scholen.

- We voorzien jaarlijks een budget voor kort- en langlopende opleidingen.
- We interpreteren 'bijscholing' ruim. Ook netwerking kan ingezet worden om nieuwe kennis te verwerven (cf. netwerken rond diversiteit).
- Om te vermijden dat medewerkers uit de boot vallen in deze tijd van digital natives focussen we tijdens de beleidsperiode op digitale geletterdheid.

GENERIEK:
DIVERSITEIT**Actie 4.3.5: In het kader van talentontwikkeling bieden we langdurige betaalde en niet-betaalde stages aan, met een focus op stagiairs met roots in migratie.**

- We zien talentontwikkeling als tweerichtingsverkeer. De museummedewerkers delen hun kennis met de stagiairs en de stagiairs importeren nieuwe kennis en inzichten in de organisatie.
- We kiezen voor langdurige stages omdat we zo echte meerwaarde creëren voor alle betrokkenen.
- We bieden langdurige betaalde stages aan vanaf 2019, specifiek gericht op talent met roots in migratie, om mensen op te leiden binnen een specifiek vakgebied zoals de functie curator, publiekswerker, logistieke medewerker. Op die manier willen we kansen geven aan talent dat zich buiten ons reguliere netwerk bevindt. We laten ons hierbij adviseren door de diversiteitsmanager van De Museumstichting.

OD4.4: INFRASTRUCTUUR

DUURZAAMHEID

Actie 4.4.1: Om onze ecologische voetafdruk verder af te bouwen plannen we enkele duurzame investeringen.

- We investeren in zonnepanelen op het dak van het museum in 2019.
- De verlichting in het museum wordt elk jaar systematisch vervangen door LED-lampen.
- We recyclen zoveel mogelijk tentoonstellingsmateriaal door samen te werken met partners als Green Track.
- We scheiden steeds alle afvalstromen. Jaarlijks organiseren we een organisatiebrede opruimdag in het museum.

Actie 4.4.2: We voorzien tegen het einde van de beleidsperiode een nieuwe tentoonstellingsruimte op de derde verdieping van het museum met een permanente, semi-digitale invulling om de geschiedenis van de fotografie te illustreren.

- Om dit te realiseren verhuist een deel van de werking van het inlijstatelier naar de 5de verdieping.
- Er wordt een volledig nieuwe geklimatiseerde tentoonstellingsruimte voorzien op de 3de verdieping.
- We bereiden deze semi-digitale presentatie zorgvuldig voor en laten ons hierin adviseren door gespecialiseerde firma's en organisaties.

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN

DUURZAAMHEID

Actie 4.4.3: We vernieuwen de 5de verdieping van het museum om de werking van de afdeling collecties beter te faciliteren

- We voorzien de uitvoering van deze actie in 2021.
- We vernieuwen de fotostudio om de digitalisering van de collecties te professionaliseren, de expertise te consolideren en conserveringsonderzoek te faciliteren.
- We passen de bureauruimtes aan zodat meer medewerkers en vrijwilligers op een aangename manier kunnen werken.

DUURZAAMHEID

Actie 4.4.4: We voorzien een aantal kleine, ergonomische aanpassingen in de balie- en shopinfrastructuur.

De shopinfrastructuur is niet ideaal, zowel voor de medewerkers achter de balie als voor de museumbezoekers en/of klanten zijn de huidige meubels niet gebruiksvriendelijk. We passen de infrastructuur in 2022 aan.

Indicatoren:

- Een geriefelijk baliemeubel waaraan de medewerkers op een comfortabele manier hun werk kunnen uitvoeren dat gebruiksvriendelijk is voor de klanten en bezoekers.
- Een shopinfrastructuur die de klanten toelaat meer producten op ooghoogte te bekijken.
- Een shopinfrastructuur met een optimale doorstroom waardoor we wachtrijen tot een minimum beperken.

DUURZAAMHEID

Actie 4.4.5: We breiden de veiligheidsinfrastructuur jaarlijks verder uit om de veiligheid van onze collecties te garanderen.

- We breiden het aantal badgelezers jaarlijks systematisch uit.
- De camerabewaking wordt steeds afgesteld op infrastructurale aanpassingen.
- Binnen De Museumstichting zetten we bewakingsagenten efficiënt in onze musea in door een overkoepelende veiligheidspolicy, werkverdeling en opleiding.

OD4.5: DE MUSEUMSTICHTING**Actie 4.5.1: We focussen tijdens de beleidsperiode op digitale cultuur en ontwikkelen een digitale strategie voor het FOMU. We werken samen met De Museumstichting verder aan de digitale ontwikkeling van onze organisatie.**

- Deze actie kadert binnen de strategische doelstelling 'Digitale Cultuur: het implementeren van nieuwe technologieën' van De Museumstichting.
- Het Digitaliseringsplan van het FOMU en de daaraan gekoppelde acties in het beleidsplan maken deel uit van een bredere digitale strategie (Zie Actie 4.1.1).

Actie 4.5.2: We focussen tijdens de beleidsperiode op diversiteit en werken samen met De Museumstichting verder aan de diversifiëring van onze werking.

- Deze actie kadert binnen de strategische doelstelling 'Diversiteit: betekenisvolle musea voor iedereen' van De Museumstichting en het bijhorend Actieplan Diversiteit, zoals voorgesteld door de diversiteitsmanager van de stichting.

GENERIEK: DIGITAAL
CULTUREEL ERFGOEDGENERIEK:
DIVERSITEIT

- We maken gebruik van de Diversiteitsmonitor die ontwikkeld werd in samenwerking met de Universiteit Antwerpen voor De Museumstichting, om onze inspanningen te meten.
- Aangezien diversiteit een belangrijke doelstelling is voor alle afdelingen van het museum hebben we ze geïntegreerd opgenomen in het beleidsplan:
 - Actie 1.1.1
 - OD 1.3
 - Actie 2.1.1
 - Actie 2.4.1
 - Actie 3.2.2
 - Actie 4.3.2
 - Actie 4.3.3
 - Actie 4.3.4
 - Actie 4.3.5
 - Actie 4.5.5

DUURZAAMHEID

Actie 4.5.3: We werken samen en onderhouden nauwe contacten met de bestaande beroeps- en kunstpraktijk.

- Deze actie kadert binnen de strategische doelstelling 'Creatieve ontplooiing: co-creatie en samenwerkingsverbanden' van De Museumstichting.
- Zie ook OD 2.3.

PRESENTEREN
EN TOELEIDEN**Actie 4.5.4: We willen samen met De Museumstichting een bron van inspiratie zijn voor jonge professionals en hen een stimulerende, creatieve omgeving aanbieden waarin ze zich verder kunnen ontwikkelen.**

- Deze actie kadert binnen de strategische doelstelling 'Focus op jong talent: detecteren, ontwikkelen en ontplooiën' van De Museumstichting.
- Het FOMU zet vanuit de eigen missie & waarden sterk in op jongeren en talentontwikkeling. Deze focus is in volgende acties terug te vinden in het beleidsplan:
 - Actie 1.1.5
 - OD 1.3
 - Actie 2.4.1
 - Actie 2.4.2
 - Actie 2.4.5
 - Actie 3.2.5
 - Actie 4.3.5

GENERIEK:
DIVERSITEIT**Actie 4.5.5: We maken samen met De Museumstichting werk van het Actieplan Diversiteit in het kader van personeelsbeleid.**

- Aanwerving diversiteitsmanager.
- Voortrajecten voor alle toekomstige vacatures i.s.m. FrontOffice, Atlas, het HOA-loket van VDAB en persoonlijk netwerk van de diversiteitsmanager, om profielen met roots in migratie actief toe te leiden naar onze vacatures.
- Aanwerving van losse medewerkers ter uitvoering van acties uit het Actieplan Diversiteit (zie Actie 1.3.1, Actie 1.3.2, Actie 1.3.3).

DUURZAAMHEID

Actie 4.5.6: We nemen actief deel aan de netwerken van de musea in functie van de gedeelde expertise, die geïnitieerd worden door De Museumstichting.

- Deze actie kadert binnen de strategische doelstelling 'Patrimonium: Research & Development' van De Museumstichting.
- In overleg met de directies en werkgroepen worden thema's als collectiewerving, -beheer en -presentatie geanalyseerd, uitgediept en getoetst aan de uitdagingen van de nieuwe maatschappelijke ontwikkelingen en bijhorende verwachtingen.

DUURZAAMHEID

Actie 4.5.7: Onder de Museumstichting organiseren we overhead op een efficiënte en effectieve manier d.m.v. een dynamische bedrijfscultuur.

- Overhead (budget, overkoepelende administratie, personeel, logistiek, veiligheid) wordt voor de drie musea uniform verwerkt door een centrale dienst.
- In een eenvoudige organisatiestructuur met transparante delegaties nemen we snel en efficiënt beslissingen rond overhead.
- Een gecoördineerde beleidsplanning gekoppeld aan eigentijdse rapporteringsinstrumenten zorgt voor een transparante, overkoepelende zakelijke administratie waaronder overheidsopdrachten en raamcontracten, verzekeringen en boekhouding.
- Binnen de Museumstichting centraliseren we een sterk vereenvoudigd personeelsbeleid met de nodige aandacht voor degelijke loonadministratie, vorming, aanwervings- en loopbaanbegeleiding plus preventie en bescherming.
- Het logistieke beleid wordt centraal aangestuurd met name voor gebouwen, depots (fysiek en digitaal), IT en milieu.
- De bewaking van de musea gebeurt door een overkoepelende veiligheidsdienst binnen de Museumstichting.

BOORDTABEL

	WIE VOLGT OP?	KOSTEN										INKOMSTEN					HOE WORDT DEZE ACTIE GEMONITORD?
		2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023						
SD1: OPEN HUIS		Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie						
OD1.1. PUBLIEKSAANBOD																	
1.1.1. Regulier publieksaanbod	afdeling publiekswerking	€ 57.000	€ 13.000	€ 57.000	€ 13.000	€ 57.000	€ 13.000	€ 57.000	€ 13.000	€ 57.000	€ 13.000	€ 60.000	€ 61.000	€ 62.000	€ 63.000	€ 64.000	20.000 participanten per jaar
1.1.2. Gidsenwerking	afdeling publiekswerking	€ 1.000		€ 1.000		€ 1.000		€ 1.000		€ 1.000							2 opleidingen per jaar / jaarlijkse evaluatie gidsen
1.1.3. Visitor journey	afdeling publiekswerking			€ 5.000													tegen 2020: bezoekerscyclus in kaart / volledig online reservatiesysteem en gidsenplanning / opleiding voor onthaal- en bewakingspersoneel / permanente klantenbevraging
1.1.4. Publieksonderzoek	afdeling publiekswerking					€ 15.000											publieksonderzoek in 2021
1.1.5. Arttube en youtube	afdeling publiekswerking/comm	€ 10.000		€ 10.000		€ 10.000		€ 10.000		€ 10.000							5 video's per jaar
OD1.2. COMMUNICATIE																	
1.2.1. Reguliere communicatie	afdeling communicatie	€ 90.000		€ 90.000		€ 90.000		€ 90.000		€ 90.000		€ 4.000	€ 4.000	€ 4.000	€ 4.000	€ 4.000	jaarlijks communicatieplan
1.2.2. Website	afdeling communicatie					€ 70.000											nieuwe website in 2021
1.2.3. Sociale media	afdeling communicatie	€ 40.000		€ 40.000		€ 40.000		€ 40.000		€ 40.000							facebook : jaarlijkse stijging 10% / instagram : jaarlijkse stijging van 30% voor 2019-2021, jaarlijkse stijging van 20% voor 2022-2023
1.2.4. Oprissing branding	afdeling communicatie			€ 4.000	€ 11.000												vernieuwe huisstijl in 2020
OD1.3. JONGEREN & DIVERSITEIT																	
1.3.1. Influencers	allen		€ 5.000		€ 5.000		€ 5.000		€ 5.000		€ 5.000						oprichting denk- en doetank
1.3.2. Communicatiestrategie	afdeling communicatie		€ 1.500		€ 1.500		€ 1.500		€ 1.500		€ 1.500						jaarlijks communicatieplan
1.3.3. Gidsenteam	afdeling publiekswerking		€ 500		€ 500		€ 500		€ 500		€ 500						tegen 2023 : 30% van de gidsen is etnisch divers
1.3.4. Publieksaanbod	afdeling publiekswerking		€ 10.000		€ 10.000		€ 10.000		€ 10.000		€ 10.000	€ 1.000	€ 1.100	€ 1.200	€ 1.300	€ 1.400	tegen 2020: aanbod voor NT2 / jaarlijks workshoptraject met vluchtelingen / vanaf 2020 : Nightwatch verruimen met stedelijke partners die werken rond etnische diversiteit
OD1.4. LOKALE VERANKERING																	
1.4.1. Landmark	afdeling communicatie			€ 20.000													tegen 2021: herkenbaarheid museumgebouw is verbeterd
1.4.1. Voorplein	afdeling publiekswerking/comm			€ 10.000		€ 10.000		€ 122.000	€ 33.000	€ 65.000	€ 35.000						realisatie hangoutplek tegen 2021 & digitaal traject tegen 2023
1.4.2. Museumtuinen	afdeling publiekswerking/comm	€ 0		€ 0		€ 0		€ 0		€ 0							deelname aan het projectteam
1.4.3. Samenwerking Antwerpse musea	afdeling publiekswerking/comm	€ 10.000		€ 60.000		€ 60.000		€ 60.000		€ 60.000			€ 2.500	€ 2.600	€ 2.700	€ 2.800	vanaf 2020 : avondopeningen / jaarlijks fotografie initiatieven in Museumtuinen / jaarlijkse samenwerking Cinema Zuid / jaarlijks buurtinitiatief ondersteunen
SUBTOTAAL SD1		€ 208.000	€ 30.000	€ 297.000	€ 41.000	€ 353.000	€ 30.000	€ 380.000	€ 63.000	€ 323.000	€ 65.000	€ 65.000	€ 68.600	€ 69.800	€ 71.000	€ 72.200	

BOORDTABEL

WIE VOLGT OP?	KOSTEN										INKOMSTEN					HOE WORDT DEZE ACTIE GEMONITORD?
	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023						
SD2: ARTISTIEK VERHAAL	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	2019	2020	2021	2022	2023	
OD2.1. TENTOONSTELLINGSPROGRAMMATIE																
2.1.1. Integrale programmatie	afdeling expo/coll	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0								continue wisselwerking tussen collectiepresentaties en tijdelijke tentoonstellingen in programmatie
2.1.2. Uitgebalanceerde programmatie	afdeling expo/coll	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0			€ 200.000	€ 204.000	€ 208.000	€ 212.000	€ 216.000	nieuw tentoonstellingsstramien vanaf 2020
2.1.3. 5 toetsstenen	afdeling expo/coll	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0								continu aftoetsen bij tentoonstellingsprogrammatie
2.1.4. Curatorenoverleg	afdeling expo/coll	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0								6-wekelijks overleg
OD2.2. PUBLICATIES & INTRA MUROS																
2.2.1. Thematische expo	afdeling expo	€ 75.000	€ 25.000	€ 75.000	€ 25.000	€ 75.000	€ 25.000	€ 75.000	€ 25.000	€ 75.000	€ 25.000					1 per jaar
2.2.2. Monografische expo	afdeling expo	€ 67.000	€ 23.000	€ 67.000	€ 23.000	€ 90.000	€ 0	€ 90.000	€ 0	€ 90.000	€ 0					1 per jaar
2.2.3. Experimentele expo	afdeling expo	€ 60.000	€ 20.000	€ 60.000	€ 20.000	€ 60.000	€ 20.000	€ 60.000	€ 20.000	€ 60.000	€ 20.000					1 per jaar
2.2.4. Publicaties	afdeling expo	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000	€ 5.000	€ 5.000	€ 5.000	€ 5.000	€ 5.000	2 per jaar
OD2.3. SAMENWERKINGEN & EXTRA MUROS																
2.3.1. Fotofestival	afdeling expo		€ 10.000	€ 60.000		€ 10.000	€ 70.000									1 om de twee jaar
2.3.2. Extra muros	afdeling expo				€ 35.000			€ 35.000					€ 5.000		€ 5.000	2 tijdens beleidsperiode
OD2.4. AMBASSADEUR																
2.4.1. Tiff	afdeling expo	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 25.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 500	€ 500	€ 500	€ 500	€ 500	1 per jaar
2.4.2. Expo JBF	afdeling expo	€ 22.000	€ 8.000	€ 22.000	€ 8.000	€ 22.000	€ 8.000	€ 22.000	€ 8.000	€ 22.000	€ 8.000					1 per jaar
2.4.3. Belg in buitenland	afdeling expo					€ 10.000			€ 10.000				€ 20.000		€ 20.000	2 tijdens beleidsperiode
2.4.4. Buitenlandse reizen	allen	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000						jaarlijkse prospectie door team / jaarlijkse deelname aan internationale initiatieven / jaarlijks netwerkmoment organiseren in FOMU
SUBTOTAAL SD2		€ 279.000	€ 76.000	€ 289.000	€ 136.000	€ 337.000	€ 63.000	€ 322.000	€ 123.000	€ 337.000	€ 63.000	€ 205.500	€ 209.500	€ 238.500	€ 217.500	€ 246.500

BOORDTABEL

		WIE VOLGT OP?		KOSTEN						INKOMSTEN					HOE WORDT DEZE ACTIE GEMONITORD?	
		2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023					
SD3: COLLECTIES		Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie					
OD3.1. BEHOUD & BEHEER																
3.1.1. Procedures	afdeling collectie	€ 0		€ 0		€ 0		€ 0		€ 0						2 verbeterde spectrumprocedures tijdens beleidsperiode / verbeterde taakverdeling & efficiëntere werking afdeling collecties / verhoogde klantvriendelijkheid & betere service tav erfgoedgemeenschappen
3.1.2. Reorg 3de verdiep	afdeling collectie		€ 70.000		€ 70.000		€ 70.000									tegen 2021: 3de verdieping is gereorganiseerd
3.1.3. Calamiteitenplan	afdeling collectie/veiligheid	€ 0		€ 0		€ 0		€ 0		€ 0						tegen 2023: collecties staan in daartoe bestemde depots / gereorganiseerd cameradepot / waardstelling van deelcollecties / fondsen en auteursklassemment is verhuisd / risicoanalyse per deelcollectie / calamiteitenplan per depot
3.1.4. Condition assessments	afdeling collectie		€ 10.000		€ 10.000		€ 10.000		€ 10.000		€ 10.000					tegen 2023: per fonds condition assessment in database / meer gerichte info om waardering van 40 fondsen te kunnen doen / priority list van fondsen
3.1.5. Verhuisoperaties	afdeling collectie	€ 35.000		€ 35.000		€ 35.000		€ 35.000		€ 35.000						tegen 2023: verschillende verhuisoperaties zijn afgerond
3.1.6. Restauratie en conservatieprojecten	afdeling collectie		€ 5.000		€ 5.000		€ 5.000		€ 5.000		€ 5.000					jaarlijks reguliere restauraties en conservaties
OD3.2. VERZAMELEN																
3.2.1. Scherp collectieprofiel	afdeling collectie	€ 30.000		€ 0		€ 0		€ 0		€ 0						tegen 2023: scherper collectieprofiel / waardstellingen voor deelcollecties / priority list / toolbox Faro 2de fase pilootproject 'waarderen'
3.2.2. Netwerk diversiteit	afdeling collectie/diversiteitsmedew		€ 500		€ 500		€ 500		€ 500		€ 500					denktank rond diversiteit opgericht
3.2.3. Visie digitale collecties	afdeling collectie	€ 0		€ 0		€ 0		€ 0		€ 0						tegen 2023: visie uitgewerkt
3.2.4. Herbestemming cinéfilm	afdeling collectie							€ 0								tegen 2023: herbestemming cinéfilmverzameling
3.2.5. Aankoopbeleid	afdeling collectie		€ 60.000		€ 60.000		€ 60.000		€ 60.000		€ 60.000					jaarlijks aanwinsten
3.2.6. Wetenschappelijke commissie	afdeling collectie	€ 200		€ 200		€ 200		€ 200		€ 200						2 keer per jaar samenkomst
OD3.3. ONDERZOEK																
3.3.1. Publicaties	afdeling collectie		€ 30.000		€ 30.000		€ 30.000		€ 30.000		€ 30.000					per collectiepresentatie boek / distributie naar experts, ruim publiek, erfgoedveld
3.3.2. Collectieonderzoek	afdeling collectie		€ 15.000		€ 15.000		€ 15.000		€ 15.000		€ 15.000					tegen 2023: verruiming Directory / Directory = authority list Belgische fotografie
3.3.3. EXTRA	afdeling expo	€ 30.000		€ 30.000		€ 30.000		€ 30.000		€ 30.000		€ 6.000	€ 6.000	€ 6.000	€ 6.000	2 per jaar
3.3.4. Bibliotheek	afdeling bibliotheek		€ 20.000		€ 20.000		€ 20.000		€ 20.000		€ 20.000	€ 500	€ 500	€ 500	€ 500	jaarlijks 3 publieksactiviteiten / jaarlijkse stijging 5% publiek / jaarlijkse stijging 5% gebruik catalogus / 2-jaarlijkse boekenverkoop / samenwerking OKV / tegen 2020: lijst scriptieonderwerpen
3.3.5. Expertisecentrum B&B	afdeling collectie		€ 15.000		€ 15.000		€ 15.000		€ 15.000		€ 15.000					

BOORDTABEL

SD3: COLLECTIES (VERVOLG)	WIE VOLGT OP?	KOSTEN										INKOMSTEN					HOE WORDT DEZE ACTIE GEMONITORD?
		2019		2020		2021		2022		2023		2019	2020	2021	2022	2023	
		Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie						
OD3.4. REGISTRATIE & DIGITALISERING																	
3.4.1. Klaren rechten	afdeling collectie	€ 0		€ 0		€ 0		€ 0		€ 0						jaarlijks klaren rechten & openstellen open data	
3.4.2. Registratie & digitalisering	afdeling collectie		€ 40.000		€ 40.000		€ 40.000		€ 40.000		€ 40.000					resultaten in Adlib & Archiefbank Vlaanderen / rapportage RE-ORG / bruikleenaanvraag stijgt / consultatie collecties stijgt / meer collectie-stukken in presentaties	
3.4.3. Pilootproject waarderen	afdeling collectie	€ 0		€ 0		€ 0		€ 0		€ 0						meer informatie / informatie is toegankelijk voor doelgroepen / priority list	
3.4.4. Registratie crowdsourcing	afdeling collectie		€ 1.000		€ 1.000		€ 1.000		€ 1.000		€ 1.000					tegen 2023 : toepassing crowdsourcing	
3.4.5. Digitaal depot VIAA	afdeling collectie	€ 0		€ 0		€ 0		€ 0		€ 0						continu bewaren van digitaal materiaal via DAM in VIAA	
OD3.5. ONTSLUITING																	
3.5.1. Digitale ontsluiting	afdeling collectie		€ 10.000		€ 10.000		€ 10.000		€ 10.000		€ 10.000					efficiëntere werking van digitale toepassing / verhoogd aantal bezoekers / goede werking DAM / verbeterd mbt collecties : toeleiding, bekendheid, mobiliteit, ontsluiting	
3.5.2. Collectiepresentaties	afdeling collectie	€ 100.000	€ 100.000		€ 100.000		€ 100.000		€ 100.000		€ 100.000					tijdens beleidsperiode 6 presentaties	
3.5.3. Permanente collectiepresentatie	afdeling collectie								€ 100.000		€ 80.000					tegen 2023 presentatie op zaal	
3.5.4. Studieklassment apparatuur	afdeling collectie								€ 5.000							2022 : studieklassment is samengesteld	
SUBTOTAAL SD3		€ 195.200	€ 376.500	€ 65.200	€ 376.500	€ 65.200	€ 376.500	€ 65.200	€ 411.500	€ 65.200	€ 386.500	€ 6.500	€ 6.500	€ 6.500	€ 6.500	€ 6.500	

BOORDTABEL

		WIE VOLGT OP?		KOSTEN					INKOMSTEN					HOE WORDT DEZE ACTIE GEMONITORD?			
		2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023						
SD4: ORGANISATIES		Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie						
OD4.1. DIGITALISERING																	
4.1.1. Uitvoering digitaliseringsplan	allen	€ 0		€ 0		€ 0		€ 0		€ 0					tegen 2023 uitvoering van alle acties mbt digitalisering		
4.1.2. E-commerce	shopmedewerker	€ 500		€ 500		€ 500		€ 500				€ 10.000	€ 11.000	€ 12.000	€ 13.000	€ 14.000	online verkoop wordt elk jaar uitgebreid
4.1.3. CRM	allen			€ 50.000													in gebruik name van nieuw CRM in 2020
4.1.4. Digiflex	allen	€ 5.000				€ 0				€ 10.000							tegen 2023 : boekhouding is volledig digitaal / digitaal dashboard / onderzoek afgerond nieuw digitaal werken
4.1.5. Digitale investeringen	directie		€ 15.000		€ 15.000		€ 15.000		€ 15.000		€ 15.000						
OD4.2. ALTERNATIEVE FINANCIERING																	
4.2.1. Zaalverhuur	sales medewerker	€ 3.000		€ 5.000		€ 7.000		€ 9.000		€ 11.000		€ 25.000	€ 27.000	€ 29.160	€ 31.493	€ 34.012	jaarlijkse stijging met 8%
4.2.2. Vrienden	sales medewerker	€ 5.000		€ 7.000		€ 9.000		€ 11.000		€ 13.000		€ 22.000	€ 27.000	€ 32.000	€ 37.000	€ 43.000	jaarlijkse stijging 30% jaarkaart / stijging 50% fomu friends tegen 2023 / fomu academy is niet meer verlieslatend / tegen 2023 : 10.000€ inkomsten fomu business friends / fomu royals tegen 2023 verdubbeling inkomsten
4.2.3. B2B	sales medewerker	€ 500		€ 500		€ 500		€ 500		€ 500		€ 1.500	€ 1.500	€ 1.500	€ 1.500	€ 1.500	jaarlijkse inkomsten 1.500€
4.2.4. BTW & prijzenbeleid	directie	€ 2.500															2019 : onderzoek BTW en harmonisering prijzenbeleid
4.2.5. Shop	shopmedewerker	€ 90.000		€ 96.000		€ 102.000		€ 108.000		€ 116.000		€ 150.000	€ 155.625	€ 161.250	€ 166.875	€ 172.500	stijging inkomsten shop 15% tegen 2023 / stijging zichtbaarheid shop door aanwezigheid media / extra verkoopkanalen aanboren / 1 samenwerking per jaar met lokale jonge creatieve ondernemer
4.2.6. Sponsoring	sales medewerker	€ 2.000		€ 2.000		€ 2.000		€ 2.000		€ 2.000		€ 40.000	€ 42.000	€ 44.000	€ 46.000	€ 24.000	digitale fundraising in website / business friends als sponsorpartners / per expositie 1 samenwerking / tegen 2023 5 structurele partnerships / jaarlijkse mediadeal
4.2.7. Marketing	sales medewerker	€ 0															2019 : marketingstrategie is uitgewerkt
4.2.8. Extra subsidies	directie	€ 0		€ 0		€ 0		€ 0		€ 0		€ 101.983	€ 48.983	€ 3.865	€ 102.728	€ 67.572	jaarlijks extra subsidies aanvragen
OD4.3. TEAM & ORGANISATIE																	
4.3.1. Interne organisatie	directie	€ 5.000		€ 2.000													tegen 2023 : onderzoek verbeterde organisatiecultuur
4.3.2. Aanwervingen	directie		€ 125.000		€ 125.000		€ 125.000		€ 125.000		€ 125.000						4 aanwervingen in 2019 : digitale strateeg/medewerker publiekswerking/shopmanager/administratief medewerker
4.3.3. Vrijwilligers	allen		€ 1.000		€ 1.000		€ 1.000		€ 1.000		€ 1.000						nieuw vrijwilligerscontract / in 2019 update vrijwilligersprocedure / vrijwilligers meer betrekken in organisatie / rekrutering nieuwe vrijwilligers
4.3.4. Bijscholen	allen	€ 9.952		€ 8.060		€ 8.438		€ 8.100		€ 8.063							jaarlijks bijscholingen organiseren voor team
4.3.5. Stages	allen	€ 30.000		€ 30.000		€ 30.000		€ 30.000		€ 30.000							jaarlijks stagiairs ontvangen met focus op etnisch diversiteit
OD4.4. INFRASTRUCTUUR																	
4.4.1. Duurzame investeringen	directie	€ 50.000		€ 10.000		€ 5.000		€ 10.000		€ 10.000							2019 : aankoop zonnepanelen / verlichting jaarlijks vervangen door LED / recyclage tentoonstellingsmateriaal / jaarlijks opruimdag
4.4.2. 3e verdieping	logistieke medewerker							€ 50.000		€ 100.000							2023 : nieuwe tentoonstellingszaal
4.4.3. 5e verdieping	logistieke medewerker	€ 50.000		€ 50.000													2021 : vernieuwing 5de verdieping
4.4.4. Shop en balie	logistieke medewerker							€ 25.000									2022 : aanpassingswerken shop
4.4.5. Veiligheid	afdeling veiligheid	€ 15.000		€ 15.300		€ 15.606		€ 15.918		€ 16.236							jaarlijks investeringen veiligheidsinfrastructuur / bewakingsploeg

BOORDTABEL

SD4: ORGANISATIES (VERVOLG)	WIE VOLGT OP?	KOSTEN										INKOMSTEN					HOE WORDT DEZE ACTIE GEMONITORD?
		2019		2020		2021		2022		2023		2019	2020	2021	2022	2023	
		Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie						
OD4.5. DE MUSEUMSTICHTING																	
4.5.1. Digitale cultuur	De Museumstichting/allen																2023: digitale strategie onder DMS
4.5.2. Diversiteit	De Museumstichting/allen																diversiteitsmanager DMS organiseert jaarlijks activiteiten
4.5.3. Beroepspraktijk	De Museumstichting/allen																jaarlijkse samenwerking creatieve industrie
4.5.4. Jongeren	De Museumstichting/allen																jaarlijks acties rond jongeren
4.5.5. Personeelsbeleid	De Museumstichting/allen	€ 1.596.682		€ 1.628.616		€ 1.661.188		€ 1.694.412		€ 1.728.300		€ 1.596.682	€ 1.628.616	€ 1.661.188	€ 1.694.412	€ 1.728.300	aanwervingen gebeuren steeds met focus op etnische diversiteit
4.5.6. Delen expertise	De Museumstichting/allen																continue deling van expertise onder drie musea
4.5.7. Overhead administratie	directie	€ 380.000		€ 387.600		€ 395.352		€ 403.259		€ 411.324		€ 699.169	€ 713.152	€ 727.415	€ 741.963	€ 756.803	organisatie overhead gebeurt door DMS
SUBTOTAAL SD4		€ 2.245.134	€ 141.000	€ 2.292.576	€ 141.000	€ 2.236.584	€ 141.000	€ 2.367.689	€ 141.000	€ 2.446.923	€ 151.000	€ 2.646.334	€ 2.654.876	€ 2.672.378	€ 2.834.971	€ 2.841.687	

BOORDTABEL

TOTAAL	KOSTEN										INKOMSTEN				
	2019		2020		2021		2022		2023		2019	2020	2021	2022	2023
	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie	Werking	Subsidie					
UITGAVEN															
Totaal uitgaven SD1	€ 208.000	€ 30.000	€ 297.000	€ 41.000	€ 353.000	€ 30.000	€ 380.000	€ 63.000	€ 323.000	€ 65.000					
Totaal uitgaven SD2	€ 279.000	€ 76.000	€ 289.000	€ 136.000	€ 337.000	€ 63.000	€ 322.000	€ 123.000	€ 337.000	€ 63.000					
Totaal uitgaven SD3	€ 195.200	€ 376.500	€ 65.200	€ 376.500	€ 65.200	€ 376.500	€ 65.200	€ 411.500	€ 65.200	€ 386.500					
Totaal uitgaven SD4	€ 2.245.134	€ 141.000	€ 2.292.576	€ 141.000	€ 2.236.584	€ 141.000	€ 2.367.689	€ 141.000	€ 2.446.923	€ 151.000					
Gebouwen	€ 73.000		€ 73.000		€ 73.000		€ 73.000		€ 73.000						
Subtotaal uitgaven FOMU werking	€ 3.000.334		€ 3.016.776		€ 3.064.784		€ 3.207.889		€ 3.245.123						
Subtotaal uitgaven subsidie Vlaanderen		€ 623.500		€ 694.500		€ 610.500		€ 738.500		€ 665.500					
TOTAAL UITGAVEN	€ 3.623.834		€ 3.711.276		€ 3.675.284		€ 3.946.389		€ 3.910.623						
INKOMSTEN															
Totaal inkomsten SD1											€ 65.000	€ 68.600	€ 69.800	€ 71.000	€ 72.200
Totaal inkomsten SD2											€ 205.500	€ 209.500	€ 238.500	€ 217.500	€ 246.500
Totaal inkomsten SD3											€ 6.500	€ 6.500	€ 6.500	€ 6.500	€ 6.500
Totaal inkomsten SD4											€ 2.646.334	€ 2.654.876	€ 2.672.378	€ 2.834.971	€ 2.841.687
diversen											€ 15.000	€ 15.300	€ 15.606	€ 15.918	€ 16.236
verhuur M HKA - Cinema Zuid											€ 37.000	€ 37.000	€ 37.000	€ 37.000	€ 37.000
verhuur museumcafé											€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000
Subsidie Vlaanderen											€ 623.500	€ 694.500	€ 610.500	€ 738.500	€ 665.500
TOTAAL INKOMSTEN											€ 3.623.834	€ 3.711.276	€ 3.675.284	€ 3.946.389	€ 3.910.623

Het FOMU is onderdeel van **De Museumstichting**



Algemeen directeur – Walter Rycquart
Directeur DIVA – Jeroen Martens
Directeur FOMU – Elviera Velghe
Directeur MoMu – Kaat Debo

Raad van Bestuur:

Voorzitter – Luk Lemmens
Bert Corluy, Manuela Van Werde, Koen De Cock,
Frank Geudens, Jan Huijbrechts, Yolande Avon-
troodt, Loes Van Cleemput, Kris Merckx, Christian
Salez, Ingrid Stevens, Mieke Renders, Erik Dralans,
Bie De Graeve, Sepideh Sedaghatnia, Manfred
Sellink.

i.s.m.



Vlaanderen
verbeelding werkt