

# **Van Gogh Brabant**

Inhoudelijke jaarrapportage 2013

Tilburg, 11 maart 2013

## Inleiding

De werkzaamheden uit het werkplan 2012-2013 hebben in 2012 een focus gekend op een drietal onderwerpen. Met name de introductie van het boekje Vincent en Brabant, het Van Gogh Megaportret en Van Gogh Europe waren de in het oog springende activiteiten. In 2013 lag het accent op het vergroten van het internationale bezoek en de voorbereiding voor het themajaar 'Van Gogh 2015, 125 years of inspiration'.

In 2012 is geconstateerd dat het bezoek aan de locaties achter bleef bij de verwachting. Dat was aanleiding om meer internationale contacten te leggen met touroperators en reisorganisaties. De eerste resultaten waren zo succesvol dat op basis daarvan een alliantie is gesloten met Bosch500, De Efteling en Eindhoven365. Gezamenlijk is geïnvesteerd in de ontwikkeling van een projectplan waarbij een separate bijdrage vanuit het programma Vrijtijdseconomie is verkregen. De activiteiten die in dat kader zijn opgepakt vormen geen onderdeel van dit verslag aangezien daarover een separate rapportage zal worden uitgewerkt.

Dit verslag dient ter informatie van het bestuur en wordt gebruikt als rapportage aan de Provincie Noord-Brabant.

## **Doelstelling 1:**

### **Bewustwording stimuleren dat Van Gogh een geboren en getogen Brabander is.**

#### **Meetbare doelen:**

##### **2013**

- In 2013 is een hedendaags kunst project rondom Van Gogh Brabant en het Artist in Residence-project te Zundert opgenomen in het Kunstmenu van Kunstbalie.
- In 2013 is de app minimaal 20.000 keer gedownload.
- In 2013 is de Location Based content Van Gogh Brabant afgerond en wordt het in de overige Europese locaties toegepast.

#### **Realisatie:**

1. Vanaf begin 2013 is het door Kunstbalie ontwikkelde lesprogramma 'on tour' door de provincie. De bovenbouw van het basisonderwijs dat is aangesloten bij het kunstmenu van Kunstbalie krijgt bij tot en met 2014 minimaal 1 keer het lesprogramma aangeboden. Het is de intentie van Kunstbalie dit programma minimaal tot 2018 operationeel en actueel te houden. In 2013 is gestart in West-Brabant. In 2014 komt het oosten van Brabant aan de beurt. Kinderen die in aanraking komen met het programma worden uitgedaagd om de ouders mee te nemen naar 1 van de Brabantse Van Goghlocaties.
2. Naast het gebruik van de app Explore Vincent op onze Van Goghlocaties is bij de ontwikkeling bedacht om de app ook online via de appstore aan te bieden. Ondanks dat de app op de locaties goed gebruikt kan worden bleek in 2012 al dat het aantal downloads van de app veel lager was dan beoogd. De inschattingen voor de online verkoop zijn van te voren te hoog geweest. Mede als gevolg van de hoge prijsstelling om de exclusiviteit voor de musea te waarborgen is het kwalitatief hoogwaardige product onvoldoende verspreid. In 2013 is de verkoopprijs in de appstore voor de buitenlands versie verlaagd naar 0,89. De Nederlandse versie staat sindsdien gratis in de appstore. Ondanks deze prijsverlaging moeten we constateren dat er nog altijd slechts 3000 downloads zijn geweest. Voor een succesvolle verkoop van een educatieve iPad-app blijkt het noodzakelijk om een intensieve online marketingcampagne te voeren.
3. In 2013 is er studie verricht naar de biografische gegevens van Vincent van Gogh in de stad Eindhoven. Het daarvoor geproduceerde rapport is ter beschikking gesteld aan de gemeente Eindhoven. De gepubliceerde gegevens zijn van belang voor de opbouw van de Europese database die zich op dit moment in de voorfase van de uitvoering bevindt.

In samenwerking met de Europese partners van Van Gogh Europe is er in 2013 een begin gemaakt voor de uitwerking van een Europees brede database en de realisatie van een grootschalige digitale route Van Gogh. Inmiddels is er een projectteam opgericht door Hans Bouwknegt (werkzaam voor NHTV, Media en entertainment en Dasym). Het projectteam dat onder zijn leiding staat wordt gevormd door een wetenschappelijke samenwerking met Jay David Bolter van

Georgia Institute of Technology (USA) en Maria Engberg van Blekinge Institute of Technology (Zweden).

Het team heeft als opdracht gekregen van het particuliere investeringsbedrijf Dasym om een projectplan voor te bereiden voor Horizon 2020. Middels de uitwerking van dit projectplan wordt beoogd Europese financiering te verwerven voor de realisatie van de Digitale Route Van Gogh vanaf 2015.

<b>KOSTEN</b>		<b>Realisatie 2013</b>	<b>Begroting 2013</b>
<b>1.</b>	<b>Bewustworden en educatie</b>		
1.1	Educatief project (externe financ.)	-	-
1.2	Uitgave publicatie	-	-
1.3	Onderhoud bestaande middelen	-	7.500
1.4	2-meting	4.119	7.500
1.5	Uitgave biografie	-	-
1.6	Conservator	16.190	9.000
1.7	Marketingonderst. 100 uur x € 60,-	-	6.000
1.8	Directie 94 uur x € 85,-	-	8.000
1.9	Nacalculatie uren 2011	-	-
		<b>20.310</b>	<b>38.000</b>

Toelichting op de afwijkingen:

Op de post onderhoud bestaande middelen zijn in 2013 geen investeringen gedaan. De website, app en andere publicatievoorzieningen hadden geen technische update nodig. Voor 2014 worden deze wel weer verwacht.

De kosten voor de inzet van conservator zijn hoger door de realisatie van het onderzoek voor de Gemeente Eindhoven. Hier staan echter ook weer extra opbrengsten van 5000,- tegenover zodat de afwijking beperkt is.

De uren marketing en directie zijn wel gerealiseerd maar zijn op een andere begrotingspost geschreven.

## **Doelstelling 2: Bevorderen van het bezoek aan het Brabantse Van Gogh aanbod**

### **Meetbare doelen**

#### **2013**

1. In 2013 heeft Van Gogh Brabant ism het Noordbrabants Museum een samenwerkingscampagne in uitvoering met het Van Gogh Museum en de Hermitage uit Amsterdam.
2. In 2013 wordt met het bezoek aan de 4 locaties gezamenlijk de grens van 60.000 gepasseerd.
3. In 2013 realiseert Van Gogh Brabant in samenwerking met Bosch500 en het NBTC een gezamenlijke campagne.

### **Realisatie:**

1. De uitgestelde opening van de Brabantzaal in het Noordbrabants Museum was reden om in 2013 geen inspanningen te verrichten in de beoogde samenwerking met het Van Gogh Museum. Eind 2013 zijn de gesprekken hervat en wordt samenwerking ten behoeve van 2015 voorbereid.

Ter voorbereiding op de opening van de Brabantzaal heeft Van Gogh Brabant haar netwerk ingezet om meer interesse vanuit de buitenlandse pers te kunnen genereren.

2. Naar aanleiding van de tegenvallende groei vanuit de thuismarkt is in 2013 zwaar ingezet op de werving van de buitenlandse markt. Met het aantrekken van een trade- en salesmanager in het voorjaar van 2013 is er ingezet op het versterken van de positie van Van Gogh Brabant in de internationale touroperating markt. Naast de toegenomen belangstelling vanuit de Japanse markt lopen er inmiddels intensieve contacten met Duitse, Amerikaanse, Braziliaanse en Chinese touroperators.

Aangezien de aanlooptijd voor de marktbenadering van de buitenlandse cultuurtoeristen via de reisindustrie minimaal 1,5 jaar tijd nodig lopen we vertraging op in de beoogde groei van het aantal bezoekers. Wanneer gekozen was voor de uitvoering van een consumentencampagne zou er een kortstondige piek in het bezoek mogelijk zijn geweest. Echter gezien de beperkte budgetten en de beoogde duurzame groei van het bezoek is bewust ingezet op de tragere penetratie van de markt via de reisindustrie. Het duurt langer voor dat het op gang komt maar als het eenmaal vanaf 2014 begint te lopen dan zijn de effecten voor de langere termijn groter.

In 2013 hebben uiteindelijk naar schatting 40.000 bezoekers de 4 erfgoedlocaties bezocht. Nuenen is de populairste locatie gevolgd door Zundert. Tilburg en Etten-Leur hebben beide te maken met een consolidatie in bezoek en zijn beide nog onvoldoende aantrekkelijk voor buitenlands bezoek. Voor 2014 zijn plannen in voorbereiding om de voorzieningen ter plekke uit te breiden zodat er vanaf 2015

groei in bezoek gerealiseerd kan worden. Het Vincent van Gogh Informatiecentrum heeft middelen verworven om een “Experience” te realiseren in de naast het Informatiecentrum gelegen Hervormde kerk. IN 2014 zullen de plannen uitgewerkt moeten zijn.

Uit enquête van de touroperators die in 2013 Zundert en Nuenen hebben bezocht blijkt voor de buitenlandse markt er een grotere waardering en belangstelling voor het aanbod in Nuenen te zijn. De keuze van het Van GoghHuis om in te zetten op de kunstinhoudelijke relatie met Van Gogh en de inspiratie voor hedendaagse kunstenaars is waardevol voor kunstliefhebbers maar blijkt onvoldoende aan te slaan bij de buitenlandse cultuurtoeristische markt. Om groei in bezoek te kunnen realiseren zal ook voor Zundert een nieuw product aangeboden moeten worden dat voor een bredere toeristische doelgroep interessant is. Het is echter de keuze van het Van GoghHuis of deze invalshoek gewenst is. Uit analyse van en evaluatie met de professionele reisindustrie is op dit moment alleen Nuenen voldoende ingericht voor een substantiële groei in bezoekaantallen in het marktsegment van buitenlandse cultuurtoeristen.

#### **Website**

De website VanGoghBrabant.com is in 2013 bezocht door 18.000 unieke bezoekers waarvan 10.000 uit Nederland en 8.000 uit het buitenland. Van de 117 verschillende nationaliteiten zijn België, Verenigde Staten, Duitsland, Japan en Frankrijk de belangrijkste herkomstgebieden.

#### **Eindhoven Airport**

De in 2012 opgestarte samenwerking met Eindhoven Airport heeft er toe geleid dat er eind 2013 is gestart met een gezamenlijke bekleding van een wand bij de uitgang van de terminal. In afwisseling kunnen Eindhoven365 en Van Gogh Brabant de wand bekleden waarbij reizigers die Nederland binnen komen welkom kunnen worden geheten.

4. De in 2013 opgestarte samenwerking met Bosch500 voor meer buitenlandse bezoekers heeft geleid tot een groter samenwerkingsproject waarbij ook Efteling en Eindhoven365 zijn betrokken. Middels een bijdrage vanuit het programma Vrijetijdseconomie zijn de inspanningen van begin 2013 omgezet in een strategische alliantie waarmee gezamenlijk een business to business campagne is gestart. Dit heeft geleid tot presentaties op de World Travel Market in Londen en diverse site-inspections van touroperators uit diverse landen. De combinatie met het Van Gogh aanbod uit Nuenen, Het Noordbrabants Museum met afwisselend Design uit Eindhoven of De Efteling voor de gezinsmarkt blijken interessant te zijn voor de touroperators binnen en buiten Europa. De samenwerkingscampagne loopt tot juli 2014 en zal naar waarschijnlijk daarna gecontinueerd worden via Visit Brabant | Connect Brabant.

<b>KOSTEN</b>		<b>Realisatie 2013</b>	<b>Begroting 2013</b>
<b>2.</b>	<b>Bevorderen bezoek</b>		
2.1	Herkenbaarheid op locaties	8.186	2.500
2.2	Website	3.936	7.500
2.3	Brochures en distributie	2.636	5.000
2.4	Fietsroutes	10.858	-
2.5	Touroperating	38.467	17.000
2.6	Proj. Floriade (incl.ext. Financiering)	-	-
2.7	Marketingonderst.	37.193	14.000
2.8	Directie 141 uur x € 85,-	-	12.000
2.9	Nacalculatie uren 2011	-	-
		<b>101.276</b>	<b>58.000</b>

#### **Toelichting op de afwijkingen:**

De kosten voor herkenbaarheid locaties is hoger geworden doordat de keuze is gemaakt meer in te zetten op cross-selling. De locaties zelf zijn de beste ambassadeur voor een bezoek aan de andere locaties.

De creatie van de Van Gogh Fietsroute in 2012 is een succesvol marketingmiddel gebleken voor het genereren van free-publicity. Het idee om de productie van de routeboekjes te laten financieren door ondernemers is echter niet aangeslagen. Om in de toekomst de herdruk te kunnen financieren is het aan te bevelen een grote sponsor te verwerven en niet alle energie te stoppen in het verwerven van partnership bij horeca-ondernemers.

De kosten voor touroperating zijn hoger uitgevallen door de keuze om zwaarder in te zetten op de internationale markt. Met name de voorinvestering om te komen tot een extra financiering voor de shortbreak campagne is veroorzaker van deze overschrijding. Van Gogh Brabant is nu leadpartner voor de realisatie van een grotere campagne waarbij de continuering van dit onderdeel separaat wordt gefinancierd.

De uren marketingondersteuning zijn allemaal geschreven op dit grootboeknummer maar zijn feitelijk de verzamelde uren van de overige begrotingsposten.

### **Doelstelling 3: Stimuleren van de creatieve industrie t.b.v. lokale en regionale productontwikkeling**

#### **Meetbare doelen**

##### **2013**

- In 2013 worden minimaal 5 externe projecten gerealiseerd onder auspiciën en/of medewerking van Van Gogh Brabant.

#### **Realisatie:**

- Het bestuur van Van Gogh Brabant heeft in 2012 het voorstel om een artistiek leider te verwerven geparkeerd. Om de inhoudelijke vernieuwing aan te kunnen jagen heeft Van Gogh Brabant wel bijgedragen in de volgende projecten en ontwikkelingen:
  - Roosegaarde Van Gogh Fietspad: samen met routebureau Brabant, heijmans en gemeente Eindhoven is Daan Roosegaarde gevraagd een concept te ontwikkelen voor een stuk fietspad tussen Eindhoven en Nuene. In november 2013 is daarvoor het concept ontwikkeld en gepresenteerd. Volgens planning moet in 2014 het fietspad aangelegd zijn zodat in 2015 het Noordbrabants Museum een inhoudelijke relatie kan leggen tussen de interactieve landschappen in de beoogde tentoonstelling in het kader van Van Gogh 2015 en het fietspad.
  - Creatie ontwikkelingsplan Nuneville: Van Village Nuene heeft cofinanciering verworven voor de uitwerking van een creatief plan en businessplan voor de inrichting van Nuneville. Het in 2014 op te leveren concept wordt gerealiseerd met behulp van de expertise van de creatieve sector uit Eindhoven.
  - Creatie ontwikkelingsplan Hervormde kerk Etten-Leur. De Stichting Vincent van Gogh Informatiecentrum heeft een provinciale bijdrage ontvangen voor de uitwerking van een businessplan voor de inrichting van de kerk. Voor de uitwerking hiervan is de stichting een samenwerking aangegaan met de afdeling media en entertainment van de NHTV.
  - Uitwerking ontwikkelingstrategie Van Gogh in West-Brabant: In opdracht van Gemeente Breda, landstad de Baronie en Regio West-Brabant heeft Van Gogh Brabant aan NHTV gevraagd een ontwikkelingsplan te maken voor het bevorderen van cultuurtoeristisch bezoek in de regio. Het op te leveren concept moet een onderbouwing zijn voor een uit te werken regionale investeringsstrategie ter versterking van de regionaal-economisch spinoff van toeristisch bezoek voor Van Gogh. Begin 2014 wordt het rapport opgeleverd met als doel regionale middelen vrij te maken voor het versterken van de fysieke zichtbaarheid van Van Gogh's erfgoed.
- De Van Goghlezing kwam ook in 2013 niet uit de startblokken. Bij de voorbereidingen en oriëntaties over de vorm is door externe deskundigen (o.a. Nexus-instituut) aangegeven dat het kader waarbinnen de lezing georganiseerd kan worden op orde moet zijn. Om dit te kunnen opbouwen is in 2013 besloten middelen te reserveren voor de uitwerking van een Van Gogh leerstoel aan de Universiteit van Tilburg. Aan Erfgoed Brabant is de opdracht gegeven om de haalbaarheid te onderzoeken en een kwartiermaker aan te stellen voor de creatie



van een leerstoel. Begin 2014 zal dit moeten leiden tot een definitieve opzet van de leerstoel, zo mogelijk in samenwerking met het Van Gogh Museum die een leerstoel wensen in te richten aan de Universiteit van Amsterdam. Wanneer de leerstoel actief is kunnen de voorbereidingen getroffen worden voor een uitvoering van de Van Gogh lezing.

	<b>KOSTEN</b>	<b>Realisatie 2013</b>	<b>Begroting 2013</b>
<b>3.</b>	<b>Stimulering creatieve industrie</b>		
3.1	Artistiek leider 125 uur	-	7.500
3.2	Van Gogh lezing	10.000	-
3.3	Directie 94 uur x € 85	5.500	8.000
		<b>15.500</b>	<b>15.500</b>

#### **Toelichting op de afwijkingen:**

De overloop van de middelen voor de Van Goghlezing uit 2012 zijn ingezet op de financiering van het kwartiermakerschap voor de leerstoel.

Bij de uren directie is een bedrag van € 5.500,- gerealiseerd. Het betreffen hier niet de directie uren aangezien die bij de organisatiekosten zijn geboekt. IN 2013 is besloten voor het onderdeel stimulering Creatieve industrie in te zetten op de realisatie van een project met Daan Roosegaarde. De bijdrage in dit project was in totaal € 5.500,- en is op deze post geboekt.

## Doelstelling 4: Realisatie Europese Route Van Gogh

### Meetbare doelen:

#### 2013

- In 2013 worden minimaal 5 externe projecten gerealiseerd onder auspiciën en/of medewerking van Van Gogh Brabant.

### Stand van zaken:

- De opstart van de gezamenlijke Stichting Van Gogh Europe heeft als gevolg dat er al in 2015 een gezamenlijke inhoudelijke en promotionele thematische campagne wordt georganiseerd. Eind 2013 zijn de plannen afgerond en hebben de intenties van Van Gogh Museum, Mons2015, Kröller-Müller Museum en Van Gogh geleid tot de oprichting van een promotionele alliantie tussen partijen als NBTC, Regiomarketing Gelderland en Amsterdam Marketing met Van Gogh Brabant. Van Gogh Europe heeft niet ingezet op de realisatie van kleinere losse projecten maar heeft besloten te investeren in een majeure thematische samenhang. In de uitvoering van dit gezamenlijke themajaar worden talrijke projecten voorbereid die gezamenlijke een forse impact kunnen hebben op de gewenste toename van het aantal buitenlandse bezoekers aan de Brabantse Van Goghlocaties.

	KOSTEN	Realisatie 2013	Begroting 2013
<b>4.</b>	<b>Van Gogh Europe</b>		
	Participatie Europese		
4.1	organisatie	10.328	20.000
4.2	Europees projectfinanciering	-	-
4.3	Directie 94 uur x € 85	-	8.000
		<b>10.328</b>	<b>28.000</b>

## Doelstelling 5: Bevorderen bedrijfsleven

Voor 2013 zijn geen activiteiten gepland of uitgevoerd op dit onderdeel.

## Financieel verslag

Voor de volledige financiële rapportage verwijzen we door naar de separate verslaglegging waarin de bestedingen van 2012 en 2013 zijn weergegeven. Met het financieel verslag en de door de accountant gewaarmerkte rapportage over 2012 en 2013 rond het bestuur van Van Gogh Brabant de subsidiabele periode over de afgelopen twee jaar af.

### Verplichtingen uit 2013

Het eindresultaat bedraagt over de begrotingsjaren 2012 en 2013 bedraagt € 42.298,-. Dit bedrag is opgebouwd uit een overschot van € 43.917 uit 2012 en tekort van € 1.619,- uit 2013. Aangezien het overschot uit 2012 meegenomen is voor de doorlopende verplichtingen in 2013 is er over de gehele subsidiabele periode nog resultaat van € 42.298,-.

Aangetekend dient te worden dat er enkele verplichtingen uit 2013 meegenomen dienen te worden. Het gaat om de volgende activiteiten en bedragen.

- € 2.500,- schenking familie Van Gogh: bestemming nog te bepalen.
- € 20.000,- bijdrage Landstad de Baronie en Regio West-Brabant: onderzoek NHTV West Brabant (afronding februari 2014)

Voor het restantbedrag van € 19.798,- wordt voorgesteld deze als verplichting mee te nemen naar 2014 als bijdrage voor de realisatie van de Leerstoel.

	<b>KOSTEN</b>	<b>Realisatie 2013</b>	<b>Begroting 2013</b>
<b>1.</b>	<b>Bewustworden en educatie</b>		
1.1	Educatief project (externe financ.)	-	-
1.2	Uitgave publicatie	-	-
1.3	Onderhoud bestaande middelen	-	7.500
1.4	2-meting	4.119	7.500
1.5	Uitgave biografie	-	-
1.6	Conservator	16.190	9.000
1.7	Marketingonderst. 100 uur x € 60,-	-	6.000
1.8	Directie 94 uur x € 85,-	-	8.000
1.9	Nacalculatie uren 2011	-	-
		<b>20.310</b>	<b>38.000</b>
<b>2.</b>	<b>Bevorderen bezoek</b>		
2.1	Herkenbaarheid op locaties	8.186	2.500
2.2	Website	3.936	7.500
2.3	Brochures en distributie	2.636	5.000
2.4	Fietsroutes	10.858	-
2.5	Touroperating Proj. Floriade (incl.ext. Financiering)	38.467	17.000
2.6		-	-
2.7	Marketingonderst.	37.193	14.000
2.8	Directie 141 uur x € 85,-	-	12.000
2.9	Nacalculatie uren 2011	-	-
		<b>101.276</b>	<b>58.000</b>

<b>3.</b>	<b>Stimulering creatieve industrie</b>		
3.1	Artistiek leider 125 uur	-	7.500
3.2	Van Gogh lezing	10.000	-
3.3	Directie 94 uur x € 85	5.500	8.000
		<b>15.500</b>	<b>15.500</b>
<b>4.</b>	<b>Van Gogh Europe</b>		
4.1	Participatie Europese organisatie	10.328	20.000
4.2	Europees projectfinanciering	-	-
4.3	Directie 94 uur x € 85	-	8.000
		<b>10.328</b>	<b>28.000</b>
<b>5.</b>	<b>Bevorderen bedrijfsleven</b>		
5.1	Kosten culturele programma's	-	-
5.2	Organisatie workshops	-	-
5.3	Reis- en verblijfskosten	-	-
		-	-
<b>6.</b>	<b>Organisatiekosten</b>		
6.1	Organisatie en bestuur	10.759	10.000
6.2	Bedrijfskosten	2.063	11.000
6.3	Directievoering 463 uur x € 85,-	39.355	17.600
		<b>52.177</b>	<b>38.600</b>
	<b>TOTAAL KOSTEN</b>	<b>199.591</b>	<b>178.100</b>
<b>7.</b>	<b>OPBRENGSTEN</b>		
7.1	Bijdrage handelsmissies	-	-
7.2	Fondsen Floriade	-	-
7.3	Overheveling subsidie 2010-2011	-	-
7.4	Provincie Noord-Brabant	170.000	170.000
7.5	Overige opbrengsten	27.972	20.000
	Bijdrage v. Gogh wand	-	-
		<b>197.972</b>	<b>190.000</b>
	<b>Resultaat</b>	<b>1.619-</b>	<b>11.900</b>