

Stichting Design Museum Den Bosch

Geadviseerd subsidiebedrag: € 0

Gevraagd subsidiebedrag: € 500.000

Over de instelling

Stichting Design Museum Den Bosch (hierna: Design Museum Den Bosch), ontwikkelinstellingen, 's-Hertogenbosch

Design Museum Den Bosch is een presentatieplek en een organisatie voor reflectie, kennisvorming en uitwisseling. Het museum beschouwt als een belangrijk maatschappelijk fenomeen waar twee kanten aan zitten: de productie van (bedenken en maken) en de consumptie van (het vermarkten en gebruiken). De bezoeker wordt uitgedaagd via naar de wereld te kijken en deze door die blik beter te begrijpen. Met urgente en aansprekende onderwerpen richt het museum zich op een jong publiek. In 2022 is een Young Design Team aangesteld, wat een mogelijkheid biedt voor de talentontwikkeling van jonge curatoren.

Subsidieadvies

De aanvraag voldoet aan de eisen als bedoeld in artikel 3.47 van de Regeling op het specifiek cultuurbeleid.

De Raad voor Cultuur (hierna: raad) adviseert Stichting Design Museum Den Bosch geen subsidie toe te kennen.

Vanwege onvoldoende kwaliteit op (een of meer van) de eerste drie beoordelingscriteria zijn de laatste twee criteria conform het beoordelingskader van de raad niet beoordeeld.

Beoordeling

De raad is onder de indruk van de activiteiten van Design Museum Den Bosch. Met actuele en aansprekende tentoonstellingen richt het museum zich op jongeren en slaagt het er ook in deze groep te bereiken. De component talentontwikkeling is in de aanvraag echter zo goed als afwezig. De instelling draagt bij aan de ontwikkeling van jonge curatoren door te werken met een Young Design Team, maar heeft talentontwikkeling niet als kernactiviteit. Door het publiek via design naar de wereld te laten kijken (zowel het maken als het consumeren van design) levert het museum een bijdrage aan de kennis over design. De raad beschouwt dit niet als genreontwikkeling.

Artistieke/inhoudelijke kwaliteit van de kernactiviteiten

Design Museum Den Bosch is voortgekomen uit Museum Het Kruithuis en Stedelijk Museum 's-Hertogenbosch. Het museum toont sinds 1985 exposities op het vlak van beeldende kunst, toegepaste kunst en design. In 2020 heeft de directie van het museum besloten tot een versmalling van de focus naar alleen design. Het museum organiseerde zes tot acht designtentoonstellingen per jaar en viel op door de onderwerpkeuze. 'Design van het Derde Rijk' in 2019 en 'GOTH – designing darkness' in 2021 trokken veel belangstelling in de media. Design Museum Den Bosch richtte zich succesvol op jongeren met exposities die aansloten op hun leefwereld.

De raad heeft met belangstelling kennisgenomen van het statement van de directeur van Design Museum Den Bosch waar de aanvraag mee begint. In deze tekst legt hij uit waarom Design Museum Den Bosch aanvraagt in de categorie Ontwikkelinstellingen, terwijl andere categorieën logischer waren geweest. De raad is zich er zeer van bewust dat de systematiek in de Regeling op het specifiek cultuurbeleid niet altijd aansluit op de praktijk van het veld. Mede om die reden heeft de raad in 2024 geadviseerd het stelsel aan te passen. Niettemin moet de raad nu binnen het huidige systeem adviseren over de aanvragen voor ontwikkelinstellingen.

Design Museum Den Bosch kijkt met een intellectuele blik op originele wijze naar het ontwerpveld. De gekozen onderwerpen lijken soms alledaags, zoals de expositie 'Sneakers Unboxed' in 2022, maar de context waarin de ontwerpen worden getoond werpt een nieuw licht op de gebruiksvoorwerpen. Waar musea voor moderne kunst van oudsher zochten naar de raakvlakken tussen de beeldende kunst en ontwerp, kiest Design Museum Den Bosch voor het verkennen van de relatie tussen design en samenleving. De raad waardeert het dat het museum zich richt op jongeren en zich bezighoudt met maatschappelijk urgente vragen.

De tentoonstellingsprogrammering voor subsidieperiode 2025 - 2028 vindt de raad eigentijds en gedurfd. Zo is 'Posthuman' een hoofdlijn, evenals 'Cuteness', over schattigheid als een esthetische en economische kwaliteit. Met 'Posthuman' verwijst het museum naar 'de versplintering van het eenduidige mens- en wereldbeeld, dat door de technologische ontwikkeling bezig is te verdwijnen'. Ten aanzien van de programmering koestert de raad hoge verwachtingen. Of het nu gaat om levensbeschouwing, of lifestyle en identiteit, het museum heeft laten zien onderwerpen te agenderen die mensen aan het denken zetten. De raad vindt Design Museum Den Bosch artistiek relevant, met name door zijn eigentijdse en onorthodoxe programmering.

De raad is er niet van overtuigd dat Design Museum Den Bosch als kerntaak talentontwikkeling vormgeeft. Het museum zegt bij te dragen aan de

ontwikkeling van jonge makers en curatoren en heeft recent een Young Design Team aangesteld om nieuwe thema's te agenderen. Dit team levert een bijdrage aan het museum, door kennis en inzichten van een nieuwe generatie binnen te brengen. Het team legt contact met plaatselijke doelgroepen in de hoop deze te winnen voor het museum. De raad mist de begeleiding van de jonge makers en ontwerpers. Er zijn geen ambities geformuleerd, geen stappen of programmalijnen en geen selectiecriteria. In de ogen van de raad is er meer sprake van opdrachtgeverschap dan van talentontwikkeling. De individuele ontwikkeling van jonge talenten lijkt ondergeschikt te worden gemaakt aan het resultaat dat het museum voor ogen staat.

Maatschappelijke betekenissen

Voor Design Museum Den Bosch breken spannende tijden aan. De gemeente 's-Hertogenbosch heeft besloten tot ambitieuze nieuwbouw die volgens planning in 2030 gerealiseerd kan zijn. Een nieuw gebouw sluit aan bij de ambities van het museum. De raad is hier enthousiast over. Het nieuwe museum maakt deel uit van gebiedsontwikkeling 'de Bossche Stadsdelta' in 's-Hertogenbosch. Hier wil de instelling het designmuseum van de toekomst ontwikkelen en een vooraanstaande rol gaan vervullen in het internationale designveld.

Design Museum Den Bosch is goed gepositioneerd in het Brabantse design-netwerk. De regio beschikt met de Dutch Design Week, Next Nature en het Van AbbeMuseum in Eindhoven, het TextielLab in Tilburg en het Schoenenmuseum in Waalwijk over een sterk cluster van ontwerpinstellingen. Het museum is goed in staat het bedrijfsleven te interesseren voor sponsoring of activiteiten rond exposities. Voor de tentoonstelling rond sneakers ging het museum een samenwerking aan met het populaire merk Patta. Ook bij andere tentoonstellingen streeft het museum naar het aantrekken van partners die groepen aanspreken die normaliter niet gauw naar een museum gaan. De raad vindt dat het museum laat zien designtentoonstellingen maatschappelijk relevant te kunnen maken.

Design Museum Den Bosch besteedt zeer beperkt aandacht aan de kernwaarden van de Fair Practice Code. De raad vindt dat er in de aanvraag te weinig staat over sociale veiligheid op de werkvloer en een gezonde werkomgeving. Design Museum Den Bosch beschikt wel over een interne en een externe, onafhankelijke vertrouwenspersoon. Het museum geeft aan een divers personeelsbestand te hebben: jong, oud, man, vrouw, cultureel divers, waarbij niet altijd naar diploma's wordt gekeken en instroom van buiten het museale veld welkom is.

De raad constateert dat het museum minimaal beschrijft hoe het de Code Diversiteit & Inclusie toepast. De samenstelling van de raad van toezicht heeft een goede man-vrouwverhouding, maar mist culturele diversiteit. Ook in de directie

is er geen diversiteit en de instelling besteedt geen aandacht aan toekomstige stappen die betrekking hebben op de Code Diversiteit & Inclusie.

Toegankelijkheid

Het museum is goed in staat om te beschrijven hoe het de toegankelijkheid voor meerdere doelgroepen wil vergroten en reeds heeft vergroot. Met een uitgebreid educatie-aanbod (primair onderwijs, vmbo, havo/vwo, mbo, hbo en wo) bouwt het museum aan het publiek van de toekomst. In 2022 ontving het museum bijna zeventuizend leerlingen en studenten die deelnamen aan zogeheten 'designworkouts', vergelijkbaar met een workout in de sportschool. Om ook kinderen buiten schoolverband te bereiken wil Design Museum Den Bosch kinderopvang aanbieden en naschoolse activiteiten. In de vakanties zijn kinderen met hun ouders welkom voor workshops. Zo wil de instelling museumbezoek toegankelijker en uitnodigender maken voor mensen voor wie dit niet vanzelfsprekend is.

Design Museum Den Bosch mikt op 80.000 bezoekers in 2025 oplopend tot 90.000 in 2028. De doelstelling van het museum is dat elke inwoner van Den Bosch in 2030 het museum heeft bezocht. Jaarlijks komt nu 9 procent van het publiek uit eigen stad, zodat dit doel volgens de raad behoorlijk ambitieus is.

In de aanvraag geeft Design Museum Den Bosch een duidelijke visie op de digitale ontsluiting van de collectie. Het museum biedt ook videopodcasts op YouTube en playlists en podcasts op Spotify aan. Deze kanalen kunnen verdieping bieden aan tentoonstellingen die vanwege hun eigentijdse karakter toch al veel publiek trekken. De marketing verschuift dan van de oproep 'kom naar het museum' naar een inhoudelijk onderwerp dat van belang is in het leven van mensen. In plaats van te leunen op iconen uit de ontwerphistorie programmeert Design Museum Den Bosch maatschappelijk relevante, actuele vraagstukken. De raad heeft hier waardering voor en constateert dat het aanslaat. Het museum maakt een veelbelovende jaarlijkse groei door in het publieksbereik.

Bedrijfsmatige gezondheid

Niet beoordeeld gezien de onvoldoende kwaliteit op (een of meerdere van) de eerste drie beoordelingscriteria.

Geografische spreiding

Niet beoordeeld gezien de onvoldoende kwaliteit op (een of meerdere van) de eerste drie beoordelingscriteria.