

HELENE KRÖLLER-MÜLLER FONDS

BELEIDSPLAN 2025-2028



INLEIDING

De Stichting Helene Kröller-Müller Fonds is in 2013 opgericht met als doel een nieuwe, duurzame geldstroom te genereren voor het Kröller-Müller Museum. Aanleiding was het jubileum van het museum op 13 juli 2013. Op deze datum was het exact vijfenzeventig jaar geleden dat Helene Kröller-Müller haar 'museumhuis' opende.

Helene Kröller-Müller was in haar tijd een actief cultureel ondernemer. Met eigen middelen verzamelde zij een wereldberoemde collectie en betrok zij bedrijven en particulieren bij haar initiatief om een museum op te richten om haar verzameling voor het publiek toegankelijk te maken. In die traditie is het Helene Kröller-Müller Fonds opgericht met het doel particulieren, bedrijven en fondsen te motiveren het Kröller-Müller Museum financieel te ondersteunen.

Een ander belangrijk doel van het Helene Kröller-Müller Fonds naast de financiële ondersteuning, is het creëren van meer betrokkenheid en binding van het publiek bij het museum.

Het Helene Kröller-Müller Fonds is een initiatief van politicus Alexander Pechtold en actrice Johanna ter Steege. Zij hebben een eerste aanzet gegeven tot het werven van de benodigde fondsen samen met een groep betrokken en enthousiaste ambassadeurs. Het fonds is een stichting en wordt bestuurd door een bestuur. De functie van penningmeester wordt ingevuld door Hoofd Bedrijfsvoering van het museum. De Stichting Helene Kröller-Müller Fonds is aangemerkt als een Algemeen Nut Beogende Instelling (ANBI). De Belastingdienst heeft Stichting Helene Kröller-Müller Fonds erkend als culturele ANBI.

Doelstelling en doelgroepen

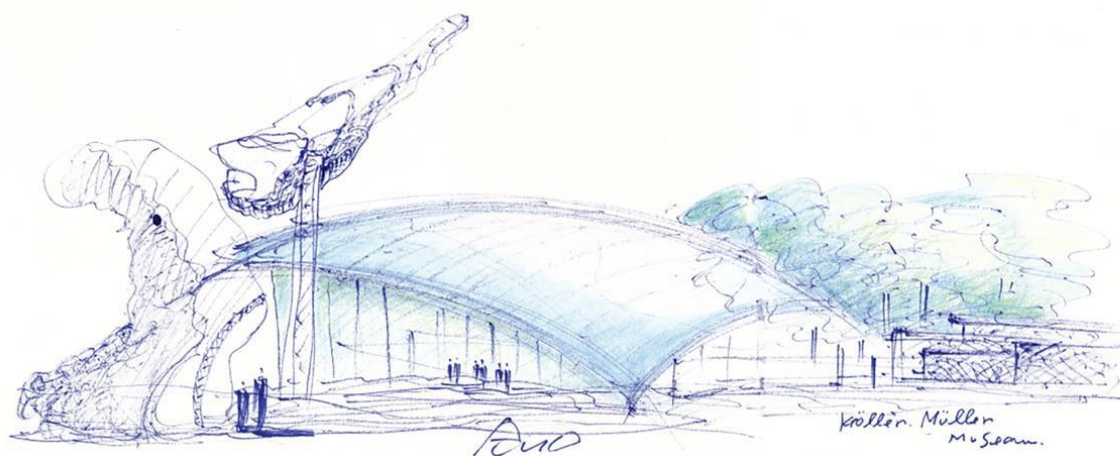
De statutaire doelstelling van het Helene Kröller-Müller Fonds luidt: "Het verlenen van materiële steun aan het Kröller-Müller Museum".

Deze doelstelling is als volgt uitgewerkt: het fonds steunt grote overzichtstentoonstellingen, bijzondere restauratie- en educatieprojecten (de fondsdoelen). Dit zijn projecten die het Kröller-Müller Museum doorgaans niet uit de eigen exploitatie kan financieren en het zijn bestedingsdoelen die tot de verbeelding spreken van (vermogende) particulieren, bedrijven en fondsen, die in beginsel bereid zijn een bijdrage te leveren aan een culturele instelling.

Het museum van de toekomst

Het Kröller-Müller Museum staat aan de vooravond van een omvangrijke uitbreiding, naar een ontwerp van de Japanse architect Tadao Ando. De redenen zijn duidelijk: er is meer ruimte nodig voor het tonen van de collectie, tijdelijke tentoonstellingen, educatieve programma's en randprogrammering, collectiebehoud en -beheer, ontvangst van groepen en up-to-date bezoekersfaciliteiten. Ook komt het de duurzaamheid in zowel de nieuwbouw als de oudbouw ten goede. Volgens de planning klinkt in 2026 het startschot voor de bouwwerkzaamheden. De uitbreiding en de daarmee samenhangende verduurzaming en aanpassing van de bestaande museumgebouwen zullen een grote impact hebben op het museum: op het programma, de evenementen, activiteiten én op de bezoekersaantallen. Terwijl we werken aan het museum van de

toekomst bieden we onze begunstigers een unieke kans om te helpen en van dichtbij betrokken te worden bij alle ontwikkelingen.



Activiteitenplan 2025-2028

Het Kröller-Müller Museum vervult zijn taken vanuit de Erfgoedwet en ontvangt subsidie van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen voor publieks-, collectie- en huisvestingsactiviteiten.

Voor de periode 2025-2028 heeft het museum een [Activiteitenplan](#) opgesteld. In dit plan zijn de ambities van het museum voor de komende vier jaar uitgewerkt. De activiteiten komen voort uit de missie, visie en kernbelofte.

Missie

Het Kröller-Müller Museum biedt bezoekers de gelegenheid om te genieten van topkunst in een weldadige omgeving, los te komen van de dagelijkse realiteit en zich te verrijken door nieuwe ervaringen.

Visie

Het Kröller-Müller Museum is uniek gelegen, midden in de natuur. De fenomenale collectie moderne en hedendaagse kunst, de architectuur en de beeldentuin hebben een internationale aantrekkingskracht. De bijzondere combinatie van kunst en natuur geeft bezoekers de mogelijkheid om op een ontspannen en aandachtige manier in contact te komen met kunst. Helene Kröller-Müller koos al doelbewust voor deze plek op de Veluwe. Voor haar stonden rust, schoonheid en geestelijke ontwikkeling centraal. Wij bouwen voort op haar tijdloze gedachtegoed, in de overtuiging dat in onze drukke, veeleisende samenleving, kunst en natuur bijdragen aan inspiratie, bezinning en vitaliteit.

Kernbelofte

Het museum hanteert de volgende kern- dan wel merkbelofte:

'Te midden van de bossen, heidevelden en stuifzanden van de Hoge Veluwe presenteert het Kröller-Müller Museum een verrassende collectie moderne en hedendaagse kunst van wereldklasse, waaronder talloze meesterwerken van Vincent van Gogh. In deze oase van schoonheid kom je los van het leven van alledag en ontstaat er ruimte voor verbeelding. Een plek om te ontspannen én om jezelf weer op te laden, met nieuwe energie'.



Activiteiten 2025-2028 voor de afdeling Development

De afdeling development richt zich op drie geldstromen: particuliere gevers, fondsen en bedrijven. De particuliere geldstroom is ondergebracht in het Helene Kröller-Müller Fonds; de overige twee geldstromen lopen met name via het museum.

Uitbreidingscommunicatie / campagne heropening

Het Kröller-Müller Museum communiceert met diverse partijen over de uitbreiding. Elke stakeholder vraagt om een andere frequentie en benadering en verschillende communicatiemiddelen. Er is een communicatieplan geschreven waarin bepaald is op welke manier de verschillende stakeholders betrokken worden rondom de mijlpalen van de bouw(plannen). Het voorbereiden op de heropening middels een stevige heropeningscampagne zal ook deel uitmaken van dit communicatieplan.

Capital Campaign

Met betrekking tot de inrichting van het vernieuwde museum zal het Kröller-Müller Museum zich in de periode tot en met 2029 inspannen om de benodigde middelen te werven middels onder andere een Capital Campaign. Er zal een plan van aanpak voor de Capital Campaign worden opgesteld waarin duidelijk wordt dat er verschillende geefdoelgroepen zijn: van fondsen, bedrijven tot particulieren. Daarnaast zijn er ook verschillende wervingsdoelen waarmee de diverse geefdoelgroepen kunnen worden benaderd. Iedere doelgroep heeft een eigen manier van werven en inrichting van de organisatie.

Versterken particuliere inkomstenstroom via Helene Kröller-Müller Fonds

Een belangrijke stap is het aanpassen van de huis- en communicatiestijl om jongere donateurs te bereiken. Het Kröller-Müller Museum zet een dynamisch boekersprogramma op voor de leeftijdsgroep tot 45 jaar, met een jaarlijkse bijdrage van 500 euro. Ook wordt ingezet op een vriendennetwerk in de Verenigde Staten, met een tentoonstelling in New York (2028) als kick-off.

Versterken bedrijven inkomstenstroom

Het is de bedoeling dat het aantal bedrijfspartnerships aanzienlijk uitbreidt. Voor MKB-bedrijven in de regio onderzoeken we de oprichting van een 'Creative Club', een platform om creativiteit te ontwikkelen via workshops en exclusieve rondleidingen. Daarnaast biedt het Kröller-Müller Museum maatschappelijke pakketten aan; zo kunnen bedrijven via maatschappelijke partners kwetsbare groepen de kans geven het museum te bezoeken. Voor grotere partnerships richten we ons op het aantrekken van 3 tot 4 partners die bereid zijn 50.000 tot 100.000 euro te investeren en aan wie het museum maatwerk kan bieden. Deze partners zullen cruciaal zijn voor het realiseren van onze lange termijnambities.

WERVING PARTICULIEREN

Voor de werving van het particuliere fondsvermogen zijn de volgende aandachtsgebieden geformuleerd:

- Eenmalige / periodieke giften van particulieren
- Werving van nalatenschappen

Particulieren

Museumbezoekers en vrienden / familie / kennissen van de huidige begunstigers en bestuursleden van het Helene Kröller-Müller Fonds zijn naast begunstigers de beste ambassadeurs van het museum. Het Helene Kröller-Müller Fonds zet in op het activeren van de huidige boekers, bestuursleden en leden van de Raad van Toezicht van het museum om hun netwerken en relaties te benaderen voor het boekerschap.

Deze doelgroep wordt bereikt met een exclusief aanbod, waarmee zij een bijzondere plaats in het museum verwerven en betrokken worden bij projecten en activiteiten van het museum. Helene Kröller-Müller wierf destijds fondsen bij vermogende particulieren, die ieder jaarlijks vijfhonderd gulden bijdroegen; zij noemde hen de Gulden boekers. Die naam is in ere hersteld en het fonds bouwt aan een groep van begunstigers van het fonds onder de naam 'Club van Gulden Boekers'. Gulden boekers dragen eenmalig € 25.000 bij of gedurende vijf jaar € 5.000. Om het boekerschap voor een bredere groep geïnteresseerden toegankelijk te maken, zijn de categorieën zilveren boekers en bronzen boekers geïntroduceerd. Zilveren boekers dragen eenmalig € 12.500 bij (of gedurende vijf jaar € 2.500 per jaar). Voor bronzen boekers is de drempel nog lager, te weten € 1.000 per jaar gedurende vijf jaar of eenmalig € 5.000.

Communicatie

De komende jaren gaan we aan de slag om de communicatiemiddelen te vernieuwen. Het Helene Kröller-Müller Fonds is als steunstichting onderdeel van het Kröller-Müller Museum. Dit mag meer getoond worden in de communicatie. Denk aan een nieuwe brochure(s) in lijn van de stijl van het Kröller-Müller Museum. Verder zal er in elke nieuwsbrief naar het Helene Kröller-Müller Fonds verwezen worden. Er komt een nieuwe website voor het museum en ook de Steun pagina's worden vernieuwd. Het idee is om meer 'verhalen' te delen zodat er meer ingespeeld wordt op het gevoel en de noodzaak om bij te dragen.

Customer journey

Er wordt nagedacht over een duidelijke plek in de nieuwbouw om de steun vraag in te bouwen. Op korte termijn zal bekeken worden of het fonds opgenomen kan worden in de nieuw ingerichte Helene Kröller-Müller ruimte.

Jongeren geefprogramma

In september 2024 is er een geefprogramma gelanceerd speciaal voor kunstliefhebbers van 45 jaar of jonger. De gedachte is om een jaarlijks, bijzonder kunstevenement op te zetten, passend bij de doelgroep. Om dit goed neer te zetten zullen we een focusgroep opzetten om de wensen en ideeën van potentiële boekers jonger dan 45 jaar beter te begrijpen.

Nalatenschappen

Bijna jaarlijks ontvangt het museum schenkingen bij overlijden. Erflaters steunen met hun laatste gift het museum dat ze allen op hun eigen manier lief hebben gehad, wat hen geïnspireerd heeft en waar ze vele prettige uren hebben doorgebracht. Toch zijn veel mensen zich niet bewust van het feit dat zij de culturele instellingen die hen bij leven zoveel plezier en inspiratie hebben geboden, kunnen benoemen in hun testament om zo hun idealen ook na hun leven te laten voortleven. Om dit bewustzijn te versterken, zijn we sinds 2021 lid van de Stichting Nalaten aan Cultuur. In de eerste week van november wordt landelijk de Week van Nalaten aan Cultuur georganiseerd. Gezamenlijk wordt er campagne gevoerd. Denk aan advertorials, radiocommercials, sociale media en door het organiseren van verschillende activiteiten.

Het Kröller-Müller Museum heeft in 2022 voor het eerst een lunchbijeenkomst over nalaten georganiseerd samen met Paleis het Loo. In 2023 hebben we het groter aangepakt vanuit de regio Gelderland. Samen met Het Nationale Park De Hoge Veluwe, Theater Oostpool, Phion, Introdans en Paleis het Loo hebben we een tweede bijeenkomst georganiseerd, ditmaal in het Kröller-Müller Museum. Inmiddels heeft ook Het Nederlands Openluchtmuseum zich aangesloten om de komende jaren gezamenlijk activiteiten rondom dit belangrijke onderwerp te organiseren.

De inspanningen hebben geleid tot een gestage stijging van het aantal toezeggers. Toezeggers zijn personen die kenbaar gemaakt hebben dat zij het Helene Kröller-Müller Fonds of Stichting Kröller-Müller Museum in zijn/haar testament hebben opgenomen. Het fonds onderzoekt de komende tijd of het toegevoegde waarde heeft om een aparte geefkring voor deze toezeggers op te richten.



BEHEER

Marketing & Development

De fondsenwerving en het fondsmanagement valt onder de verantwoordelijkheid van zakelijk directeur, Frits de Vogel. De afdeling Marketing & Development wordt aangestuurd door Hoofd Marketing & Development.

Naast een relatiemanager particulieren is de afdeling in 2021 uitgebreid met een medewerker fondsenwerving. In 2023 heeft de afdeling versterking gekregen van een relatiemanager bedrijven en ontvangsten.

Stichting Helene Kröller-Müller Fonds heeft zelf geen werknemers in dienst. De loon- en overige kosten van deze medewerkers worden gedragen door het Kröller-Müller Museum. De financiële administratie wordt verzorgd door de afdeling financiële zaken van het Kröller-Müller Museum. De jaarrekening van het Helene Kröller-Müller Fonds wordt gecontroleerd door een accountant.

Governance Code Cultuur

Het Helene Kröller-Müller Fonds onderschrijft de uitgangspunten van de Governance Code Cultuur, waarbij in het bijzonder de positie van de steunstichting als fondsenwervende organisatie ten behoeve van de culturele instelling het Kröller-Müller Museum in ogenschouw wordt genomen. Daarbij erkent het fonds het belang van het integer en transparant handelen door het bestuur.

Het Helene Kröller-Müller Fonds wordt bestuurd door een onbezoldigd bestuur, bestaande uit vijf tot zeven leden. De bestuursleden ontvangen uitsluitend een onkostenvergoeding. De leden worden benoemd voor een periode van vier jaar en kunnen éénmaal herbenoemd worden. De invulling van vacatures in het bestuur is voorbehouden aan het bestuur. Het Kröller-Müller Museum heeft het recht om twee bestuursleden te benoemen. Er is geen directie en toezichhoudend orgaan. Er zijn geen vrijwilligers.

Het bestuur komt ten minste tweemaal per jaar in vergadering bijeen. Op de agenda terugkerende onderwerpen zijn onder meer (werving)resultaten van het fonds en projecten.

De voorzitter van de Raad van Toezicht van Stichting Kröller-Müller Museum maakt qualitate qua deel uit van het bestuur van de Stichting Helene Kröller-Müller Fonds. De voorzitter van het Helene Kröller-Müller Fonds maakt eveneens qualitate qua deel uit van de Raad van Toezicht. Doel hiervan is op de hoogte te zijn van elkaars activiteiten en de samenwerking te verbeteren.